

FACULDADE SANTO ANTÔNIO
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO
ALUNA: PAULA REGINA DE ASSIS SILVA
RA 3201810077

DISCIPLINA ESTÁGIO SUPERVISIONADO II

ESTUDO DE CASO
(MARCENARIA SÃO JOSÉ)

CAÇAPAVA

2021

INTRODUÇÃO

1.1 Descrição do fenômeno Estudado

A Marcenaria São José vivenciou a dificuldade em questão de entrega de moveis, os prazos não eram cumpridos pela mesma e deixava a desejar. Estava sem saída, e a concorrência estava sempre a frente.

Mas acreditava-se em uma evolução e que deveria acontecer o quanto antes. Problemas de logística nas entregas devido à alta demanda de pedidos, motivada pelo crescimento de trabalho home office alavancado pela pandemia, que trouxe a necessidade de construção de móveis para este fim.

Um segundo obstáculo observado foi a diminuição da qualidade, que foi impactada pela redução nos prazos de entrega, gerado pela alta demanda.

No entanto, diante deste cenário promissor, mas que trazia com ele desafios, surge, a partir de uma ideia criativa do irmão do proprietário, a possibilidade de crescimento, aliado a contratação de mão de obra qualificada e com conhecimentos técnicos necessários a suprir e ultrapassar este momento, e Isaias passou a acreditar que muitas vezes, ação simples poderia possibilitar que a marcenaria crescesse, por mais que esteja em pandemia, porque fazer com menos também pode aumentar o lucro e demanda, e discrepar os concorrentes.

Foi então que contratou pessoas para auxiliar no escritório, pessoas qualificadas para mão de obra e auxílio na área contábil da empresa.

Com o passar do tempo entendeu que se não houvesse prazos concretos, não haveria evolução em seus objetivos.

Com essa péssima atitude profissional que iniciou sua empresa, pensou então em planejamento estratégico, que se refere a um processo sistêmico que permite definir melhor caminho a ser seguido, para atingir um ou mais objetivos, tendo então contextos analisados como cenários, definindo metas e ações que permitiu chegar onde se deseja.

A empresa obtém suas atividades em Caçapava faz 6 anos, por iniciativa do proprietário Isaias Alves, que possuía uma experiência no ramo de moveis planejados adquiridas em indústrias similares, e procurou obter mais conhecimento na área.

A partir de sua instalação, a empresa tem se desenvolvido gradativamente. Os clientes se dirige diretamente com proprietário para fazerem suas encomendas

A empresa é dirigida por Isaias, e tem o apoio de sua esposa Michelle nos quais se centralizam juntos todas as decisões.

Dois empregados são encarregados de corte-montagem e acabamento dos moveis, uma auxiliar de limpeza, uma estagiaria da apoio a que precisa na marcenaria.

A contabilidade é feita através dos serviços contratados de um escritório de contabilidade externo.

De acordo com site que a marcenaria disponibilizou para pesquisa.

“A empresa Marcenaria São Jose que tem como razão social Isaias Alves Dos Santos foi fundada em 06/11/2015 e está cadastrada na Solutudo no segmento de Móveis Planejados - Marcenarias com o CNPJ 23.610.825/0001-23. No mercado, a empresa está localizada na Rua Joaquim Horácio De Carvalho, Nº 115 no bairro Vila Favorino em Caçapava - SP, CEP 12295-013. A empresa Marcenaria São Jose está cadastrada na Receita Federal sob o CNAE 3101-2/00 com atividade fim de Fabricação De Móveis Com Predominância De Madeira. ”

(SOLUTUDO ,2016)

Obtendo então a Missão, Visão e valor da Marcenaria.

A **MISSÃO** da empresa é fornecer com excelência a fabricação de produtos com ênfase na capacidade profissional, agregando design e materiais de alta qualidade, criando produtos de alta capacidade de uso, tendo ambiente personalizado.

VISÃO ser uma empresa de maior ênfase em personalização de moveis, ter reconhecimento pelo trabalho desenvolvido com profissionalismo, possibilitando a conquistas de novas áreas correlatadas a atividade oferecida pela marcenaria, operar com alto níveis de lucratividade, e excelência em todo processo de fabricação, entrega e montagem do produto com requinte de estilo de cada cliente. Ser uma das melhores Marcenarias da cidade de Caçapava, tendo um principal objetivo de encantar clientes.

VALOR, ter uma gestão eficaz, tendo em vista transparência e compromisso com cada cliente, obter sempre uma segurança no ambiente interno e externo de trabalho, tendo funcionários responsáveis e comprometidos com seus deveres. Qualidade em seu trabalho. Ter um empreendedorismo responsável, para que a marcenaria cresça e obtenha rentabilidade.

1.2 Objetivo da Pesquisa

É mostrar a funcionalidade da marcenaria em época de pandemia mostrar seus pontos fortes e fracos em comparativo a concorrência, ferramentas usadas para do andamento em questão financeira e da montagem, material usados, a fabricação que obedece ao seguinte esquema:

Usamos ferramenta de Análise Swot, onde pode-se ver nossas forças, fraquezas, ameaças e oportunidades, a ferramenta BSC uma das formas de se atingir a excelência em gestão empresarial é adotar um modelo que direcione as ações do empreendimento para financeiro da empresa, clientes, processos e aprendizagem. As ferramentas citadas são a mais usadas pela empresa.

A pandemia foi uma formada empresa se reformular, em questão de atendimento ao cliente busca estar à frente da situação, controlando gastos, fazendo que esteja bem financeiramente.

Como todo empresário sabe que se tem riscos a correr em próprio negócio, assim o proprietário se organizou formulando relatórios mensais, busca de bons fornecedores e faz ótimas negociações, sabe usar a criatividade, investe em uma boa comunicação para

alavancar as vendas e poder conquistar novos clientes, ou seja, a empresa tem um bom planejamento do negócio.

Está atento a concorrência, tem acesso a todo processo de produção, busca estar atualizado, usufruindo de cursos na área de empreendedorismo.

1.3 Contexto onde a pesquisa foi aplicada

A marcenaria apesar da época de pandemia conseguiu se reinventar, com as pesquisas feitas pelos mesmos sobre o que clientes buscam além de preço, concorrentes e materiais que são usados.

Os clientes procuraram comprar moveis planejados, pois muitos empresários precisaram de um local mais confortável para trabalhar em home office e optaram por moveis com designer do seu gosto e estilo para o conforto.

E muitos microempreendedores buscou a satisfação de serviços feitos pela marcenaria, como professores, manicures, costureiras para produção de máscaras e até estudantes para ter aulas online em casa.

Tendo sempre a visão acima, ou seja, buscando boas tecnologias de maquinário, orçamentos via WhatsApp, redes sociais, e a domicilio (seguindo normas regulamentadoras da saúde covid 19), sendo então da forma que cliente preferir.

Se manter no mercado não é fácil envolve várias situações, uma delas é no início a conquistas de clientes, tem que se ter um investimento que pesa de fato, mas é necessário para o empreendedorismo.

Podendo ser a referência de marca e tendo uma posição de mercado. Do ponto de vista estratégico, posicionar sua empresa no mercado significa se diferenciar da concorrência e alcançar a liderança, conquistando um lugar de destaque entre os consumidores.

E a marcenaria São José sempre teve essa visão de se diferenciar sempre, seja em atendimento, ou prestação de serviços.

E suas pretensões em comparativo das concorrentes são as melhores, pois envolve o seu ambiente interno (funcionários) e externos (clientes e também fornecedores), onde se há uma busca constante sobre empreendedorismo no ramo moveleiro.

2. Trabalhos relacionados

Algumas empresas visam somente em vender, é sim uma boa estratégia, porém, fazer com que o cliente se sinta bem e satisfeito com serviço é bem gratificante, ao invés de pensar em quantidade de vendas. O cliente precisa ter confiança e ficar satisfeito com que foi entregue. Para que o mesmo tenha o prazer de voltar quando for preciso, isso é essencial para sobrevivência de uma organização e fidelizar clientes.

Kotler (2012) , aborda sobre as organizações que tem como objetivo de aumentar seus lucros e suas vendas , devem se dedicar mais ao tempo e consideráveis recursos para

que consiga alcançar novos consumidores .Uma organização pode desenvolver ferramentas de propagandas por meio de anuncio , comerciais , redes sociais , e-mails , para fidelizar clientes , as organizações também precisam propor boas ideias e expandir o tamanho de seus negócios , para consumidores terem opções , se sentirem confortáveis e que possam ter acesso a empresa sem dificuldade e assim a empresa seja o número 1 para consumidores .

A Marcenaria apesar de ser de pequeno porte, o proprietário visa sempre estar atualizado no que manda os dias atuais, busca sempre estar fazendo cursos como inovação da tecnologia, empreendedorismo, logística da empresa, cursos de autocad e mercado de vendas, treinamento de equipe.

De acordo com Chiavenato (2014), o treinamento é um método de educação para que as pessoas possam adquirir habilidades , conhecimento e desempenho para fazer seu trabalho de forma correta , é um processo educacional que visa preparar e formar as pessoas por meios de instruções .O treinamento é visto como um meio de tornar as pessoas mais preparadas , produtivas e habilidosas , criativas e inovadoras , assim é possível que a organização tenha uma boa lucratividade , por admitir pessoas que colaborem de fato para um bom trabalho e um ótimo resultado de negócio.

Utilizando investimentos próprios e também buscando oportunidades em órgãos públicos, visando ampliar seus conhecimentos técnicos para melhoria constante e satisfação de seus clientes.

Trata – se de um profissional com conhecimento técnico, com pratica sobre madeiras e acessórios que envolve seu trabalho onde com experiência de mercado e produto viabiliza soluções propostas pelas clientes demonstrando seu profissionalismo e satisfazendo então aquilo que se é proposto, considerando custos e prazos fixados.

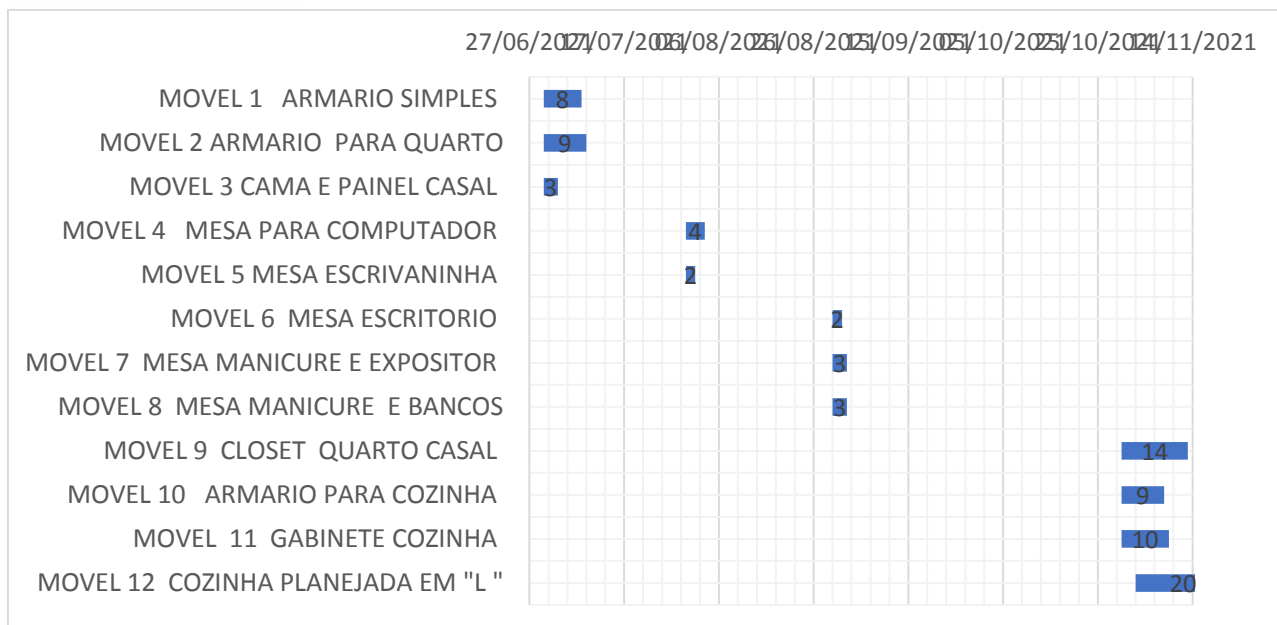
Com os concorrentes devemos lidar de uma forma mais preparada, visando fazer tudo certo, sem prejudicar ninguém, porém sempre buscando conquistar clientes e manter os quais já foram conquistados.

Pontos fortes: a alta qualidade de mobiliário, construiu uma boa parte de sua carteira referente a clientes, se tem um engajamento profissional.

Pontos fracos: alto turnover (troca de pessoal); prazo de entrega elevado e dependência de mão de obra especializada,

A empresa Marcenaria São José observou que seus concorrentes estão deixando a desejar na hora da entrega, para não cometer esse erro, desenvolveram uma ferramenta que ajudou muito no controle de produção e entrega, obtendo datas e tempo de cada peça de móvel produzida por dia.

Segue a baixo a cronograma usado.



Modelo de tabela usada

PRODUÇÃO	INICIO	DURAÇÃO dias	TERMINO
MOVEL 1 ARMARIO SIMPLES	30/06/2021	8	08/07/2021
MOVEL 2 ARMARIO PARA QUARTO	30/06/2021	9	09/07/2021
MOVEL 3 CAMA E PAINEL CASAL	30/06/2021	3	03/07/2021
MOVEL 4 MESA PARA COMPUTADOR	30/07/2021	4	03/08/2021
MOVEL 5 MESA ESCRIVANINHA	30/07/2021	2	01/08/2021
MOVEL 6 MESA ESCRITORIO	30/08/2021	2	01/09/2021
MOVEL 7 MESA MANICURE E EXPOSITOR	30/08/2021	3	02/09/2021
MOVEL 8 MESA MANICURE E BANCOS	30/08/2021	3	02/09/2021
MOVEL 9 CLOSET QUARTO CASAL	30/10/2021	14	13/11/2021
MOVEL 10 ARMARIO PARA COZINHA	30/10/2021	9	08/11/2021
MOVEL 11 GABINETE COZINHA	30/10/2021	10	09/11/2021
MOVEL 12 COZINHA PLANEJADA EM "L "	02/11/2021	20	22/11/2021

Uma forma de conquistar é demonstrada a importância que o mesmo tem, mesmo se a compra for pouca ou uma vez ou outra. Fazer com que tenha confiança no seu empreendimento, e sempre deixando claro que nunca será deixado na mão quando precisar.

Há muitos concorrentes nessa área, porém a Marcenaria é excelência no trabalho executado, pois a área de marceneiro está sendo procurada pela durabilidade dos moveis planejados, e os clientes não deixam de prezar a empresa.

É reconhecida pelo trabalho prestado, e assim é passado de cliente para conquista de novos e acontecendo então sucessivamente no ambiente externo.

3. Design do estudo de caso

Para obter a essa atração e retenção usamos serviço de qualidade, produtos de qualidade, um ambiente amigável para clientes, incentivo de fidelidade ao cliente.

Reter clientes não diz respeito apenas a vendas, mas também à capacidade da empresa de se manter e estabelecer-se no mercado, gerar novos negócios continuamente e garantir o sustento financeiro da empresa no decorrer do tempo.

Vale lembrar que manter um cliente é muito mais barato do que conquistar novos clientes nos dias de hoje.

É uma estratégia voltada à manutenção do vínculo do consumidor com uma empresa. E que de fato está dando certo para Marcenaria.

A marcenaria tem como foco estratégico seu crescimento de rentabilidade e tamanho de empresa, pois hoje é pequeno porte. Estima-se que daqui uns seis anos ela cresça, podendo então contratar mais funcionários e abrir até filiais com nome da marcenaria São Jose, seja nas proximidades ou em outras regiões.

Se prevê um processo contínuo de criação, implantação e análise de decisão que trará uma saúde financeira satisfatória e sendo então uma empresa com requisito de sua modalidade de mercado.

Processos internos e externos, integrando atividades como de vendas, finanças) assim atendendo bem os clientes. Com excelência na entrega e montagem dos moveis.

Atendendo clientes nas plataformas digitais, pois atualmente os clientes estão se relacionando comparando produtos a partir das mais diversas redes sociais existentes. Dessa forma é muito válido implementar estratégias, por meio de campanhas e divulgações.

“A importância da informação, independente do contexto onde for utilizada (seja no nível operacional, tático ou estratégico) é fundamental, e esta importância só tende a aumentar de acordo com a complexidade da sociedade e das organizações. Então a forma como a informação é trabalhada, obtida e exibida deve ser objeto de uma profunda análise para que se evite o risco de que a mesma seja necessária obtenha –se apenas “ruído” (FREITAS et al., 1997)

4. Resultados

A empresa pensa muito no futuro, tanto interno e externo, sempre busca ferramentas que impulsionam seus objetivos.

Tendo em vista a competência de liderança, habilidade empresarial, motivação em relação a equipe, sempre busca valoriza-la.

Se tem a capacidade de delegar tarefas e oferece suporte para que os resultados sejam alcançados

Em questão a esse quesito, temos a visão de satisfazer o cliente, pois é o mesmo que mantém a empresa. Buscamos estruturas como conhecimento na área, sempre se renovando para atender melhor o cliente.

Se atualizando sempre em cursos de autocad e mercado de vendas.

Usamos ferramenta de Análise Swot, a ferramenta BSC uma das formas de se atingir a excelência é adotar um modelo que direcione as ações do empreendimento para financeiro da empresa, clientes, processos e aprendizagem.

A primeira parte do referencial se contextualiza a temática, mostra como se deu a evolução de conceitos desenvolvidos, conceitos que vem sendo trabalhados.

Em umas das abordagens feitas, se contextualiza formas de seres trabalhadas para melhoria da empresa seguindo raciocínio de pessoas com a experiência e forma de mudança.

“A falha é simplesmente a oportunidade de começar novamente, desta vez de forma mais inteligente “ (Henry Ford)

5. Conclusão e trabalhos futuros

Tendo em vista aquilo que se aprende ao decorrer do tempo na faculdade de Administração e buscamos enfatiza-los no nas atividades prestadas na empresa.

O estágio supervisionado visa dar oportunidades de aprendizado através de experiências profissionais práticas.

Essa pratica vivenciada no estágio traz experiência na área das finanças, ter ideia real sobre a estratégia da empresa, de como empreender, ou seja, ter uma visão mais ampla do ramo onde se tem a atuação.

A marcenaria onde realizo a função de estagiaria é de pequeno porte, atua na área de moveis planejados, desde 2015 e conta com cinco colaboradores, sendo dois montadores, uma na área de administrativa, uma estagiaria nas finanças e uma na parte da limpeza do local.

O proprietário da empresa chama-se Isaias Alves dos Santos, iniciou essa empresa, pelo motivo de ver a escassez dessa mão de obra na localidade, e deu certo, está no ramo desde 2015 e tem conhecimento de carpintaria e autocad para montagem de projetos, pois são feitos por ele, é uma projeção de desenhos para demonstração, a montagem de mão de obra dos moveis ficam por conta dele e de seus dois montadores. A marcenaria São José está cada vez se reformulando, oferece um atendimento confortável e que permita aos clientes vivenciar a ambientação dos produtos. Para a empresa está sendo muito bom, o investindo em equipamentos com alta tecnologia no mercado para se manter então atualizados e a frente do empreendimento.

Está em processo a criação de uma nova identidade visual, adequada à grandiosidade dos negócios da marcenaria.

Atua com excelência e grande reconhecimento na produção sob medida de móveis para residências e comércio, com participações em feiras e mostras de decoração, demonstrando para o consumidor final suas soluções de qualidade para qualquer ambiente.

Tem como meta principal o respeito aos clientes e colaboradores bem como o fornecer serviço de qualidade.

A empresa considera todos os colaboradores e vem se esforçando diariamente para melhorar o ambiente para que todos possam trabalhar com tranquilidade e segurança.

Se tem o compromisso com as condições de segurança e a excelência no atendimento ao cliente.

A segurança é responsabilidade de todos os profissionais envolvidos no ambiente de trabalho.

Buscar a melhoria contínua em parceria com seus colaboradores e fornecedores através do desenvolvimento de cada peça com dedicação exclusiva e qualidade, aumentando a cada dia a satisfação do cliente.

São estes os fatores essenciais para o sucesso da Marcenaria, tenho certeza que crescerá muito. Pois está seguindo seus negócios corretamente respeitando seus limites e alcançando aquilo que sempre foi almejado pelo empreendedor, sua estrutura empresarial, seu ambiente interno e externo é excelente.

6. Agradecimentos

Agradeço a Deus pela minha vida, e por me ajudar e dar forças para ultrapassar obstáculos ao longo do curso.

Aos meus filhos pela paciência e espera de cada dia tendo de estar ausente por uma proveniência de princípios futuros, aos meus pais, irmãos, amigos, meu esposo que sempre esteve ao meu lado, onde foi meu grande apoiador nessa jornada e principalmente aos amigos de vida acadêmica Wesley e Elaine que me incentivaram a nunca desistir, sempre estivemos lado a lado nessa jornada tão intensa.

Ao professor pelas orientações e ensinamento que permitiu o desenvolvimento no processo de formação profissional.

7. Referencias

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. -5 ed. Rio de Janeiro: Empreende/LTC,2014.

ALVARENGA, Daniela dos Reis. Et al. **Proposta de implementação da estratégia estruturada de marketing de serviços para a maior captação de clientes: Estudo de caso na empresa SNJ serviços. Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento**. Ano. 06, Ed. 10, Vol. 06, pp. 111-131. Link de acesso: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/administracao/marketing-de-servicos,10.32749/nucleodoconhecimento.com.br/administracao/marketing-de-servicos>

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de vendas**: uma abordagem introdutória transformando o profissional de vendas em gestor de vendas. - 3.ed.-Barueri, SP: Manole,2014.

Aumentar a produtividade da marcenaria: 5 dicas essenciais. Disponível em : <https://blog.promob.com/aumentar-a-produtividade-da-marcenaria/> . Acesso em 30 de Out de 2021.

A importância de gestão de Pessoas nas Empresas .Disponível em <https://administradores.com.br/artigos/a-importancia-da-gestao-estrategica-de-pessoas-nas-empresas> Acesso em 30 de Out de 2021.