



INSTITUTO DE DESENVOLVIMENTO

EDUCACIONAL DE BAGÉ
FACULDADE IDEAU DE BAGÉ



ANÁLISE ORGANIZACIONAL NO MERCADO E PADARIA VITÓRIA E SUGESTÕES PARA A REFORMULAÇÃO DE SUA ESTRUTURA

CARDOSO, Gabriela Peçanha¹
KUMMER, Helena Quincozes¹
LINDORFER, Ravier Felipe Rosa¹
PEREIRA, Alexandre Mieres Alves¹
RODRIGUES, Ezequiel Rodrigues¹
GRIEBELER, Adriane²
CHAGAS, Álisson Teixeira²
PERBONI, Viviane²
PRESTES, Caroline Soares²

RESUMO: O presente estudo teve como fundamento principal ajudar o empreendimento mini mercado e padaria vitória com a formulação de um organograma e sustentação de um plano estratégico mais viável. Utilizando de uma análise qualitativa, foi realizado um questionário na empresa com o intuito de entender sua organização interna. Com os dados que foram obtidos foi possível compreender que a empresa possuía um esquema tático defasado pois não levava em consideração sua concorrência, e, sua principal clientela consistia de eventos da cultura local e sua ligação religiosa. Concluiu-se que a empresa necessitava de uma melhor estruturação e uma mudança no seu modo operante para que atingisse um maior mercado.

Palavras-chave: comércio; filosofia; estrutura; ética; reforma.

ABSTRACT: The present study was primarily based on helping the mini market and bakery Vitória with the formulation of an organizational chart and support for a more viable strategic plan. Using qualitative analysis, a questionnaire was conducted at the company with the aim of understanding its internal organization. With the data obtained, it was possible to understand that the company had an outdated tactical scheme as it did not take into account its competition, and its main clientele consisted of events from the local culture and its religious ties. It was concluded that the company needed better structuring and a change in its operating mode to reach a larger market.

Keywords: commerce, philosophy; structure; ethics; reform.

1 INTRODUÇÃO

A análise organizacional oferece um diagnóstico detalhado de uma empresa, pois oferece informações a respeito da sua estrutura organizacional, processos, desempenho e como ela está posicionada em relação ao mercado. Esse tipo de análise em empreendimentos menores, como o mini mercado e padaria Vitória, situada em Hulha Negra, RS, se faz necessário, uma vez que pode contribuir na identificação de estratégias que melhorem a competitividade em um contexto local.



INSTITUTO DE DESENVOLVIMENTO
EDUCACIONAL DE BAGÉ
FACULDADE IDEAU DE BAGÉ



O Mini Mercado e Padaria Vitória não foge a sua classificação como varejista, pois comercializa produtos alimentícios, de mercearia e produtos panificados, suprimindo as necessidades mais básicas da população consumidora. Apenas com uma abordagem menor, aqui é utilizada a gestão familiar, ou seja, a administração é feita por membros da mesma família e a pequena rotatividade de trabalhadores resulta numa estrutura organizacional compacta. Por conta do grau menor de complexidade nesta tipologia de negócio, como uma limitação financeira e modal, são impostos processos informais, também conhecido como verticalização, juntamente com a formalização, ou bons e rápidos atendimentos, trazem bons resultados dessa abordagem. O propósito desta análise é compreender como a empresa está estruturada, como as decisões são tomadas, os principais problemas que enfrenta e quais outros problemas pode explorar para melhorar o negócio. Serão tratadas Questões como gestão, atendimento ao cliente, finanças, concorrência local e, com a ajuda de um questionário aprofundado sobre as características da empresa, tudo será avaliado para determinar as respectivas oportunidades e ameaças que podem vir a afetar o negócio. O objetivo é fornecer ao Mini Mercado e Padaria Vitória recomendações práticas para aprimorar seu desempenho operacional e garantir a viabilidade do negócio para um futuro previsível. Outro fator importante para a maioria das organizações é a utilização de sistemas de informação para automatizar seus processos de trabalho, para armazenar e recuperar dados e para compartilhar informações (MORESI et al Transinformação., 2010, p. 104).

2 DESENVOLVIMENTO

Nesta parte do trabalho será detalhado o referencial teórico, a metodologia empregada e os resultados encontrados. Contém a exposição ordenada e pormenorizada do assunto tratado do estudo.

2.1 Referencial Teórico

2.1.1 Principais Teorias da Administração



INSTITUTO DE DESENVOLVIMENTO
EDUCACIONAL DE BAGÉ
FACULDADE IDEAU DE BAGÉ



A administração e nossa vivência social estão juntas. Práticas administrativas já existiam muito tempo atrás, antes da formalização. No Egito, construir as pirâmides exigia organizar tarefas e distribuir os trabalhadores com eficácia.

Na China, os ensinamentos de Confúcio impactaram fortemente a gestão e a organização do Estado (CHIAVENATO, 2003). Essas evidências mostram que a Administração, mesmo em seus primórdios, era essencial para finalizar projetos difíceis.

Com a Revolução Industrial, no século XVIII, o crescimento das fábricas e a produção em grande escala trouxeram desafios que os métodos antigos não conseguiam resolver. Surgiu, então, a Administração Científica, de Frederick Taylor, para melhorar o trabalho, com análise minuciosa e uniformização. O objetivo era aumentar a produção e diminuir o desperdício, focando na especialização do funcionário (TAYLOR, 1995). Em paralelo, Henri Fayol criou uma abordagem importante: a Teoria Clássica da Administração, com foco na estrutura das empresas.

Fayol criou funções de gerência - planejamento, organizando, direcionando, coordenando e controlando (FAYOL, 1990).

Os estudos de Elton Mayo, na Western Electric (Experiência de Hawthorne), mostraram que elementos emocionais, sociais e motivacionais afetam a produtividade. Portanto, surgiu a Escola das Relações Humanas, valorizando o ser humano no trabalho, observando o ambiente, a comunicação e a motivação (MAYO, 1949).

Ademais, Max Weber trouxe o modelo burocrático de organização. Para ele, a estrutura ideal deveria possuir regras claras, hierarquia bem desenhada, e decisões sem viés. A burocracia, para Weber, seria o auge das organizações modernas. (WEBER, 1921).

A Teoria Geral dos Sistemas de Ludwig von Bertalanffy diz que as organizações são como sistemas vivos que conversam com o mundo ao seu redor. Essa visão mudou o jeito de pensar, mostrando a importância da economia, cultura e tecnologia. Entretanto, segundo a Teoria Contingencial de Lawrence e Lorsch (1967, p. 790), diz que existe mais de um modo de se gerenciar. Para eles, cada cenário solicita uma solução particular a natureza da organização, sua localização, a tecnologia empregada e até mesmo a equipe interna influenciam.

Com o início do século XXI, o mundo dos negócios se deparou com os desafios trazidos pela globalização, o progresso tecnológico, e a crescente onda de atenção ao meio



ambiente e a responsabilidade social. Peter Drucker já dizia que, para uma organização ir bem atualmente, é crucial estabelecer objetivos precisos, liberar a autonomia dos funcionários e visar as questões sociais (DRUCKER, 1999).

Peter Senge apresentou a ideia das organizações aprendizes, lugares de trabalho que apoiam a busca por novas informações, inovações e adaptabilidade. No pensamento de Peter, as empresas bem sucedidas são aquelas que se atualizam o tempo todo, valorizam a fala de seus trabalhadores e fomenta um entendimento mútuo entre todos (SENGE, 2006).

Simplificando, a jornada da Administração demonstra sua evolução contínua: partindo de métodos empíricos, e alcançando um escopo vasto, incorporando várias disciplinas cruciais para entender e vencer os obstáculos das empresas. Cada elemento contribuiu para a interpretação, deixando-as mais eficazes e melhorando a gestão, juntando eficiência, inovações e respeito pelos indivíduos.

2.1.2 Organograma de uma empresa

O organograma vertical, segundo Chiavenato (2009, p. 85) é um esquema que ilustra a hierarquia da organização. As posições são organizadas linearmente, de cima (gerência) para baixo (os trabalhadores).

Esse organograma é bem tradicional e comum, ele serve para mostrar a linha de comando e as responsabilidades, em todos os níveis da organização.

O SEBRAE (2023) diz que 70% das pequenas e microempresas no Brasil nem tem uma estrutura formalizada. Empresas com estrutura formalizada, provam os dados, têm 40% mais chance de sobreviver depois de 5 anos (IBGE, 2022), 45% menos conflitos, 35% mais eficiência e 50% mais facilidade em investimentos (ENDEAVOR, 2023).

Pela literatura de Administração e Gestão, o organograma é chave para estruturar a empresa. Serve para mostrar a hierarquia e para ajudar na gestão estratégica (CHIAVENATO, 2020; MINTZBERG, 2003).

Nesse contexto, evidenciam-se as seguintes contribuições teóricas de autores consagrados:

- Estrutura Hierárquica



INSTITUTO DE DESENVOLVIMENTO
EDUCACIONAL DE BAGÉ
FACULDADE IDEAU DE BAGÉ



O organograma formaliza a relação de autoridade, e também a cadeia de comando, para estabelecer, com toda a clareza, os níveis hierárquicos e as linhas de subordinação (CHIAVENATO, 2020, p. 187).

- Divisão Funcional

Ela mostra a departamentalização, revelando a especialização do trabalho e também a distribuição das atividades, dentro da organização (MINTZBERG, 2003, p. 63).

- Gestão da Comunicação Organizacional

Simplifica o fluxo comunicacional, definindo os canais formais de interação entre os vários níveis e unidades da organização (ROBBINS, 2018, p. 215).

- Planejamento Estratégico

Ele serve de base para análises estruturais, fortalecendo a identificação das necessidades de redesenho organizacional (DRUCKER, 2002, p. 109).

- Integração de Novos Membros

Age como ferramenta de socialização organizacional, ajudando demais na compreensão, do novo colaborador sobre a estrutura da empresa (SCHERMERHORN, 2016, p. 142).

2.2 Metodologia

Para empresas menores, a análise qualitativa é fundamental, pois ajuda a entender aspectos subjetivos e contextuais que afetam seu funcionamento, como relações internas, processos decisórios e adaptação ao mercado, devido a isto ela foi extensamente utilizada para obter os dados apresentados neste estudo.

A pesquisa qualitativa, é um modelo primordial de investigação científica nos campos humanos e sociais, com métodos para apreender a complexidade dos fenômenos sociais. Ela sobressai por sua natureza interpretativa e abrangente, buscando entender os sentidos que as pessoas dão às suas vidas e rotinas (DENZIN; LINCOLN, 2018).



INSTITUTO DE DESENVOLVIMENTO
EDUCACIONAL DE BAGÉ
FACULDADE IDEAU DE BAGÉ



Com suas raízes teóricas, a pesquisa qualitativa contempla a realidade social como edificada e o contexto, pertinente na configuração dos fenômenos. Minayo (2014) e Flick (2013) alegam que esta abordagem apreende as diversas facetas dos processos sociais, transcendendo aparências, para identificar as estruturas de significado que guiam as ações humanas.

Na prática, a pesquisa qualitativa desenvolveu um conjunto de métodos para coletar e analisar dados. Entrevistas, grupos focais e observação são instrumentos para compreender as perspectivas dos participantes (BAUER; GASKELL, 2017).

A análise de conteúdo, como proposta por Bardin em 2016, e a grounded theory, idealizada por Charmaz em 2014, são excelentes ferramentas para analisar os dados qualitativos.

O estudo qualitativo no universo da administração e das organizações tem sido muito frutífero, de facto. Schein (2009) e Mintzberg (2003) mostraram como essa maneira de abordar revela aspectos da dinâmica da empresa, incluindo a cultura, o poder informal, e as estratégias que aparecem no cotidiano.

No contexto brasileiro, a pesquisa qualitativa tem sido um instrumento vital para o avanço das ciências sociais aplicadas, fornecendo instrumentos para investigar a realidade do país. As normas da ABNT, de 2022, oferecem diretrizes para uma execução ética e rigorosa dessas pesquisas.

A investigação qualitativa atual está sempre evoluindo, com novas abordagens como os métodos visuais e digitais, aumentando assim o seu potencial. Essas inovações continuam a enfatizar a compreensão dos fenômenos sociais, em toda a sua complexidade.

Este estudo é um estudo de caso que visa proporcionar um conhecimento a partir da compreensão detalhada da estrutura, processos e gestão do Mini Mercado Padaria Vitória localizado em Hulha Negra/RS. Explica como os serviços internos, organização e a produtividade geral podem ser melhorados a partir do atendimento às demandas da empresa.

A pesquisa de caso é estruturada dentro da unidade de análise singular mais produtiva, pois permite ao pesquisador observar de maneira mais integral as atividades, rotinas e problemas de uma organização. Para a pesquisa, foram feitas entrevistas com os proprietários e os trabalhadores da empresa que lhe forneceram os dados, além da observação em campo operacional com acompanhamento mais claro sobre as etapas do trabalho, possibilitando a detecção de erros ou dificuldades que não agregam valor ao serviço prestado. Com isso,



torna-se possível que se identifiquem e proponham mudanças que assegurem um melhor controle processual.

2.3 Discussão e Análise dos Resultados

Os dados a seguir foram obtidos a partir de uma pesquisa de caráter qualitativa derivados de uma entrevista realizada com a figura administrativa do comércio, nesta situação também correspondente à proprietária. Na entrevista foram realizadas uma série de questões compostas desde gerência do estabelecimento até fatores externos como fluxo de clientela, com a intenção de esclarecer a composição da estrutura organizacional daquele estabelecimento e como os setores eram distribuídos. Todas as questões realizadas na entrevista estão disponíveis no apêndice deste estudo para serem consultadas. Do questionário realizado obteve-se os seguintes resultados:

No dia da entrevista se encontrava apenas a direção do mercado, Saleti Berni Zanoletti, que assumia a função de administrar o caixa. A mesma foi previamente informada sobre os objetivos e estava consciente sobre os fins da pesquisa.

O primeiro tópico estabelecido foi sobre como era constituída a cadeia de suprimentos da empresa. Ao ser indagada sobre de onde se originavam os suprimentos para o mercado respondeu que majoritariamente eles derivam de fornecedores e atacadistas, grande parte do sul do país, ou seja, próximos da região que o mercado atua, algumas vezes vindo de fora do estado. A principal distribuidora destacada pela proprietária é a Distribuidora Fabiano Zaffalon Cia Ltda, que tem destaque por ser a maior broker da Nestlé no Brasil.

O segundo tópico de discussão foram os desafios e oportunidades locais. Em relação aos principais desafios que a empresa enfrenta com a concorrência local a entrevistada salientou que a localização de seu comércio é estratégica e que atua numa área de pouca influência dos mercados concorrentes. Sobre vantagens da região com relação a insumos e mercado consumidor ressaltou que sua empresa tem uma conexão forte com a cultura local que influencia diretamente o movimento de consumidores e a fidelização dos mesmos, acrescenta também que em específicos horários tem um súbito aumento no número de clientes devido a manifestações religiosas locais, que impacta positivamente as vendas.



INSTITUTO DE DESENVOLVIMENTO
EDUCACIONAL DE BAGÉ
FACULDADE IDEAU DE BAGÉ



Em seguida discutiu-se o quarto tópico que corresponde ao setor de produção e operações. Questionada se existiam funções que só podiam ser realizadas por apenas um funcionário esclareceu que sim, era uma realidade da empresa que as funções eram passíveis de não haver outra pessoa qualificada para realizá-las. Sobre o treinamento dos colaboradores da empresa respondeu que não realiza nenhum tipo de treinamento, e acrescenta que os funcionários que possuem treinamento receberam-no em outra instituição. Em relação à padronização ou manual de processos da empresa ressalta que bom atendimento e fidelização dos clientes são procedimentos da empresa que constam essenciais no padrão de processos da empresa, exigido a todos os funcionários.

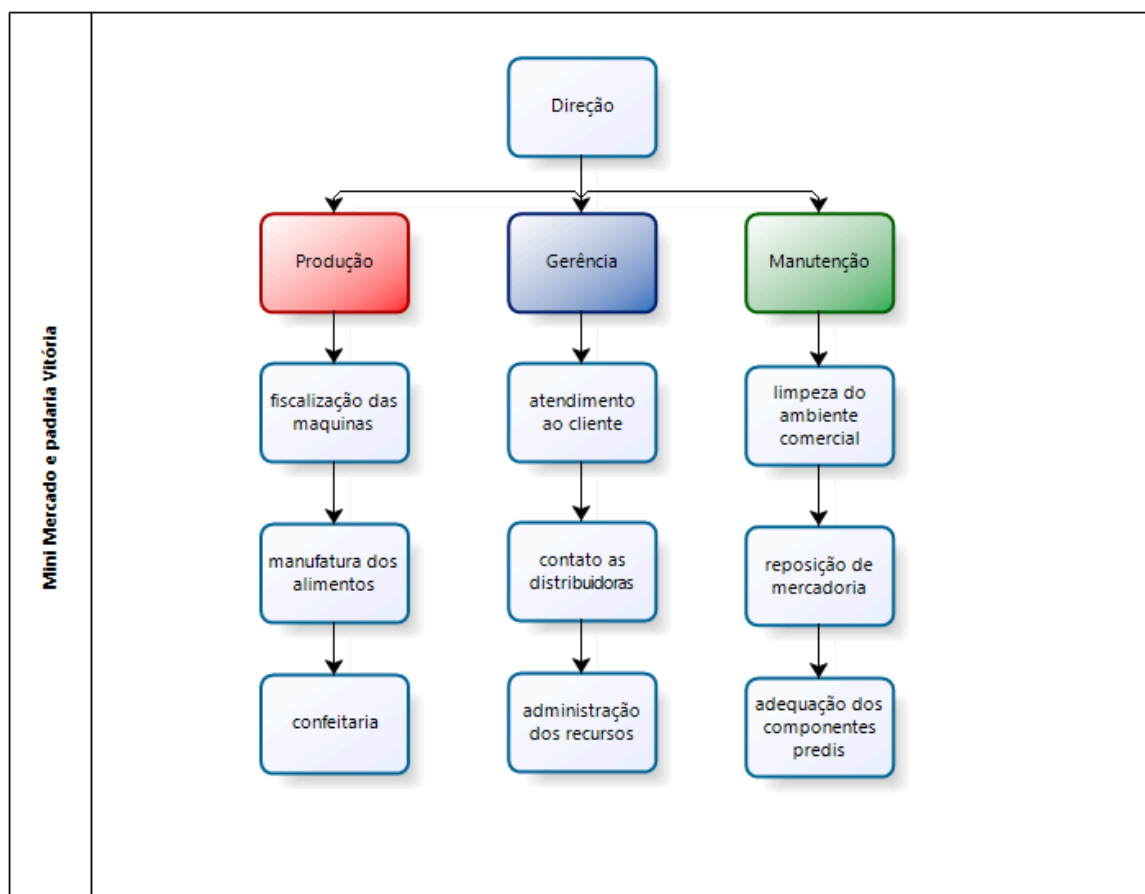
Posteriormente foi estabelecido a organização interna da empresa como o assunto das questões que viriam a seguir, constituindo o quinto tópico. Inquirida sobre a estruturação do organograma da empresa respondeu que a empresa não possui um organograma, que seria essencial para organizar os processos internos e externos do funcionamento do estabelecimento. Entre planejamento estratégicos e metas estabelecidas, a proprietária definiu que consistem em expandir a oferta da variedade de produtos disponíveis aos clientes, expandindo a estrutura do prédio e ficando atento a novas tendências e possíveis novas distribuidoras.

Para o sexto e último tópico foi sugerido à entrevistada que citasse o que, em sua opinião, eram dicas valiosas para o sucesso de uma empresa de seu mesmo ramo. Afirmou que focar no cliente é crucial para este ramo de negócios, destaca que um ambiente comercial que preze pelo conforto do cliente faz com que se crie um laço de fidelização, que faz com que o mesmo torne a frequentar o local sempre. Ao ser questionada sobre o diferencial de grande importância de seu negócio apontou que sua ligação religiosa impacta diretamente seu negócio, a filosofia que usa em seu estabelecimento está ligada diretamente ao que sua empresa se propõe e as metas que deseja alcançar, ao realizar seu trabalho em tal área de atuação sua relevância cresce cada vez mais devido a ética que emprega em seu método de negócio. Sua ligação cultural e religiosa faz seu negócio prosperar cada vez mais, segundo a direção este é o diferencial que manteve seu negócio ativo pelos 20 anos que faz parte do setor comercial da cidade.

Baseado nas informações aqui dispostas com a intenção de auxiliar na reformulação e estruturação do comércio Mini Mercado e Padaria Vitória foi estipulado um organograma, que

condiz com a disposição atual de cargos dentro da empresa, com uma estrutura hierárquica correspondente às suas necessidades.

Figura 01: Organograma proposto para a Empresa Padaria e Mini Mercado Vitória.



Fonte: Elaborado pelos autores, (2025).

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo permitiu compreender de forma ampla o funcionamento do Mini Mercado e Padaria Vitória, destacando aspectos estruturais, operacionais e estratégicos que influenciam diretamente no desempenho do negócio. Através da aplicação de entrevistas e observação em campo, foi possível identificar pontos fortes como o atendimento personalizado e a gestão familiar, além de apontar fragilidades como a ausência de processos



INSTITUTO DE DESENVOLVIMENTO
EDUCACIONAL DE BAGÉ
FACULDADE IDEAU DE BAGÉ



formalizados e limitações financeiras. O uso de organogramas contribuiu significativamente para o entendimento dos fluxos internos e possibilitou a visualização de gargalos que comprometem a eficiência operacional.

Ao analisar as respostas dadas às questões fica evidente que a gestão sofre de gravíssimos desfalques na sua estrutura organizacional e que não possui um organograma. A gerência não dispõe de uma grade de funcionários e os investimentos são mínimos para que expanda seus negócios, isso resulta numa estagnação da empresa. Seu modo operante faz com que se limite ao seu mercado atual e não desenvolva novas estratégias para movimentar suas vendas. Baseia-se em um mesmo esquema tático que não corresponde com a situação atual do mercado da cidade, e futuros investimentos são voltados apenas para suprir a demanda, sem a intenção de expandir o negócio com maior variedade de produtos e mais contratações. O estabelecimento está há 20 anos em atividade e tem se mantido relevante por sua localização em área popular e a relação da proprietária com a cultura local, mas sua base administrativa faz com que corra riscos, a partir do momento que estas vantagens forem comprometidas, como por exemplo com a instalação de um outro mercado na mesma região, ainda que de mesmo porte. Torna-se evidente a necessidade de uma mudança no esquema tático da empresa, no qual a atual gestão tem um sistema inseguro, não tem uma fundamentação sistêmica que crie um pilar sólido para sua sustentação. É necessário a elaboração de uma nova estratégia, um processo administrativo e gerencial coerente com o nicho de mercado e concorrência local. Essa modernização também se torna imprescindível, para que se obtenha uma maior margem de lucro e para que sua oferta se torne atrativa por dispor de uma maior variedade de produtos, investindo assim e melhorando a estrutura como um todo, e principalmente no atendimento para que fidelize e aumente sua carteira de clientes.

Em suma, os dados obtidos demonstraram a importância de repensar a organização dos processos internos, buscando uma maior padronização das atividades e profissionalização da gestão. A adoção de sistemas de informação adequados, mesmo que em escala reduzida, pode representar um avanço significativo na organização dos dados, controle de estoque e melhoria do atendimento ao cliente. Além disso, é fundamental que os gestores estejam abertos à capacitação e ao uso de ferramentas que auxiliem na tomada de decisão, otimizando a administração do negócio e promovendo sua sustentabilidade.



INSTITUTO DE DESENVOLVIMENTO
EDUCACIONAL DE BAGÉ
FACULDADE IDEAU DE BAGÉ



O estudo foi importante para os estudantes para que se obtivesse compreensão real sobre o papel crucial da organização estrutural e estratégica, pois este demonstrou como uma empresa que se impõe no mercado sem nenhuma destas garantias está vulnerável aos mais diversos tipos de ameaças, assim como também conturba sua metas e visões para o futuro do negócio. O presente estabelecimento exemplificou de maneira direta como a falta de uma estrutura organizacional e uma estratégia defasada podem impactar severamente o negócio. Esclareceu de maneira eficaz como um negócio baseado apenas em sua performance atual, e, sem planejamento futuro, resulta em um estabelecimento fadado a ser irrelevante ao mercado e sua inevitável falência.

Conclui-se que a análise organizacional contribui de forma prática e objetiva para o aperfeiçoamento do desempenho empresarial. O Mini Mercado e Padaria Vitória, ao reconhecer suas potencialidades e fragilidades, poderá adotar estratégias mais assertivas, aumentando sua competitividade no mercado local e garantindo a continuidade de suas atividades de maneira eficiente e estruturada.

REFERÊNCIAS

CHIAVENATO, Idalberto.

Introdução à Teoria Geral da Administração. 7. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

CHIAVENATO, Idalberto.

Administração: Teoria, Processo e Prática. 5. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2020.

DRUCKER, Peter F.

Desafios Gerenciais para o Século XXI. 1. ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 1999.

DRUCKER, Peter F.

Administração em Tempos de Grandes Mudanças. 2. ed. São Paulo: Pioneira, 2002.

ENDEAVOR.

Empreendedorismo no Brasil: Relatório 2023. Disponível em: <https://endeavor.org.br>. Acesso em: jun. 2025.

FAYOL, Henri.

Administração Industrial e Geral. 10. ed. São Paulo: Atlas, 1990.



INSTITUTO DE DESENVOLVIMENTO
EDUCACIONAL DE BAGÉ
FACULDADE IDEAU DE BAGÉ



IBGE.

Estatísticas de Sobrevivência das Empresas no Brasil. 2022. Disponível em:
<https://ibge.gov.br>. Acesso em: jun. 2025.

LAWRENCE, Paul R.; LORSCH, Jay W.

Organizações e Ambiente: Diferenciação e Integração Organizacional. São Paulo: Atlas, 1967.

MAYO, Elton.

Os Problemas Humanos de uma Civilização Industrial. São Paulo: Atlas, 1949.

MINTZBERG, Henry.

Estrutura e Dinâmica das Organizações. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

ROBBINS, Stephen P.

Comportamento Organizacional. 18. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2018.

SCHERMERHORN, John R.

Administração. 12. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2016.

SEBRAE.

Estrutura Organizacional das Pequenas Empresas. 2023. Disponível em:
<https://www.sebrae.com.br>. Acesso em: jun. 2025.

SENGE, Peter M.

A Quinta Disciplina: Arte e Prática da Organização que Aprende. 17. ed. São Paulo: Best Seller, 2006.

TAYLOR, Frederick W.

Princípios da Administração Científica. São Paulo: Atlas, 1995.

VON BERTALANFFY, Ludwig.

Teoria Geral dos Sistemas. 5. ed. Petrópolis: Vozes, 1975.

AGUILAR-SAVE'N, R.S.R. Business process modelling: review and framework.

International Journal of Production Economics, v. 90, n. 2, p. 129-49, 2004.

DOS SANTOS, Lucas Almeida et al. **Mapeamento de processos**: um estudo no ramo de serviços. **Iberoamerican Journal of Industrial Engineering**, v. 7, n. 14, p. 108-128, 2015.

MORESI, E.A.D.; RAMOS, R.G.C.; PRADO, H.A.; Organizational information mapping: a study at Embrapa. **TransInformação**, v. 22, n. 2, p. 101-110, 2010.



APÊNDICE A - Questionário

1. Introdução

- Nome e função da pessoa entrevistada

Saleti Berni Zanollete

- Breve explicação sobre o objetivo da entrevista

2. Cadeia de Suprimentos

- Como a empresa consegue os insumos para a produção?

Majoritariamente através de fornecedores de atacadistas

- De onde vêm esses insumos? (produtos locais ou de outras regiões?)

Advém da região sul, mas não restrito ao RS mas também SC

- Quais são os principais fornecedores?

Distribuidora Fernando Zaffalon Cia Ltda

3. Desafios e Oportunidades Locais

- Quais são os principais desafios enfrentados com a concorrência?

A proprietária alega que sua localização é estratégica e faz com que seu negócio não seja impactado pela concorrência de maneira significativa

- Quais são as vantagens da região em relação a insumos e mercado consumidor?

Devido a forte conexão da proprietária com a cultura local, grande parte de sua clientela advém de um súbito aumento de clientela em específicos horários que coincidem em com eventos religiosos locais, crucial também para a fidelização de seus clientes.

4. Produção e Operações



INSTITUTO DE DESENVOLVIMENTO
EDUCACIONAL DE BAGÉ
FACULDADE IDEAU DE BAGÉ



- Existe alguma etapa do processo que só uma pessoa sabe fazer?

Sim, a função de administrador assim como a de padeiro são passíveis de não possuírem nenhuma outra pessoa que possa assumir tal cargo

- Todos os colaboradores recebem o mesmo tipo de treinamento?

A contratação de funcionários é mínima e as pessoas empregadas (dona, padeiro e uma funcionária) apenas o padeiro possui treinamento, realizado em outra instituição

- Há algum tipo de padronização ou manual de processos?

No manual de processos a proprietária consta que bom tratamento e fidelização do cliente são procedimento padrão do mercado em que administra

5. Organização Interna

- Como está estruturado o organograma da empresa?

A empresa não possui um organograma

- Existe algum planejamento estratégico ou metas definidas?

Metas segundo proprietária consiste principalmente de diversificar os produtos que tem a disposição do cliente

6. Encerramento

- Alguma sugestão ou dica para quem quer abrir uma panificadora?

Focar no bem estar e fidelização de clientes para que se torne um ambiente saudável e que o cliente desenvolva o desejo de voltar a frequentar sempre

- Pode nos mostrar algum diferencial que considera importante no negócio?

Proprietária reforça que sua ligação religiosa é o diferencial do seu negócio e que sua filosofia impacta fortemente no que seu negócio se propõe e no que deseja alcançar, na falta de desejo de competir com outros mercados ela cresce justamente pela falta desta prática