

JOGOS DE EMPRESAS

Prof. Alessandro B. de Camargo

Turma: _____

Equipe:



Fonte base: Prof. Adelcio F. de Sant'Anna – FGV

Case: Indústria Virtual

1 - Desafio: Utilizar o conhecimento adquirido para administrar uma fábrica de Realidade Virtual.

2 – Contexto:

A empresa é do segmento de lazer e trabalho através da realidade virtual, destinadas aos públicos infanto juvenil e adulto, as chances de crescimento da empresa são muitas, devido ao mercado atual ser de importados. Após análise do cenário atual obtivemos as seguintes informações:

Realidade virtual é a interface do usuário com computadores capaz de proporcionar condições vivenciais e realistas, através da utilização dos sentidos que possuímos aliadas á diversos canais multi sensoriais (ex. Nitendo Wii). Atualmente o mercado demonstra um crescimento muito grande e desperta o interesse de atuação por parte das empresas.

3 – Vendas no último ano:

Foram vendidos 1.500.000 unidades, distribuídas conforme abaixo:

Item	Segmento	Modelo	Item	%	Quantidade
CIS	Infanto Juvenil	Capacete	Standard	27	405.000
CIL	Infanto Juvenil	Capacete	Luxo	09	135.000
RIS	Infanto Juvenil	Roupa	Standard	12	180.000
RIL	Infanto Juvenil	Roupa	Luxo	06	90.000
CAS	Adulto	Capacete	Standard	19	285.000
CAL	Adulto	Capacete	Luxo	10	150.000
RAS	Adulto	Roupa	Standard	09	135.000
RAL	Adulto	Roupa	Luxo	08	120.000

4 - Desafio:

- Estimar a demanda total do primeiro semestre e desdobrá-la;
- Definir participação desejada no mercado, por modelo;
- Planejamento de produção e vendas.

5 – Preços

Abaixo seguem os preços praticados no último semestre, porém sabe-se que para produtos “premium”, é possível obter maiores ganhos.

Item	Segmento	Modelo	Item	R\$
CIS	Infanto Juvenil	Capacete	Standard	95,75
CIL	Infanto Juvenil	Capacete	Luxo	149,32
RIS	Infanto Juvenil	Roupa	Standard	583,44
RIL	Infanto Juvenil	Roupa	Luxo	899,70
CAS	Adulto	Capacete	Standard	142,70
CAL	Adulto	Capacete	Luxo	197,15
RAS	Adulto	Roupa	Standard	882,30
RAL	Adulto	Roupa	Luxo	1212,51

6 – Funcionamento do Mercado

1 – *Matéria-prima*: Temos somente uma fonte, os kit's vendidos podem ser nas seguintes condições:

- A vista com entrega imediata; (2% valor de venda)
- Pagamento no último dia do período; (2,5% valor de venda)
- Pagamento contra entrega através de formalização de contrato. (1,5% valor de venda)

Os custos dos materiais comprados e não vendidos, devido à um possível excedente de compras são equivalentes à 3% do custo de aquisição.

2 – Mercado Financeiro: Também dispomos apenas de um fornecedor de crédito o qual utiliza a taxa anual de 12%.

3 – Mercado Consumidor: O mercado é promissor para todas as faixas etárias e sexo, cabe a empresa de vocês determinar a projeção de venda e o preço dos produtos. Em hipótese alguma a demanda deixará de ser atendida, pois o mesmo aumenta os custos de estocagem em 2% do preço.

7 – Investimentos iniciais:

Modelo	Capacidade		Custo do equipamento (R\$)	Móveis e Instalações	Informática	Equipamentos
Capacete	100.001 a 150.000	a	9.000.000	10%	5%	5%
Capacete	150.001 a 250.000	a	12.000.000	10%	5%	5%
Roupa	50.001 a 100.000	a	23.000.000	10%	5%	10%
Roupa	100.001 a 150.000	a	28.000.000	10%	5%	10%

8 – Custos de Fabricação

Item	Segmento	Modelo	Item	Mão-de-obra (R\$)	Matéria-prima (R\$)	Custos diversos (R\$)
CIS	Infanto Juvenil	Capacete	Standard	12,00		9,00
CIL	Infanto Juvenil	Capacete	Luxo	21,00		30,00
RIS	Infanto Juvenil	Roupa	Standard	130,00		110,00
RIL	Infanto Juvenil	Roupa	Luxo	210,00		300,00
CAS	Adulto	Capacete	Standard	38,00		13,00
CAL	Adulto	Capacete	Luxo	60,00		40,00
RAS	Adulto	Roupa	Standard	220,00		310,00
RAL	Adulto	Roupa	Luxo	310,00		420,00

9 – Sabendo que as despesas fixas/produto são de R\$ 9,00, calcule a margem de lucro de cada produto

Item	Segmento	Modelo	Item	Custos unitários gerais (total)	Valor de venda unitário (R\$)	Margem de Lucro (%)
CIS	Infanto Juvenil	Capacete	Standard			
CIL	Infanto Juvenil	Capacete	Luxo			
RIS	Infanto Juvenil	Roupa	Standard			
RIL	Infanto Juvenil	Roupa	Luxo			
CAS	Adulto	Capacete	Standard			
CAL	Adulto	Capacete	Luxo			
RAS	Adulto	Roupa	Standard			
RAL	Adulto	Roupa	Luxo			

10 – Definições Estratégicas

Defina a seguir o nome, a Missão, Visão e estrutura organizacional da empresa com as funções detalhadas:

Empresa:

Missão:

Visão:

Organograma e definição das funções principais:

11 – Detalhe os fatores críticos de sucesso para a empresa.

[illegible]

12 – Descreva a estratégia de “Market Share”, definindo os percentuais de produtos e suas devidas receitas para o próximo semestre, de acordo com as análises anteriores e o lucro pretendido, prevendo um aumento na demanda de 15%.

This image shows a blank sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

Boa sorte!