

## **Case da área de Organização e Processos**

Projetos Consultoria Integrada (PCI)

Guilherme Marques da Costa

Brasília, 9 de maio de 2017



**PROJETOS**  
Consultoria Integrada

## Índice

### Página:

1-Nome da empresa.....	3
2-Missão,visão e valores.....	3
3-Porte da empresa.....	3
4-Tempo de mercado.....	3
5-Segmento da empresa.....	3
6-Análise Swot.....	3
7-Planejamento estratégico (OKR).....	3
8-Novo MVV.....	4
9-Mapeamento dos processos.....	5
10-Indicadores.....	11
11-Proposta.....	11

**1.Nome da empresa:** Quitanda de Minas

**2.MVV:** Não possui

**3.Porte da empresa:** Microempresa

**4.Tempo de mercado:** 12 anos

**5.Segmento:** Setor Alimentício ( lanchonete)

**6.Análise Swot:**

**6.1-Força:**

- Boa localização da loja ( sudoeste);
- horário flexível ( abre todos os dias da semana, de 7h às 18h );
- culinária tipicamente mineira ( tradição familiar);
- vendas por encomenda.

**6.2-Fraqueza**

- Atendimento ruim ( sofre muitas críticas na internet);
- sem opções para pessoas com intolerância a lactose e glúten;
- produto com preço acima do ideal;
- funcionários desmotivados;
- estrutura física precária;
- marketing ruim ( a empresa não possui conta em nenhuma rede social e não há nenhum tipo de divulgação) .

**6.3-Oportunidades**

- Procura cada vez maior por comida caseira ( comida não industrializada);
- recuperação econômica do setor alimentício;
- crescimento do número de vegetarianos.

**6.4-Ameaças**

- Aumento nas tarifas de água e energia ( definidas pelo Governo do Distrito Federal);
- novas lojas do ramo na mesma região ( crescimento do número de lanchonetes no sudoeste);
- muitos feriados em dias úteis em 2017.

**7-Planejamento Estratégico: Objectives and Key Results (OKR)**

	<ul style="list-style-type: none"><li>-Criar um perfil da loja nas principais redes sociais ( Facebook e Instagram) em 2 semanas;</li><li>-reconstruir a fachada da loja em no máximo 1 ano;</li><li>-distribuir panfletos da loja nas áreas de interesse ( Sudoeste e Octogonal) 1 vez por</li></ul>
--	---



**PROJETOS**  
Consultoria Integrada

<b>Melhorar o Marketing</b>	semana durante 2 meses ( 8 atos de distribuição de panfletos).
<b>Fidelizar funcionários</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Terminar 2017 com 7 funcionários;</li><li>-contratar um funcionário a cada 10 semanas;</li><li>-treinar e capacitar os funcionários, alinhando-os à cultura da empresa;</li><li>-terminar o ano sem nenhuma demissão;</li><li>-100% dos funcionários com noção de vendas</li></ul>
<b>Obter maior satisfação dos clientes</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Atingir nota máxima de aprovação na internet em 6 meses ( aumentar 0,17 pontos por mês);</li><li>-aplicar questionários de satisfação uma vez por mês;</li><li>-fazer registro dos clientes que compram por encomenda e analisar sua fidelidade à loja;</li><li>-inovar nos produtos, oferecendo uma opção vegetariana por mês;</li></ul>
<b>Aumentar em 50% a venda de salgados nos próximos 6 meses</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Vender 36.000 salgados em 6 meses;</li><li>-vender 6000 salgados por mês;</li><li>-vender 200 por dia.</li></ul>

**8-MVV (missão, visão e valores)**

-Missão: “Representar a culinária mineira, oferecendo produtos de sabor incomparável que permaneçam na memória dos clientes.”

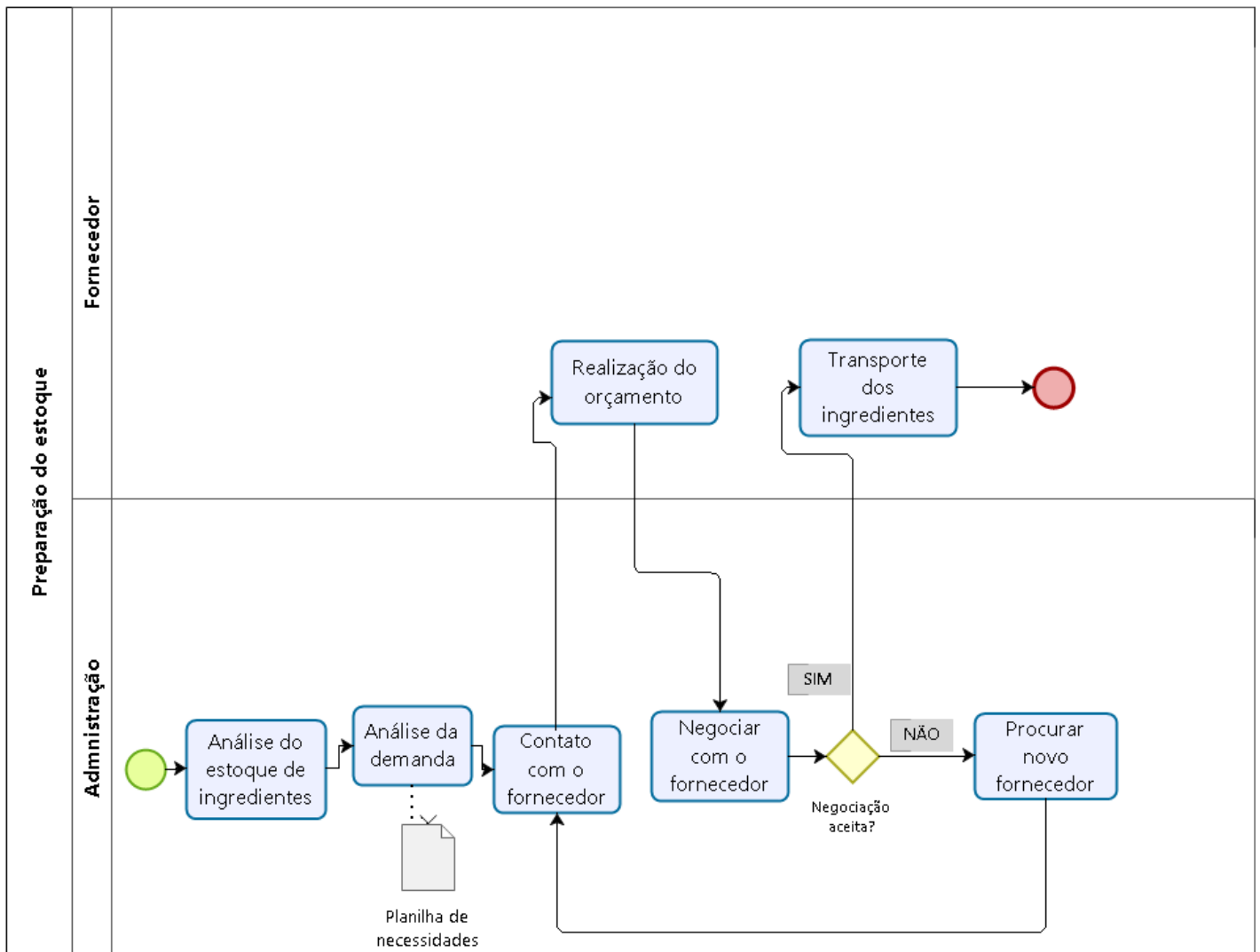
-Visão: “ Tornar-se referência brasiliense em culinária mineira, mantendo vivas as tradições de Minas Gerais.”

-Valores: “Tradição, respeito, qualidade e dedicação.”

## 9-Mapeamento

### A-Preparação do estoque

#### A.1-Fluxograma



## A.2-DEIP

DIAGRAMA DE ESCOPO				
Nome do Processo:	Preparação do estoque		Dono do Processo:	Área de OeP
MISSÃO:				
Procurar ingredientes com o melhor custo-benefício do mercado e otimizar a preparação do estoque				
Lei, normas e políticas:			Indicadores:	
Procurar sempre o melhor fornecedor			Economia com ingredientes	
Ter um bom relacionamento com os fornecedores			Fidelidade dos fornecedores	
Negociar da melhor maneira possível			Quantidade exata de ingredientes	
Organizar bem as necessidades				
Sempre coletar os indicadores				
Interface de entrada	Entradas	Subprocessos	Saídas	Interface de saída
Processos/ atividades que devem ocorrer para dar início ao processo	Insumos para dar início a execução do processo	Decomposição de um processo em menores etapas com objetivos similares	Criação de produtos e/ou serviços	Como colocar em ação os produtos/serviços
Análise do estoque	Análise da demanda	Documentar as necessidades	Conhecimento das necessidades	Planilha de necessidades
Contatar fornecedor	Realização de orçamento	Negociar com o fornecedor	Negócio realizado	Enviar o pedido
Analisar orçamento	Enviar pagamento	Fechar negócio	Ingredientes comprados	Transportar ingredientes à loja
Atores Envolvidos:			Sistemas, infraestrutura e ferramentas:	
Fornecedor			Estoque	
Loja			Documentações das necessidades	



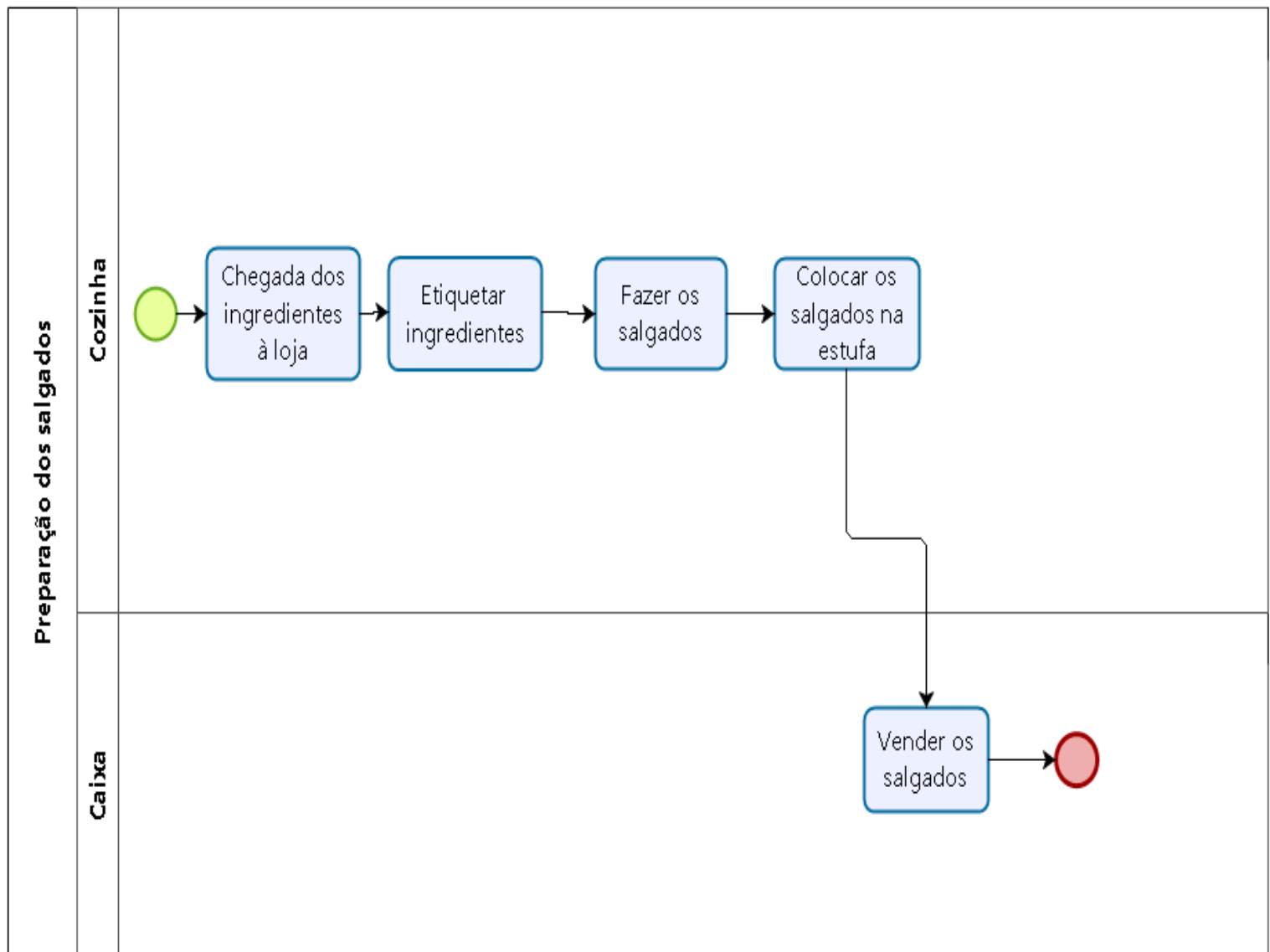
**PROJETOS**  
Consultoria Integrada

### **A.3- Procedimento Operacional Padrão (POP)**

Etapa 1: Análise do estoque	O responsável pela análise do estoque deverá observar a quantidade de cada ingrediente presente na lojas e suas respectivas datas de validade, relatando tudo em documento escrito para facilitar a compreensão.
Etapa 2 : Previsão da demanda	Deve ser feita uma previsão de demanda para as próximas duas semanas. Essa quantificação deve ser baseada no consumo dos três últimos meses, observando-se as tendências do mercado.
Etapa 3: Correlacionar as etapas 1 e 2	Nessa parte, o responsável deve analisar a demanda dos ingredientes juntamente com a situação na qual o estoque se encontra, para assim definir as quantidades necessárias para compra. A quantificação deve ser definida em um documento chamado “Planilha de Necessidades”, que deve conter exatamente o que deve se comprado pela loja e suas respectivas medidas.
Etapa 4: Procurar um fornecedor	A administração deve entrar em contato com diversos fornecedores, visando o melhor custo-benefício para a loja, atendendo as necessidades da empresa. É importante que o responsável negocie com o fornecedor, solicitando descontos e possíveis parcerias. Na hora da negociação é importante levar em consideração a situação financeira da loja, para ter a noção do quanto a empresa está disposta a gastar com seus ingredientes.
Etapa 5: Formalizar compra	Após encontrar o fornecedor adequado, deve-se formalizar a compra por meio de contrato escrito, em que estarão definidas as responsabilidades de ambas as partes. Isto evita gastos com processos judiciais desnecessários e economiza tempo para a empresa. Por fim, os ingredientes são transportados à loja.

## B-Preparação dos salgados

### B.1-Fluxograma





## B.2- DEIP

### DIAGRAMA DE ESCOPO

<b>Nome do Processo:</b>	<b>Preparação e venda de salgados</b>	<b>Dono do Processo:</b>	<b>Área de OeP</b>
--------------------------	---------------------------------------	--------------------------	--------------------

#### MISSÃO:

**Tornar a empresa referência no ramo alimentício e aumentar seu faturamento**

#### Lei, normas e políticas:

Oferecer produtos de qualidades

Nunca cobrar um preço acima do mercado

Oferecer produtos para todos os tipos de clientes

Sempre coletar os indicadores

#### Indicadores:

Número de vendas

Faturamento

Avaliações dos Clientes

Fidelidade dos clientes

Otimização do uso de ingredientes

#### Interface de entrada

#### Entradas

#### Subprocessos

#### Saídas

#### Interface de saída

Processos/ atividades que devem ocorrer para dar início ao processo

Insumos para dar início a execução do processo

Decomposição de um processo em menores etapas com objetivos similares

Criação de produtos e/ou serviços

Como colocar em ação os produtos/serviços

Fechar acordo com o fornecedor

Ingredientes recebidos

Etiquetar ingredientes

Ingredientes etiquetados

Organizar ingredientes na cozinha

Avaliar a necessidade de salgados

Quantificação do número de salgados necessários

Fazer os salgados

Salgados feitos

Organizar salgados na estufa

Precificar os salgados

Atrair clientes

Vender salgados

Produtos vendidos

Cobrar pelo produto

#### Atores Envolvidos:

Fornecedor

Administração da loja

Cozinha da loja

#### Sistemas, infraestrutura e ferramentas:

Documentação de análise de quantidades



**PROJETOS**  
Consultoria Integrada

### **B.3-Procedimento Operacional Padrão ( POP)**

Etapa 1: Analisar os ingredientes que chegaram na loja	Nessa etapa, o funcionário deve receber os produtos comprados, analisando se as quantidades que chegaram à loja são compatíveis com aquelas que foram adquiridas e observando se não há nenhuma incoerência no processo.
Etapa 2: Organizar os ingredientes	Depois da verificação do produto deve-se rotular todas as embalagens, anotando as respectivas datas de validade dos ingredientes, suas quantidades exatas e a procedência dos insumos. Além disso, deve colocar os ingredientes perecíveis nos frigoríficos e o restante nas prateleiras.
Etapa 3: Fazer os salgados	<p>Essa tarefa deve ser realizada na cozinha, onde os salgados devem ser preparados visando as vendas do turno (manhã ou tarde). Portanto, deve-se produzir duas vezes ao dia. A quantificação do número de salgados necessários é feita pela administração, que se baseia no número de vendas dos dias anteriores.</p> <p>Obs: Durante os finais de semana o número de salgados preparados deve ser até 20% maior do que em outros dias.</p> <p>Obs: a cozinha deve trabalhar respeitando as tradições da culinária mineira, mais especificamente tradições da família da proprietária.</p>
Etapa 4: Venda dos produtos	A venda dos salgados tem como peça fundamental uma boa divulgação da loja com o objetivo de atrair clientes. Após a captação de consumidores deve-se oferecer um bom produto por um preço justo ( a precificação deve levar em conta a situação financeira da loja e o preço cobrado pelos concorrentes da região). Os salgados ficam à disposição dos clientes no estilo “self-service” e a cobrança é realizada no caixa.

## 10-Indicadores

**A-Número de salgados vendidos:** a loja “Quitanda de Minas” teve no ano passado um dos seu piores anos de vendas ( com uma média de 100 salgados vendidos por dia), o que gerou um grande problema financeiro à empresa e realçou a necessidade de mudanças.Sendo assim, com uma reformulação no preparo do produto, a loja conseguiu uma recuperação no índice de vendas ( até abril de 2017 havia uma média de 130 salgados por dia).Contudo, para recuperar o prejuízo do ano passado a empresa necessita de uma venda média de 200 salgados por dia .Ademais, o número de vendas por encomenda

**B-Rotatividade dos funcionários:** Com o baixo número de vendas e os problemas financeiros enfrentados pela loja em 2016, muitos funcionários desmotivados decidiram parar de trabalhar no estabelecimento ( a loja iniciou 2016 com 7 funcionários e terminou com 4, sendo que durante o período alguns outros foram contratados, mas também pediram demissão) .Isto acabou gerando excesso de funções para os contribuintes que permaneceram na empresa e , conseqüentemente, ineficiência dos serviços prestados.Para 2017, o objetivo é retornar à situação de 7 funcionário, todos motivados e capacitados.Até abril de 2017 a lanchonete contava com os mesmos 4 funcionários.Dessa forma, deve-se contratar, em média, um contribuinte a cada 10 semanas.

**C-Avaliações dos clientes:** Devido aos serviços ruins prestados pela empresa, a loja tem sido mal avaliada nas redes sociais e em sites especializados em gastronomia.Sendo assim, é necessário acompanhar aquilo que está sendo dito pelos clientes sobre a empresa , para acompanhar a melhorar dos serviços prestados através das percepções dos consumidores.

## 11-Proposta

Diante do exposto, ficam evidentes os problemas enfrentados pela empresa nos setores de marketing, gestão de pessoas e organização e processos.Em relação ao marketing, percebe-se que há um grande distanciamento entre a loja e seu público-alvo, o que dificulta o crescimento do número de vendas.Sendo assim, os serviços de “planejamento de marketing”, “divulgação empresarial” e “pesquisa e análise de mercado” seriam extremamente valiosos para a loja “Quitanda de Minas”.

Além disso, levando em conta os problemas de relacionamento dos funcionários com a empresa, o que acarreta em uma série de complicações à empresa, a área de Gestão de Pessoas poderia oferecer serviços de “pesquisa de clima organizacional” e também um “plano de capacitação”.

Já em relação à administração da empresa, a área de Organização e Processos poderia oferecer um “planejamento estratégico” ou uma “melhoria de processos”, visando otimizar os processos da lanchonete.

## 12-Referências

-Material passado;

- <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/gestao-de-metas-como-implementar-a-metodologia-okr,a67875d380a9e410VgnVCM1000003b74010aRCRD>

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/como-elaborar-um-planejamento-estrategico,854836627a963410VgnVCM1000003b74010aRCRD>

<http://pt.wikihow.com/Escriver-um-Procedimento-Operacional- Padr%C3%A3o>

<http://www.brandme.com.br/1-estrategias-marketing/>