

FACULDADE SANTO ANTÔNIO  
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

VITÓRIA CAROLINA MARIA NOGUEIRA

DISCIPLINA ESTÁGIO SUPERVISIONADO II

ESTUDO DE CASO  
DA LOJA TOTAL TINTAS

CAÇAPAVA

2021

## **1. Introdução**

### **1.1 Descrição do fenômeno estudado**

O fenômeno estudado foi a loja Total Tintas, a qual foi inaugurada no dia 27 de novembro de 2009, inscrita no CNPJ 11.373.7860001-09, localizada na Avenida Coronel Manoel Inocêncio, nº 930, na Vila São João. A empresa surgiu quando seus donos analisaram que o município possuía poucos estabelecimentos voltados para essa área, sendo assim, os mesmos viram uma oportunidade e decidiram empreender nesse ramo, o qual vem crescendo a cada dia mais.

Sua estrutura organizacional é enxuta, conta com duas vendedoras que prestam atendimento aos clientes, dois motoristas que realizam a entrega dos produtos aos clientes e três auxiliares administrativos que auxiliam os donos na gestão do empreendimento.

Ainda, suas operações, são bem geridas pelos seus donos, sendo definidas e distribuídas de acordo com as competências de cada funcionário. Suas atividades principais são: comercialização de materiais de pintura; controle de contas a pagar e a receber; negociação e compra de matéria prima; recebimento e conferência de matéria prima; lançamento de notas fiscais no sistema; emissão de notas fiscais; atendimento ao cliente; organização e inventário de estoque e campanhas de marketing.

Possui como pilar para atingir seus objetivos estratégicos, sua identidade organizacional, na qual se encaixa sua missão, visão e valores, sendo elas:

#### **Missão**

Satisfazer as necessidades e expectativas dos clientes através dos produtos e serviços ofertados.

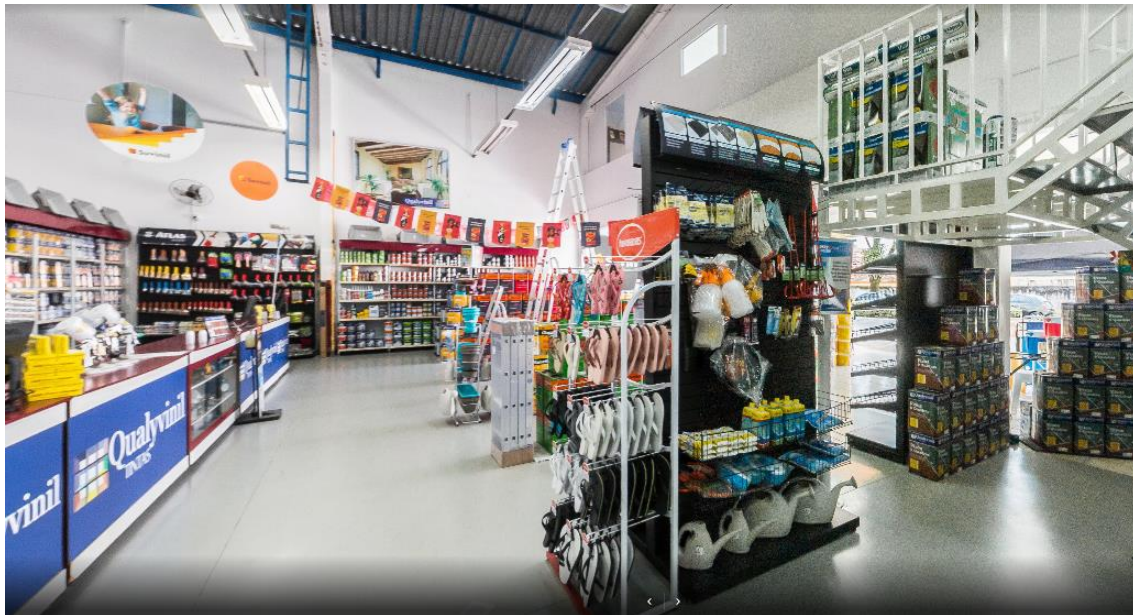
#### **Visão**

Ser referência no mercado de tintas do Vale do Paraíba, reconhecida pela oferta de produtos e serviços de qualidade.

#### **Valores**

- ✓ Comprometimento com a qualidade;
- ✓ Respeito;
- ✓ Valorização das pessoas;

- ✓ Ética;
- ✓ Bem – Estar;
- ✓ Pontualidade.



*Figura 1. Loja Total Tintas*

## **1.2 Objetivos da pesquisa**

O objetivo dessa pesquisa é solucionar os problemas ocasionados por suas principais fraquezas (falta de divulgação da loja e elevada quantidade de produtos em estoque), os quais foram identificados após a realização da análise de SWOT, por meio de ferramentas efetivas e práticas.

## **1.3 Contexto onde a pesquisa foi aplicada**

A pesquisa foi aplicada em um contexto em que os empreendimentos se encontram em fase de reestruturação devido a pandemia do COVID-19 que lhes impactou diretamente, sendo que, muitos deles tiveram que fechar as portas, pois não eram considerados locais essenciais para permanecerem em funcionamento. Esse fato, foi prejudicial aos negócios locais, levando muito destes à falência ou a grandes prejuízos financeiros. Com isso, o uso de ferramentas essenciais para se diferenciar, atrair novos clientes e fidelizar os existentes foi fundamental.

## **2 Trabalhos Relacionados**

### **2.1 Descrever quais estudos são relacionados ao seu, mostrando uma visão crítica seus pontos fortes e fracos.**

Pode-se dizer que os estudos relacionados a este, são aqueles que abordam sobre a importância da divulgação e do controle efetivo de estoque. O que se destaca como ponto forte na maioria desses estudos é o domínio no assunto em que estão tratando devido a um estudo aprofundado, porém, em contrapartida, como ponto fraco se destaca a falta de detalhamento para os leitores nesses materiais.

## **3 Design do estudo de caso**

### **3.1 Questões de pesquisa**

No item 3.2, foi exposto o método de coleta dos dados, sendo assim, as perguntas utilizadas nesta entrevista foram as seguintes:

#### **Proprietário**

- 1) Quais aspectos você considera essencial para manter uma organização?
- 2) Por qual motivo a loja apresenta uma grande quantidade de produtos no estoque?
- 3) Na sua opinião, o que precisa ser melhorado para solucionar as fraquezas da loja?

#### **Clientes**

- 1) O que fez com que você se tornasse cliente da loja?
- 2) Você considera a divulgação da loja eficiente?
- 3) Quais aspectos da loja você acha que devem ser melhorados?

### **3.2 Seleção dos participantes e casos estudados**

A seleção dos participantes ocorreu de maneira simples, no qual definiu-se que o proprietário da empresa e dois clientes escolhidos ao acaso participassem. Os casos estudados abordaram sobre a melhoria das fraquezas da loja para atingimento de suas metas organizacionais.

### **3.3 Procedimento de coleta de dados**

A coleta de dados ocorreu por meio de uma entrevista, na qual o funcionário responsável pela execução deste estudo de caso, realizou três perguntas para o proprietário e outras três para os dois clientes escolhidos. As respostas foram gravadas por um celular e em seguida, as

mesmas foram tratadas e inseridas em um documento de Word para posterior análise dos resultados.

### **3.4 Procedimentos de análise de dados**

Após a coleta dos dados e o tratamento dos mesmos, foram gerados alguns gráficos para facilitar a análise e compreensão. Por meio disso, foi possível propor processos eficazes e ferramentas necessárias para o atingimento dos seus objetivos.

### **3.5 Procedimento de validação**

A validação dos dados ocorreu por meio de uma reunião, para identificar se os resultados foram interpretados de maneira correta, a qual foi realizada entre o funcionário e os dois clientes, de forma respectiva e particular, algumas semanas após a entrevista.

## **4 Resultados**

### **4.1 Descrição dos participantes e dos casos estudados**

Os participantes dessa pesquisa como citado anteriormente foram dois clientes e o proprietário da loja.

O proprietário do empreendimento é o Rogério dos Santos Vieira de 35 anos, o qual é empreendedor há alguns anos, já que ajudava seu sogro na venda de carros antigos. Devido a isso, descobriu sua paixão na área de vendas e decidiu abrir seu próprio negócio. Sendo assim, realizou um minucioso estudo de mercado e verificou que empresas no setor de tintas estava escassa na região. Com isso, decidiu aproveitar essa oportunidade e encarou de frente seus anseios, realizando seus sonhos e atingindo seus objetivos profissionais.

Ele não possui ensino superior, mas realizou alguns cursos profissionalizantes de gestão empresarial e de liderança. Sabe realizar a função de todos os funcionários, sendo assim, consegue executar as atividades operacionais caso algum deles venham a faltar. Ainda, pode-se dizer que o mesmo é bem democrático, já que divide com sua equipe as decisões que precisam ser tomadas, de modo a chegarem na resposta mais assertiva. Além disso, confia e delega atividades importantes aos seus funcionários, os quais vestem a camisa e buscam atingir os resultados organizacionais em conjunto.

Um dos clientes entrevistados, foi o Ricardo da Silva de 41 anos, o mesmo é gerente da qualidade na empresa Volkswagen. É formado em Administração de Empresas e se considera muito crítico em relação a qualidade dos produtos e serviços prestados pelas empresas. É cliente

da loja desde o início, já que realiza a pintura de sua residência com as tintas comercializadas na mesma.

O outro cliente entrevistado, foi o Luís Mendes de 23 anos, o qual trabalha no setor administrativo de uma transportadora. O mesmo também é formado em Administração de Empresas, dominando bem os assuntos dessa área. Possui como objetivo abrir seu próprio negócio na parte de consultoria financeira. É cliente da loja há alguns meses, pois vem reformando seu primeiro imóvel.

Os casos estudados dizem respeito a falta de divulgação e ao nível elevado de produtos em estoque. Tais fatores, podem gerar grandes prejuízos para a organização. Em relação a divulgação, a mesma, pode perder clientes, já que estes poderão optar por estabelecimentos que divulguem seus produtos, promoções etc. Já em questão a falta de controle pelo alto nível de produtos em estoque, pode ocasionar a obsolescência dos mesmos pela falta de demanda, gerando assim prejuízos financeiros.

#### **4.2 Descrição do passo a passo da execução do estudo de caso**

O funcionário da loja Total Tintas responsável por auxiliar na execução desse estudo de caso, realizou uma entrevista com proprietário da mesma e com dois clientes, os quais foram escolhidos aleatoriamente, conforme já mencionado.

As perguntas realizadas na entrevista com o proprietário, visou identificar sua visão a respeito das fraquezas encontradas, por meio da realização da análise de SWOT, para que assim, fosse solucionado tais eventos de forma efetiva. Já em relação as perguntas realizadas aos clientes, analisou-se o que os mesmos achavam a respeito das divulgações realizadas pelo estabelecimento, de modo a realizar melhorias para atender cada vez mais as necessidades e expectativas de seus consumidores.

Após esse processo, foi realizado uma análise e interpretação dos dados coletados, para realização de um estudo aprofundado para proposta da melhor solução e ferramenta a ser implementada.

Como sugestão de ferramenta para o controle de estoque, foi desenvolvido um sistema, no qual consta os produtos armazenados no mesmo. Ainda, toda vez que um produto for vendido será dado baixa automaticamente em sua quantidade armazenada. Além disso, será informado toda vez que o estoque de segurança precisar ser repostado, evitando assim prejuízos como perda de vendas por falta de produtos ou obsolescência por excesso deles.

Em relação a ferramenta de divulgação, foi sugerido parcerias com influenciadores locais, para divulgar o estabelecimento, de forma a alavancar as vendas. E outro método básico proposto, é o uso constante do site, no qual o cliente irá ter acesso as promoções semanais e ao portfólio de produtos comercializados pela loja, conseguindo realizar a compra por este meio, além de possuir acesso ao item de simulações de cores. Ainda, é de extrema importância o uso constante das redes sociais, postando sempre conteúdos de qualidade de modo a não ser nunca esquecida.

### **4.3 Análise e interpretação dos aspectos observados**

Ao se analisar as respostas do proprietário da loja, é possível identificar que o mesmo considera que suas estratégias de divulgação e controle de estoque devem ser aprimoradas. Além disso, considera que a diferenciação dos concorrentes é o pilar fundamental para se manter frente a esse mercado, atraindo cada vez mais clientes e fidelizando os existentes.

As respostas dos clientes, foram praticamente iguais, já que o que fizeram se tornar clientes, foi devido ao bom atendimento e a qualidade dos produtos ofertados. Acham também que a divulgação das promoções e uso das redes sociais para tal devem ser mais utilizadas.

### **4.4 Avaliação a respeito da validade dos resultados**

A reunião de validação foi de extrema importância, pois foi possível apresentar a eles os resultados obtidos de acordo com a interpretação realizada de suas respostas. Além disso, os mesmos enfatizaram que viram o que lhes foi exposto de maneira mais minuciosa, compreendendo ainda mais o contexto das perguntas que responderam durante a entrevista.

## **5 Conclusão e trabalhos futuros**

### **5.1 Breve descrição do seu trabalho**

O presente estudo diz respeito a loja Total Tintas, a qual se encontra posicionada há 10 anos dentro do mercado de comércio varejista de tintas e materiais para pintura. Sendo assim, pode-se dizer que a mesma é uma das líderes desse ramo, já que foi inaugurada em um momento no qual não haviam muitos empreendimentos voltados para esse segmento, sendo esse um dos fatores que contribuiu para uma maior retenção de clientes.

Porém, como todo negócio a mesma possui seus pontos fortes e fracos e pensando em melhorar suas fraquezas e ameaças foi realizado um estudo detalhado sobre a implementação de possíveis ferramentas para auxiliar no crescimento da organização frente a concorrência.

## 5.2 Um resumo das conclusões da pesquisa

Por meio desse estudo de caso, foi possível identificar que as ferramentas de controle de estoque são fundamentais para evitar a obsolescência dos produtos e a perda de vendas pela falta do mesmo. Em relação a divulgação do empreendimento, uma frase bastante pertinente que se encaixa nesta situação é: “Quem não é visto não é lembrado”, sendo assim, é fundamental que o negócio possua efetivos canais de divulgação, para que seus clientes tenham uma experiência de compra bastante agradável e diferenciada e para que a empresa se mantenha forte frente a esse mercado cada vez mais competitivo.

## 5.3 Relação com as evidências existentes

Por meio das respostas obtidas através das entrevistas realizadas, notou-se que as mesmas tinham relações bem próximas com a análise de SWOT realizada pela organização.

Foram analisados os seguintes pontos na Matriz de SWOT:

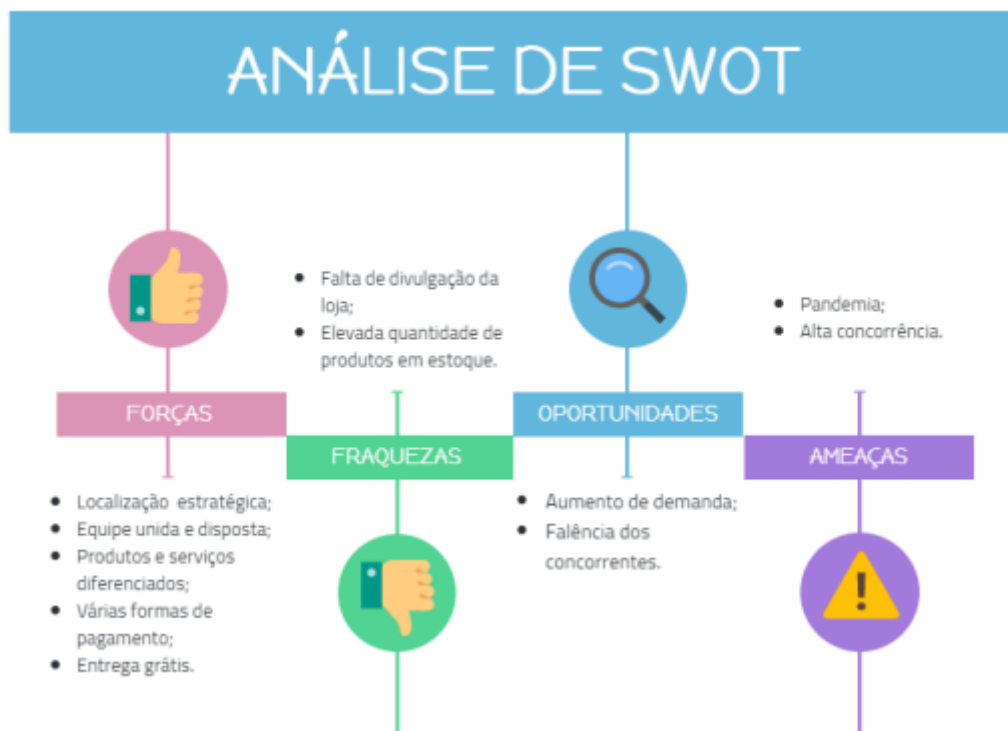


Figura 2. Análise de SWOT

### Ambiente Interno: Forças X Fraquezas

Como forças destacam-se: localização estratégica, já que se encontra em uma avenida, na qual diariamente há um grande fluxo de pessoas; equipe unida e disposta, o que colabora com o crescimento organizacional e com o bom atendimento ao cliente; produtos e serviços



diferenciados, o que atrai a atenção do público alvo; várias formas de pagamento, sendo também um atrativo fundamental e entrega grátis, oferecendo maior comodidade aos clientes.

Como fraquezas destacam-se: falta de divulgação online dos produtos, isso faz com que muitos consumidores comprem nas concorrentes que mais divulgam os seus produtos e elevada quantidade de produtos em estoque, o que pode gerar a obsolescência dos mesmos por falta de demanda.

### **Ambiente Externo: Oportunidades e Ameaças**

Como oportunidades destacam-se: aumento da demanda, com o cenário em que estamos vivendo os índices de construções civis aumentaram exponencialmente, gerando maior demanda em produtos relacionados à pintura e a falência dos concorrentes, que também devido ao cenário pandêmico em que estamos inseridos, muitos empreendedores tiveram que fechar as portas devido à falta de recursos para continuarem.

Como ameaças destacam-se: pandemia, a qual fez com que muitos indivíduos ficassem desempregados, fazendo com que estes optassem por darem uma pausa nas obras de seus bens imóveis ou até mesmo por realizarem a compra de produtos de marcas inferiores, devido à falta de recursos financeiros e a grande quantidade de concorrentes, o que forçou ainda mais o uso de ferramentas essenciais para se diferenciar e atrair novos clientes e fidelizar os existentes.

### **5.4 Impactos e implicações que os resultados podem gerar**

A falta de divulgação pode fazer com que muitos consumidores comprem nas concorrentes que mais divulgam os seus produtos e a elevada quantidade de produtos em estoque pode gerar a obsolescência dos mesmos por falta de demanda.

### **5.5 Limitações do estudo**

Falta de acesso aos relatórios e indicadores financeiros da loja para verificar a melhor estratégia referente ao estoque e a realizações de divulgações por meio de ferramentas pagas.

### **5.6 Trabalhos futuros**

Como trabalhos futuros seria fundamental a realização de um estudo de caso, comparando o cenário da loja atualmente e após incrementação das ferramentas indicadas neste presente estudo, como forma de melhoria dos processos para atingimento dos objetivos da organização.

## **Agradecimentos**

Primeiramente só tenho que agradecer à Deus por tudo, pois sem Ele não teria conseguido terminar meu último ano de Faculdade. Meus familiares também foram de extrema importância, já que sempre apoiaram meus sonhos e me incentivaram a nunca desistir.

Por último, mas não menos importante, gostaria de agradecer a todos docentes que passaram por minha vida ao longo desses 4 anos, contribuindo muito com a minha carreira acadêmica e profissional.

## **Referências**

CASAROTTO, Camila. **Aprenda o que é análise SWOT, ou análise FOFA, e saiba como fazer uma análise estratégica do seu negócio.** Disponível em:  
<https://rockcontent.com/br/blog/como-fazer-uma-analise-swot/>. Acesso em: 12/10/2021.