

# **1ª SPRINT DA 7 PRO LEAN CONSULTING**

## **PROJETO INTEGRADOR EM GESTÃO DE PRODUÇÃO INDÚSTRIA**



# **7 Pro Lean Consulting**

Transformando Desafios em Soluções

### **Equipe de desenvolvimento:**

Matheus Machado Nakahara

Gabriel Martins da Cunha

Marcelo Henrique dos Santos

Vinícius Elber Luiz de Sá

Caíque Matos dos Santos

Antônio da Luz

Reinaldo Siqueira Ramos

Professor de Projetos: Carlos Eduardo Bastos

Professor de Comunicação: Eliane Penha Mergulhão Dias

Orientador/Cliente: Newton Yamada

## **Resumo do projeto:**

Este projeto consiste em uma abordagem metodológica de ensino que demonstra a aplicação dos conceitos aprendidos no curso de Gestão de Produção Industrial.

O objetivo é fornecer consultoria para a gestão da empresa DOCE SABOR. Nesta etapa inicial, apresentamos ao cliente a primeira fase do projeto, incluindo imagens do vídeo e a narração utilizada em áudio.

### **1. Contextualização do projeto**

Este projeto emprega a coleta e análise de dados para examinar a estrutura SWOT e desenvolver estratégias visando impulsionar as vendas e reduzir os gastos da empresa DOCE SABOR. A empresa, com mais de 55 anos de existência, é uma instituição mineira que visa proporcionar alegria aos seus clientes.

A gestão da empresa está agora na terceira geração, iniciada por Sr. Josimar e D. Gumercina Nascimento. A empresa começou com a colaboração de ambos: D. Gumercina fazia os doces enquanto Sr. Josimar os vendia pelas ruas. Embora Sr. Josimar fosse um vendedor habilidoso, o negócio enfrentava dificuldades financeiras, pois ele tinha outros interesses além da venda.

O verdadeiro sucesso do negócio veio com a segunda geração, liderada pela filha mais velha, Katharine, e seus irmãos Franklin, Willian e Marlon, todos habilidosos em negociações. Sob sua liderança, o negócio expandiu rapidamente.

Hoje, o portfólio da DOCE SABOR inclui uma ampla variedade de produtos que encantam e satisfazem crianças, jovens, adultos e idosos.

Dentre uma variedade de produtos podemos citar como principais:

- Pé de moleque
- Paçocas
- Doce de batata
- Doce de abóbora

- Cocadas
- Bananinha

A Doce Sabor está presente em todos os estados do Brasil, com uma presença mais robusta nas regiões sul e sudeste. Possui uma equipe de vendas consolidada e distribuidores em todo o país.

Os produtos podem ser encontrados em padarias, lanchonetes, supermercados e atacadistas.

O período de lockdown resultou em uma queda significativa nas vendas em padarias e lanchonetes. Apesar disso, notamos um aumento na fidelidade dos consumidores à marca, o que nos leva a crer que as vendas atualmente superam os números pré-pandemia. Para respaldar essa hipótese, uma pesquisa feita nos revelou que as compras em padarias e lanchonetes são geralmente por impulso, com os consumidores valorizando o sabor específico dos produtos, enquanto as compras em supermercados permitem mais opções de marcas e tipos de doces, o que intensifica a importância da marca no processo de compra.

A sede está situada na zona leste de Uberlândia, uma área conhecida por seu comércio vibrante. Quando o terreno foi adquirido há exatos 58 anos, não havia nada ao redor, mas hoje a cidade cresceu e a empresa faz parte do Residencial Integração, uma área composta por seis comunidades que atualmente está passando por revitalização pela prefeitura do município.

A empresa aluga um galpão logístico na região de Campinas, de onde são despachadas as cargas para os demais estados do sul e sudeste do país. Além disso, há galpões alugados em Caxias do Sul-RS, Barra Velha-SC, Guarulhos-SP e Macé-RJ.

Outros centros de distribuição da empresa estão localizados em Canudos-BA, responsável por abastecer todo o Nordeste, e em Sorriso-MT, que atende à região Norte. O estoque da empresa em Uberlândia supre o interior de São Paulo e Paraná, além dos estados de MS, GO e DF.

Os diretores acreditam que um serviço de qualidade só pode ser garantido se a empresa tiver controle direto sobre os motoristas e distribuidores. Portanto, a frota

responsável pelo transporte de mercadorias de Uberlândia para esses locais, assim como entre os distribuidores, é de propriedade da empresa.

O investimento em marketing é mínimo, pois os diretores consideram que a marca é forte o suficiente e não requer esse tipo de apelo. O único investimento é direcionado para alguns expositores de doces.

Os registros de vendas e faturamento indicam que nos meses de junho e julho há um aumento significativo nas vendas, devido às festas juninas, enquanto em dezembro e janeiro, há outro pico devido às férias escolares.

Atualmente, a empresa é composta por três sócios, que são primos. Cada um deles tem sua área de atuação definida: um na parte administrativa, outro nas vendas e o terceiro na área industrial.

A Doce Sabor mantém suas finanças equilibradas e agora está buscando alcançar novos patamares. No entanto, devido à administração familiar e centralizada, a empresa enfrenta desafios significativos em termos de visão de crescimento.

## **2. Objetivos do projeto**

Os objetivos para esta primeira fase do projeto constituem em:

- Desenvolvimento de uma análise SWOT para compreender a situação interna da empresa e seu posicionamento em seu mercado de atuação.
- Desenvolver soluções, com base na análise SWOT, para redução de custos e aumento da lucratividade nos demais meses do ano.

## **3. Fundamentação dos métodos analíticos e das tecnologias utilizadas**

### **3.1. Ferramenta utilizada**

A ferramenta de análise SWOT consiste em uma técnica de planejamento estratégico que ajuda a identificar os pontos fortes (Strengths), pontos fracos (Weaknesses), oportunidades (Opportunities) e ameaças (Threats) de uma organização, projeto ou situação específica.

Os pontos fortes e fracos referem-se às características internas da organização, como recursos, habilidades, processos e limitações. As oportunidades e ameaças são fatores externos que podem afetar positiva ou negativamente a organização, como tendências de mercado, mudanças na legislação, concorrência, entre outros.

A análise SWOT é geralmente representada em forma de matriz, onde os pontos fortes e fracos são listados internamente e as oportunidades e ameaças externamente. Essa análise ajuda as organizações a desenvolver estratégias que capitalizem seus pontos fortes, minimizem suas fraquezas, aproveitem as oportunidades e se defendam contra as ameaças, com o objetivo de alcançar seus objetivos de forma mais eficaz.

**Primeiro passo:**

Após a captação dos dados fornecidos pelo cliente, a primeira etapa da nossa metodologia foi uma análise diagnóstica do cenário atual da empresa. Consequentemente surgiram dúvidas em nossa Scrum Team, em razão disso elaboramos perguntas para o cliente referente aos dados fornecidos, uma vez que, somente com dados seguros podemos entregar um produto confiável. Com as dúvidas sanadas, ficou acordado o desenvolvimento de uma análise SWOT para identificar os pontos fortes, pontos fracos, oportunidades e ameaças da empresa.

**Segundo passo:**

Posteriormente, nossa meta foi realizar uma investigação em várias localidades onde a empresa opera, a fim de compreender mais profundamente a situação da organização e, dessa forma, apresentar uma solução para diminuir despesas e aumentar as vendas nos meses em que a empresa enfrenta os maiores desafios.

**Após e-mails enviados para o cliente:**

Com a resposta a equipe pode compreender melhor o panorama da situação, e tomar decisões em quais caminhos seguir.

Iniciado o projeto a equipe buscou avaliar todos os integrantes do time sobre o entendimento dele. Para que todos estivessem seguindo o mesmo objetivo, assim decidiu dividir as tarefas a serem efetuadas. Com interesse de agilizar todos os processos de análise.

Ficou decidido utilizar as plataformas GitHub para fazer o compartilhamento dos arquivos analisados, plataforma Excel para fazer análise SWOT e a plataforma Power Point para apresentação dos resultados obtidos.

Slide 1 – Apresentação da empresa e do Cliente



Narração: Olá a todos, Meu nome é Matheus, representante da empresa 7 Pro Lean Consulting e vou apresentar a primeira etapa da consultoria para a empresa Doce Sabor.

Slide 2 – Apresentação da equipe de desenvolvimento



Narração: Nossa equipe é composta eu Matheus Nakahara, Gabriel da Cunha, Reinaldo Siqueira Ramos, Vinicius de Sá e Antonio da luz no development team. Como Product owner temos Marcelo Henrique dos santos e Caíque Matos Santos como scrum master.

Slide 3 – Missão da consultoria





Narração: Para essa primeira etapa iremos apresentar a análise Swot desenvolvida pela empresa.

A análise SWOT é uma ferramenta que ajuda o empreendedor a visualizar os pontos fortes e fracos da empresa e permitir que sejam desenvolvidas soluções para melhorar o desempenho da empresa

Essa análise Swot foi desenvolvida após conversar com nosso cliente obtendo informações importantes sobre a empresa e classificando essas informações em 4 áreas

#### Slide 4 – Forças

### Forças

Marca forte e reconhecida no mercado com mais de 55 anos de existência.

Alta gama de produtos que atendem a diferentes públicos e faixas etárias.

Presença nacional em todos os estados do Brasil, com uma equipe de vendas sólida e distribuidores em todo o país.

Localização estratégica da sede e dos centros de distribuição, permitindo uma ampla cobertura geográfica.

Finanças equilibradas e ausência de dívidas.



Narração: Começando com forças ou em inglês (strengths): podemos observar que a empresa doce sabor é uma marca reconhecida no mercado com 55 anos de experiência e uma alta gama de produtos que atende a diferentes gostos e faixas etárias.

#### Slide 5 – Fraquezas



## Fraquezas

Administração familiar e centralizada, o que pode limitar a visão de crescimento e inovação.

Baixo investimento em marketing, o que pode afetar a capacidade de atrair novos clientes e promover os produtos.

Falta de diversificação nos canais de venda, com foco predominante em padarias, lanchonetes, supermercados e atacadistas.

Dependência sazonal de períodos específicos do ano para impulsionar as vendas, como festas juninas e férias escolares.



Narração: Partindo para fraquezas ou (weakness): Observamos também que a empresa não tem grandes investimentos em marketing e tem uma gama de canais de venda limitada, o que pode impactar nas vendas e no crescimento da empresa.

## Slide 6 –Oportunidades

# Oportunidades



- Expansão da presença online e investimento em marketing digital para alcançar novos clientes e diversificar os canais de venda.
- Desenvolvimento de novos produtos sazonais e variações para aproveitar outras datas comemorativas além das festas juninas e férias escolares. Parcerias estratégicas com empresas de turismo, hotéis e resorts para oferecer produtos aos turistas durante todo o ano.
- Automatização de atividades relacionadas ao estoque, produção e expedição.
- Controle de estoque (inventário e controle de perecibilidade) (controle de humidade e temperatura do estoque de matéria prima).
- Diversificação de fornecedores de matéria prima.
- Acordos com companhias aéreas para venda de doces como sobremesa.
- Otimização de rota de transporte para entrega aos clientes.
- Terceirização da produção de embalagem do produto.
- Acompanhamento mais rigoroso da cadeia de suprimentos (por se tratar de matéria prima perecível).
- Controle de qualidade no processo produtivo (evitar desperdícios e garantir a qualidade do produto final).
- Treinamento e qualificação dos funcionários (Profissional capacitado gera menor desperdício).
- Exploração de novos mercados regionais e internacionais, aproveitando a força da marca e a infraestrutura de distribuição existente.

Narração: No desenvolvimento de oportunidades ou (Opportunities): observamos oportunidades de implantação de utilização de sistemas de controle e gerenciamento de rotas, criação de parcerias estratégicas com empresas do setor de turismo e hotelaria, outra sugestão seria explorar mercados regionais e internacionais com o foco em aumentar a visibilidade da empresa.

## Slide 7 – Ameaças

### Ameaças

- Flutuações econômicas podem afetar o poder de compra dos consumidores e influenciar as vendas de produtos de luxo, como doces.
- Alterações nas preferências do consumidor, tendências de saúde ou regulamentações podem impactar negativamente as vendas.
- Aumentos nos custos dos ingredientes podem reduzir a lucratividade da empresa.
- Como não há muito foco em marketing, a empresa poderá ficar vulnerável a outras empresas com grande foco em marketing digital.
- Comodismo.
- Avanços na tecnologia de produção ou distribuição podem tornar obsoletos os métodos existentes, exigindo investimentos adicionais para se manter competitivo.



Narração: Sobre Ameaças ou (Threats) notamos a vulnerabilidade da empresa com alterações nas preferencias do mercado consumidor, instabilidade econômica que pode afetar o custo das matérias primas e diminuir o poder de compra do cliente, a não utilização de novas tecnologias pode gerar uma defasagem entre a empresa e seus principais concorrentes.

## Slide 8 – Conclusão

### Conclusão

- ❑ Concluída a análise SWOT pudemos observar uma consolidação da empresa em sua área de atuação e variedades de produtos no mercado em nível nacional. Porém, também foi possível observar as dificuldades enfrentadas por uma gestão conservadora centralizada, repetindo o que sempre deu certo.
- ❑ Após a análise do levantamento realizado, pudemos identificar também alguns fatores externos relevantes para o futuro da empresa, como a possibilidade de adotar abordagens menos conservadoras e aspectos que tornem a empresa mais competitiva no mercado.

Narração: Concluída a análise SWOT, pudemos observar uma consolidação da empresa em sua área de atuação e variedades de produtos no mercado em nível nacional, porém, também foi possível observar as dificuldades enfrentadas por uma gestão conservadora e centralizada, repetindo o que sempre deu certo.

Após a análise do levantamento realizado, pudemos identificar também alguns fatores externos relevantes para o futuro da empresa, como a possibilidade de adotar abordagens menos conservadoras e aspectos que tornem a empresa mais competitiva no mercado.

#### **4. Coleta e descrição dos dados utilizados**

Todas as informações essenciais para o desenvolvimento deste projeto foram gentilmente compartilhadas pela equipe da empresa DOCE SABOR, fornecendo uma base sólida e confiável para a análise e elaboração das estratégias propostas.

#### **5. Resultados esperados**

Em síntese, os objetivos estabelecidos para esta primeira etapa do projeto foram atingidos de forma satisfatória, proporcionando um resultado positivo para toda a equipe envolvida. O apoio e a expertise dos professores do curso de gestão de produção industrial foram fundamentais para o progresso e sucesso das atividades.