Bem vindos a consultoria arandú,

 Após nossa pesquisa a respeito dos interesses da doceria Doce Sabor, foi feita uma análise SWOT para definirmos os pontos a serem melhorados. Essa análise gira em torno da divisão de quatro tópicos, sendo eles: Forças, oportunidades, fraquezas e ameaças.

 Começamos a desenvolver a SWOT pelos pontos fortes, sendo eles:

* o centro de distribuição próprio da companhia, pois já elimina custo com aluguel, compra da frota, manutenção inicial, entre outros gastos;
* a aceitação no mercado; de acordo com a planilha vendas é possível ver que existem picos de alta e baixa, mas eles conseguem se sustentar durante o ano, o que revela a aceitação do produto;
* a consolidação da marca no mercado, pois é uma empresa que já está a anos no ramo e vem se mantendo de forma aparentemente estável de acordo com os dados disponibilizados pelo cliente.

Desse ponto partimos para as oportunidades:

* Parcerias, segundo as informações passadas a distribuição se dá em comércios menores, mas não menciona parceria com escolas ou academias, o que seria uma ideia interessante de ser avaliada, pois os doces tem bastante saídas em escolas, e como tem doces fit/diet seria uma sacada interessante explorar o público fitness
* Investimento em marketing; o marketing esta cada vez mais atrelado as vendas no mercado atual, e levando em conta que o marketing digital teve um elevado nível de crescimento, e a tendencia é continuar crescendo; ele é uma boa aposta para ampliar os horizontes. Pois as mídias vem sendo cada vez mais importantes na divulgação de produtos e serviços, sendo uma maneira de se manter ativo com maneiras inovadoras e atrair olhares de novos clientes sobre o produto.

Sobre as fraquezas foram pontuadas 3 situações:

* Falta de investimento em marketing: atualmente ele é uma fraqueza, pois não tem investimento na área e levando em conta o tamanho da empresa e que ela possui vários centros de distribuição ao redor do país ela deveria ter um forte investimento em marketing para que pudesse dominar cada vez mais o ramo dos doces, essa defasagem no marketing faz com que o concorrente cresça e que a Doce Sabor estagnada;
* Gerenciamento familiar, entre vantagens e desvantagens vale a pena destacar que por ser familiar, as tomadas de decisão tendem a ter uma carga emotiva mais elevada, existem jogos de poder e conflitos familiares que acabam resultando na falta de profissionalismo no ambiente empresarial.
* Falta de inovação/adaptação, um ponto muito discutido em nossas analises foram as receitas conservadoras que a empresa vem mantendo sem incluir nada de diferente ou novo no catálogo de doces. O ponto é que talvez falte um pouco a empresa se adaptar ao mercado, buscar por novos sabores, sem esquecer daqueles que a fizeram chegar onde ela está hoje, mas buscar aprimorar novas receitas para conquistar maior público.

E referente as ameaças, foram listadas as seguintes:

* Concorrentes com produtos variados, eis um ponto que se complemente muito com a falta de adaptação ao mercado, pois a Doce Sabor concorre com inúmeras grandes empresas que produzem os mais variados doces, doces esses que a empresa, muitas vezes, não produz.
* Inflação, referente a ameaças externas e inevitáveis temos a economia do país que diariamente passa por mudanças que impactam de forma direta e indireta.
* Meses em baixas vendas, referente a planilha de vendas dos meses de agosto 2022 a agosto 2023 é possível verificar que existem picos de venda em determinados meses para determinados doces e depois vem uma queda significativa nas vendas, por exemplo em março de 2023 foram vendidos R$ 129.907,00 de pé de moleque, mas em abril 2023 foram vendidos R$ 102.253,00 de pé de moleque, sendo que teve uma queda de cerca de 21,2% das vendas, ameaçando o financeiro da empresa.

suóti

<https://blog.abraind.com/marketing-digital-ajuda-nas-vendas#:~:text=A%20resposta%20%C3%A9%20SIM.,vendas%20e%20aumentar%20o%20faturamento>.

<https://resultadosdigitais.com.br/vendas/marketing-vendas/>

<https://www.c3dweb.com.br/marketing-digital/tendencias-do-marketing-digital-para-2023/#:~:text=Uma%20das%20mais%20importantes%20tend%C3%AAncias,se%20restringem%20ao%20mundo%20virtual>.

<https://cargox.com.br/blog/vantagens-e-desvantagens-do-outsourcing/>

<https://www.tflogistica.com.br/2021/08/19/terceirizacao-logistica-vantagens-e-desvantagens/>

<https://www.nestle.com.br/media/pressreleases/allpressreleases/nestle-reporta-suas-vendas-do-primeiro-trimestre-de-2023> - não sei se encaixa, eu li o artigo mais pra entender como a nestle tenta se adapar a novos públicos e smp busca por trazer novidades, não sei se precisa dela na referencia .

<https://www.linkedin.com/pulse/empresa-familiar-quais-vantagens-e-desvantagens-sanmya-tajra?utm_source=share&utm_medium=member_android&utm_campaign=share_via>

Ao finalizarmos a SWOT foi feita a análise dos custos e de onde estaria seu potencial para elevar as vendas e onde seria possível realizar uma redução de custo.

Foi verificado que a empresa aluga dois galpões logísticos em São Paulo, sendo um em Campinas e um em Guarulhos, e foi levantada a sugestão de desativar o contrato de um dos galpões, pois um seria o suficiente para abastecer o estado e alguns vizinhos.

Como sugestão para aumentar as vendas durante o ano seria interessante investir em campanhas especificas como, por exemplo, pascoa e natal, talvez ampliar a gama de clientes e estudar a possibilidade de buscar parcerias com academias (por conta dos doces fit/diet) e em escolas, pois nas férias escolares existe um aumento significativo nas vendas, o que leva crer que se os doces vendessem nas escolas teriam alta saída.