

## Estudo de Caso – Linha de Produção

A empresa X está considerando o lançamento de um rádio e tem quatro opções de modelo: ST, LX, LS e GL, que diferem entre si no acabamento e características técnicas.

Os lucros anuais que cada modelo pode fornecer são dependentes das escalas de produção, que por sua vez, são funções dos contratos com revendedores e fornecedores de peças e componentes.

Os custos não variam uniformemente com as produções, já que a maioria dos componentes é comprada de fornecedores diferentes. Por outro lado, os preços dependem da aceitação do mercado.

Na etapa atual do processo de planejamento, a empresa acredita que o lucro de cada alternativa irá depender da escala de produção e venda de cada tipo, e, dessa forma, identificou quatro eventos que podem influenciar fundamentalmente os resultados finais. São eles:

1. Evento 1: produção e venda de 50.000 rádios/ano;
2. Evento 2: produção e venda de 70.000 rádios/ano;
3. Evento 3: produção e venda de 90.000 rádios/ano;
4. Evento 4: produção e venda de 100.000 rádios/ano.

É importante observar que a companhia não deseja, neste estágio de estudo do problema, realizar análises mais detalhadas de custo e mercado, como por exemplo entrar em contato com revendedores e fornecedores, para não gerar expectativas. Assim, deseja examinar o problema, em caráter preliminar, de forma a obter elementos para discutir, mais tarde, com os demais interessados.

Para cada um dos eventos, os lucros esperados de cada modelo são apresentados na tabela a seguir:

| <b>Tipo</b> | <b>Evento 1</b> | <b>Evento 2</b> | <b>Evento 3</b> | <b>Evento 4</b> |
|-------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| <b>ST</b>   | 26              | 24              | 24              | 23              |
| <b>LX</b>   | 27              | 28              | 22              | 20              |
| <b>LS</b>   | 25              | 27              | 29              | 31              |
| <b>GL</b>   | 26              | 26              | 26              | 26              |

Que modelo a empresa deve decidir lançar?