

ELABORAÇÃO DE UM PLANO DE AÇÃO PARA ALAVANCAR O CRESCIMENTO DE UMA EMPRESA DO SETOR ALIMENTÍCIO EM CHAPADÃO DO SUL-MS

Bruna dos Anjos de JESUS¹, Evandro Martins SILVA², Alison Guimaraes de OLIVEIRA³, Vítor Eduardo da Silva OLIVEIRA⁴

¹ Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – UFMS, bruna_nade@hotmail.com

² Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – UFMS, evandromartinssilva@hotmail.com

³ Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – UFMS, alisonguimaraes13@gmail.com⁴

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – UFMS, vitorsoliveira25@hotmail.com

RESUMO: O presente artigo tem como objetivo elaborar um plano de ação para alavancar o crescimento de uma empresa no setor alimentício, buscando estabelecer um planejamento estratégico de melhorias para a organização. Neste artigo, utilizaram-se as ferramentas PDCA, análise SWOT e o método 5W2H. A coleta de informações deu-se através de pesquisas de campo e entrevistas, que concluíram quais as estratégias para serem alavancadas. A matriz SWOT foi utilizada como uma análise de ambiente, onde a empresa pode visualizar os pontos fortes e fracos, oportunidades e ameaças, a fim de convocar os gestores a tomar uma iniciativa no planejamento, dando enfoque no P da ferramenta PDCA. Ademais, destaca-se a importância do planejamento dentro de uma organização e a estipulação de missão, visão e valor. Por fim, conclui-se que o plano de ação deve ser executado pela empresa a fim de alavancar o negócio, tendo também por objetivo almejar lucro, crescimento e valores, através de um planejamento estratégico que direcione o caminho da empresa para o sucesso.

Palavras-chave: Análise SWOT; Planejamento Estratégico; PDCA; Método 5W2H.

ABSTRACT: This article aims to elaborate a plan of action to leverage the growth of a company in the food sector, seeking to establish a strategic planning of improvements for the organization. In this paper, the PDCA tools, SWOT analysis and the 5W2H method were used. The information was collected through field surveys and interviews, which concluded the strategies to be leveraged. The SWOT matrix was used as an environmental analysis, where the company can visualize the strengths and weaknesses, opportunities and threats, in order to summon managers to take an initiative in planning, focusing on the P of the PDCA tool. In addition, it emphasizes the importance of the planning within an organization and the stipulation of mission, vision and value. Finally, it is concluded that the action plan must be executed by the company in order to leverage the business, also aiming to achieve profit, growth and values, through a strategic planning that guides the way of the company to success.

Keywords: SWOT analysis; Strategic planning; PDCA; Method 5W2H.

1.Introdução

Com as dificuldades econômicas encontradas neste cenário a qual estamos vivenciando, troca de governo, flutuação de cambio, incertezas climáticas, guerras econômicas dos grandes mercados como Estados Unidos da América e China ,as pequenas empresas precisam estar continuamente buscando alternativas corretas para se manter bem posicionada no mercado tão incerto , já que elas representam segundo SEBRAE os pequenos negócios tem uma participação importante sendo mais de um quarto do Produto Interno Bruto (PIB) ou seja 27% DO PIB , esses dados são revelados pelo presidente do Sebrae , Luis Barretto.

Empresas do ramo de fast food estar ganhando foça ao longo do tempo, o jornal EL PAÍS cita quer “De acordo com o levantamento, o gasto com fast food por habitante no Brasil em 2014 foi de 265 reais, e o consumo deve crescer em 30,88% até 2019” em razão quer, há uma grande procura por lanche fácies e rápidos, facilitando a vida da mulher que vem ingressando no mercado de trabalho e já não tem a mesma a mesma disponibilidade para preparo de comida no seu domicilio, aliada também ao crescimento da renda per capita.

Contudo, é importante que as empresas estejam bem amparadas com relação aos planos para o futuro , por isso é de extrema importância a elaboração de ações estratégicas em sintonia com os objetivos e missão da organização , para desta forma se desvencilhar das ameaças e aproveitando ao máximo as oportuidades que apesar das dificuldades elas existem, portanto através destas análises este estudo pretende traçar ações estratégicas para uma empresa Lanche Bom do ramo alimentício de característica familiar localizada no município de Chapadão do Sul – MS , a empresa estudada neste trabalho não possuía nem um plano de gerenciamento , e sabendo da sua real relevância foi feito um diagnóstico da situação do ambiente interno e externo, através de uma ferramenta que permitiu analisar suas fraquezas mais contudo também suas forças perante a concorrência.

Dessa forma, apresenta-se o problema de pesquisa: Quais as ações propostas podem ser indicadas para empresa Lanche bom?

Objetivo geral:

Propor ações estratégicas para empresa Lanche Bom em Chapadão do Sul – MS

Objetivo específicos:

Para compor o objetivo geral deste estudo, recomenda-se os seguintes passos a seguir:

- a) apresentar missão, visão e valores da empresa
- b) identificar estrutura organizacional
- c) diagnóstico da empresa através da ferramenta analise SWOT
- d) definir ações propostas utilizando o conceito 5W2H

2. Revisão Bibliográfica

2.1 Ferramenta PDCA

Para MARTINS (2018), o PDCA (plan – planejar, do – fazer/executar, check – checar/verificar, act - agir), é uma ferramenta de qualidade na qual busca solucionar problemas. Esta ferramenta baseia-se em quatro etapas: planejar (plan) – seleção da atividade ou processo que necessita de melhorias de modo a elaborar medidas que busquem atingir os resultados esperados, ou seja, planejar o trabalho a ser realizado; fazer (do) – colocar o plano em prática e acompanhar seu desenvolvimento, verificar (check) – analisar se os resultados que obteve com a aplicação do plano está conforme planejado e, se necessário, reestruturar o plano; agir (act) – caso tenha obtido bons resultados com a aplicação do plano, este irá transformar em um padrão a ser seguido nos processos posteriores. Abaixo é expresso as etapas da ferramenta, bem como a sequência a ser seguida.

Figura 1 Ciclo PDCA



Fonte: Coutinho (2017)

O ciclo PDCA, de acordo com Sebrae (2016), é uma metodologia que ajuda na tomada de decisões, de maneira a alcançar as metas que garantem a sobrevivência dos estabelecimentos. Esta é uma ferramenta de melhoria contínua, embasada em um ciclo constante, onde deve seguir cada etapa sequencialmente, do planejamento até a ação e após completar o circuito, deve-se repetir o processo.

Se caso haja algum resultado anormal na fase de verificação (check), deve-se tomar medidas corretivas de modo a manter a execução conforme o planejamento. Para melhores resultados, o ciclo PDCA deve ser utilizado mais que uma vez, ou seja, não deve parar após um ciclo completo, por ser uma ferramenta de melhoria contínua. (SEBRAE,2016)

2.2 Matriz SWOT

A análise SWOT, de acordo com Casarotto (2018), é uma ferramenta de gestão usada para fazer o planejamento estratégico de empresas e novos projetos. Foi elaborada pelo Albert Humphrey, por volta da década de 60 na Universidade de Stanford, após estudos em mais de 500 maiores organizações norte-americanas. Esta ferramenta é usada para auxiliar na tomada de decisões, através de um diagnóstico geral da empresa.

Segundo Kotler e Keller (2013), a ferramenta análise SWOT (termos em inglês: strengths, weakness, opportunities, threats) ou análise FOFA (Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças) é uma ferramenta de análise de situação atual da empresa, na qual consiste na avaliação das forças e fraquezas do ambiente interno, oportunidades e ameaças do ambiente externo.

Na análise do ambiente externo (oportunidades e ameaças), existem três fontes para encontrar oportunidades do mercado: oferecer algo escasso no mercado, oferecer produtos ou serviços existentes inovadores ou com melhorias, e criação de um novo produto ou serviço no mercado. Já as ameaças são um desafio a se enfrentar, uma vez que caso não haja uma ação defensiva, pode ocorrer de prejudicar uma queda nas vendas ou lucros da empresa.

Na análise do ambiente interno (forças e fraquezas), é avaliado basicamente quais são os maiores pontos fortes e fracos da organização estudada, podendo auxiliar na correção das fraquezas de modo a torna-las em forças de modo a aumentar o seu nível de competitividade.

A figura abaixo apresenta os quatro quadrantes que representam esta ferramenta:

Figura 2 Análise SWOT



Fonte: Casarotto (2018)

Esta ferramenta possibilita ter um conhecimento concreto da real situação da instituição e o seu mercado, sendo de fácil aplicação e prática, podendo contribuir em melhorias

internas, desenvolvimento de pontos fortes, aproveitamento das oportunidades externas e identificação das ameaças do mercado competitivo (KOTLER e KELLER,2013).

2.3 Método 5W2H

De acordo com Sebrae (2017), a ferramenta 5W2H, conhecida como plano de ação, é uma ferramenta fácil de ser aplicada, onde teve maior visibilidade com as técnicas de gestão de qualidade e de projetos. Esta metodologia é baseada em cinco palavras, em inglês, com as iniciais “W” (what – o que?; why – por que?; who – quem?; where – onde?; e when – quando?), e duas palavras com as iniciais “H” (how – como? e how much – quanto?).

Cada palavra refere-se a uma pergunta, como: what – o que deve ser feito?; why – por que deve ser implementado?; who – quem é o responsável pela ação?; where – onde deve ser executado?; when – quando deve ser implementado?; how – como deve ser conduzido?; e how much – quanto vai custar a implementação?. Estas questões podem ser respondidas por meio de um formulário impresso ou aplicativos online de gestão de projetos. No quadro 1, logo abaixo, está o modelo que auxilia na aplicação da ferramenta. (SEBRAE, 2017)

Quadro 1 Ferramenta 5W2H

5W					2H	
What	Why	Who	Where	When	How	How much
O que	Por que	Quem	Onde	Quando	Como	Quanto
Ação, problema, desafio	Justificativa, explicação, motivo	Responsável	Local	Prazo, cronograma	Procedimentos, etapas	Custo, desembolsos

Fonte 1 SEBRAE (2017)

A ferramenta 5W2H, além de simples e fácil utilização, também pode ser utilizada sozinha no auxílio de tomada de decisões, seja na aquisição de um novo imobilizado ou na execução de projetos. Esta pode ser aplicada junto com outras ferramentas, como Matriz SWOT, BCG ou 5 Forças de Porter.

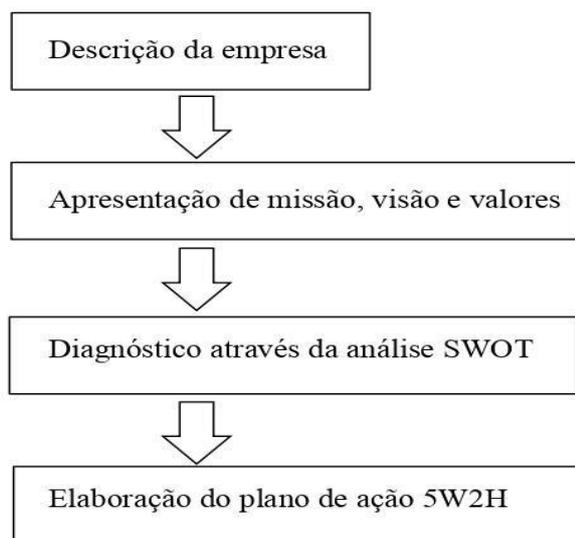
Como exemplo, na análise SWOT é diagnosticado a situação atual da empresa, os seus pontos fortes e fracos, e oportunidades e ameaças. Após isso, é necessário definir ações necessárias para que seja realizada melhorias nos pontos fracos, aproveitamento das oportunidades e redução dos riscos de ameaças.

E é logo após esta análise que o plano de ação (5W2H) pode ser utilizada para colocar em prática as decisões tomadas através das análises da matriz SWOT.

3. Metodologia

O presente estudo consiste em uma pesquisa descritiva, qualitativa e de campo do tipo de estudo de caso em uma empresa do setor alimentício localizado em Chapadão do Sul-MS. A coleta de dados foi feita através de entrevista por meio de questionário com o proprietário e clientes que frequentam o local, de modo a facilitar a aplicação das ferramentas. A análise dos dados e a aplicação das ferramentas foram seguidas de acordo com a tabela abaixo.

Figura 3 Passos de elaboração do estudo



Fonte: Próprios autores, 2019

4. Resultados e Discursões

4.1 Descrição da empresa

O relato da trajetória do Lanche Bom foi elaborado através de entrevistas realizadas com o proprietário. Nela foi abordada a história desde sua criação e tudo que ocorreu ao longo da existência do empreendimento. A escolha da entrevista com o empresário se deve ao fato dele ser o responsável pela direção geral da empresa, cabendo a ele todas as tomadas de decisões.

O Lanche Bom foi inaugurado após o falecimento do primeiro fundador, pai do atual proprietário que assumiu o trailer de lanches por herança. Este chegou na região de Chapadão do Sul por volta de 1986 e trabalhou em uma fazenda. Depois de se desligar deste emprego resolveu abrir na cidade o seu primeiro estabelecimento (1988), este identificou uma oportunidade de empreender mesmo que por necessidade, vendo um grande potencial, já que a cidade crescia rapidamente.

Apesar das dificuldades encontradas por ele, já que a cidade era nova e suas ligações com outras regiões serem de estradas não pavimentadas, o que dificultava a chegada de matéria prima importante para a produção de seus lanches, que muitas vezes ficavam limitadas a poucas opções no cardápio (presunto, queijo, salada e ovo), aos poucos foi entendendo o funcionamento do empreendimento e este começou a se destacar pela qualidade de atendimento e do produto. Outro fator que influenciou foi fato de ser o primeiro a oferecer serviços de alimentação na cidade, com isso o cliente tinha poucas opções.

Sabendo do potencial, o proprietário foi realizando mudanças, buscando matéria prima de qualidade e eficiência na qualidade do lanche. Isso foi ampliando sua rede de clientes e assim o seu primeiro endereço na Praça 23 de outubro prestou serviço por 20 anos até a sua morte.

Após o acontecido o atual proprietário e herdeiro assumiu a função de continuar o trabalho se aproveitando da ampla gama de clientes criada por seu pai, permanecendo a prestar um serviço de produção de lanches de qualidade, missão recebida com muita responsabilidade, já que carrega valores deixados pelo pai, onde passou por uma mudança de endereço para rua E, Vila Esperança.

Ao assumir tal responsabilidade se tornou difícil a gestão do negócio, já que se dividia em duas funções, era empregado fixo de uma empresa e na parte da tarde ele se dedicava ao trailer de lanches. Com a demanda aumentando e a visão de que estava à frente de uma oportunidade, decidiu então desligar-se do emprego e dedicar o seu tempo integralmente a empresa alimentícia, tentando agregar valor e mais qualidade e mudando de endereço para Avenida goiás onde trabalhou por aproximadamente 2 anos (2011).

Em 2013, ainda sem ter sua propriedade, resolveu fazer um investimento comprando um terreno em uma avenida da cidade, buscando ampliar suas instalações e assim aumentar sua participação neste mercado. Atualmente a empresa está localizada na Avenida Rio Grande do Norte nº 770, é composta pelo diretor e mais 8 colaboradores. como se trata de uma empresa familiar, operam juntos 2 irmãos, esposa, sua mãe, uma cunhada e três sobrinhos, ou seja, todos com algum laço de parentesco. Destes somente quatro trabalham integralmente na empresa.

A gestão da empresa é realizada pelo proprietário, contando com a ajuda de sete colaboradores e essa gestão é bastante centralizada.

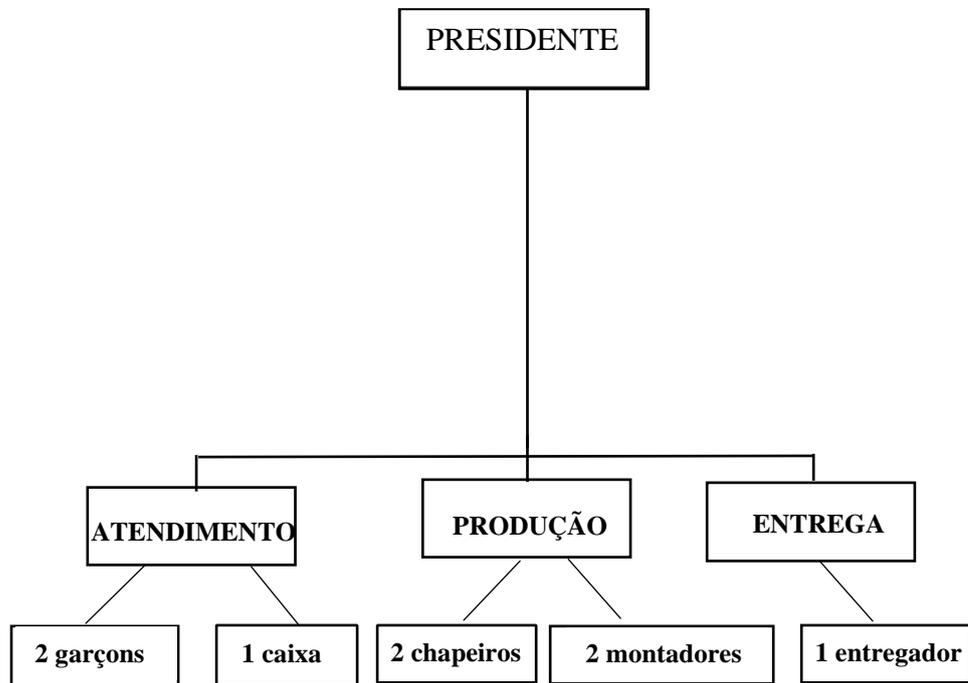
4.2 A empresa

A empresa é composta por um quadro de colaboradores de oito pessoas, estes são motivados segundo Ted (proprietário), pelo fato que a empresa é um meio de beneficiar todos e também por terem grau de parentesco.

Todas as tarefas são previamente definidas pelo gestor, mas como sua gestão é centralizada, durante as observações foi notório uma falta de harmonia entre os setores, já que ele também exerce a função de chapeiro e não tem como acompanhar de perto todo o funcionamento.

O atual organograma da empresa apresenta o molde expresso na figura abaixo:

Figura 1: Organograma da empresa



Fonte: Próprios autores, 2019

4.3 Missão, visão e valores

A empresa Lanche Bom não tinha uma missão e visão totalmente definidas e nem implantadas. Depois de uma reunião com o proprietário, ambas foram criadas e decidiram pôr em prática os seguintes objetivos:

Missão: Oferecer sabores estimulantes em busca de novas experiências.

O proprietário tem como uma das suas exigências ofertar produtos de qualidade com o poder de estimular o paladar, além disso, ele destaca o desejo de inovar e experimentar todas as possibilidades que a gastronomia oferece.

Visão: expandir o seu negócio as outras regiões, começando pelas proximidades de Chapadão do Sul, disponibilizar um ambiente aconchegante aos seus clientes, e adquirir uma propriedade onde possa cultivar hortaliças como alface e tomate, além de uma granja para produção de ovos, desejando assim obter ingredientes frescos, para melhor satisfação dos clientes.

Valores:

- Confiança

- Responsabilidade
- Honestidade
- Humildade
- Credibilidade
- Afeição

4.4 Análise SWOT

O quadro possibilita analisar a situação presente da empresa, facilitando o seu diagnóstico levando em conta o ambiente interno e identificando pontos fortes e fracos. Através da pesquisa realizada com os clientes e proprietário, os resultados apresentaram

AMBIENTE INTERNO	
FORTES	FRACOS
TEMPO DE MERCADO	HORÁRIO DO FUNCIONAMENTO
BOM ATENDIMENTO	FALTA DE INVESTIMENTO NO MARKETING
ACOMPANHAMENTO DO LANCHE DIFERENCIADO	LOCALIZAÇÃO
POSSUI CLIENTES LEAIS	NECESSIDADE DE CONTRATAR NOVOS FUNCIONÁRIOS
LOCAL DO ESTABELECIMENTO É PRÓPRIO	PRECISA DE MELHORIA NO ESPAÇO FÍSICO
AMBIENTE FAMILIAR	FALTA DE MATERIA PRIMA NA PRODUÇÃO

os seguintes desdobramentos.

Quadro 1: Análise do ambiente interno: pontos fortes e fracos Fonte:

Próprios autores, 2019.

4.4.1 FORÇAS

- A empresa possui 26 anos no mercado, ao longo desses anos obteve clientes antigos que permanecem até hoje, mesmo depois do falecimento do seu fundador.
- De acordo com a pesquisa realizada, o atendimento é bom e seu tempo de espera é de cerca de 30 minutos. Porém existe a necessidade de contratar mais colaboradores aos finais de semana, onde o movimento de clientes é maior. Esse evento gera uma sobrecarga nos funcionários, onde já não conseguem manter a mesma qualidade presente no decorrer da semana.
- O molho que acompanha o lanche feito de maionese e pimenta é um dos seus diferenciais, dessa forma possui uma grande vantagem em relação aos seus concorrentes

- Possui cliente leais. A pesquisa constatou que maioria só frequenta outros estabelecimentos quando a empresa não está funcionando. Outros possui um grande laço efetivo com os proprietários da empresa, já que está presente há muito tempo no mercado.
- O local onde está localizada na Avenida Rio Grande do Sul, nº 770, Parque União. É um estabelecimento próprio, onde descarta comprometimento de seu orçamento com aluguel, embora isso seja necessário futuramente, já que a propriedade apresenta uma estrutura que gera a possibilidade de expansão.
- O local tem como grande público a geração X com média de idade entre 30 – 49. São pessoas casadas e frequentam o estabelecimento geralmente em família, tornando assim um ambiente mais familiar.

4.4.2 FRAQUEZAS

- O horário de atendimento ao público é insuficiente e não atende a necessidade do cliente, abre cerca das 20h00 no horário oficial de Brasília dando encerramento das atividades às 23h00, horário inferior à sua concorrência, mantendo o mesmo aos sábados, onde recebe maior fluxo e não abre aos domingos e segundas-feiras. Os clientes relatam desconforto, quando os funcionários recebem a ordem de começar a recolher as mesas do estabelecimento.
- O estabelecimento está localizado no bairro residencial, acarretando uma desvantagem perante aos seus concorrentes, já que o centro da cidade dispõe um fluxo maior de pessoas, dessa forma maior parte dos clientes se concentram em suas proximidades.
- Embora o imóvel não seja alugado, o espaço é pequeno, dificultando a sua expansão tanto na parte que ocorre a linha de produção, assim como o salão que acomoda os clientes. O estabelecimento não dispõe de ar condicionado, sistema de som, escritório, apenas um aparelho de TV que passa a mesma programação, onde não agrega nenhum interesse ao público.
- De acordo coma a entrevista aplicada, foi possível identificar a insatisfação do cliente ao que diz respeito os ingredientes que compõe o lanche, alguns períodos da semana ao horário de atendimento faltavam componentes do lanche como alface ou tomate, ou ate mesmo o seu produto estrela seu molho diferenciado, provocando um desconforto tanto do proprietário assim como ao de seus clientes.

Quadro 2: Análise do ambiente externo: ameaças e oportunidades

AMBIENTE EXTERNO	
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
CONSTRUÇÃO DE UM HOTEL AO LADO DO ESTABELECIMENTO	GRANDE NÚMERO DE CONCORRENTE NO MESMO RAMO DE ATUAÇÃO
GRANDE FLUXO CLIENTES QUE VEM A CIDADE A NEGÓCIO E SE HOSPEDAM EM HOTÉIS	CONCORRENTES OCUPANDO O MESMO ESPAÇO GEOGRÁFICO
EXISTÊNCIA DE DUAS UNIVERSIDADES NA REGIÃO	ENTRADAS DE CONCORRENTES COM PREÇOS MAIS BAIXOS
RENDA DO CONSUMIDOR CHAPADANSE (2.6 SALÁRIOS MÍNIMOS)	FLUTUAÇÃO ECONOMICA

Fonte: Próprios autores, 2019.

4.4.3 OPORTUNIDADES

- Com a construção de um futuro hotel em suas proximidades, há a possibilidade de a demanda no estabelecimento ter um empenho maior.
- Duas universidades se encontram presentes na cidade. O estabelecimento acaba oferecendo uma oportunidade para os estudantes que procuram uma refeição já pronta durante a noite.
- De acordo com o IBGE, a renda média mensal é de 2.5 salários mínimos (2016), fato que facilita a procura do público pelos produtos oferecidos pelo estabelecimento analisado.

4.4.4 AMEAÇAS

- Cerca de 12 estabelecimentos que oferecem o mesmo tipo de serviço alimentício estão disponíveis na cidade, sendo 3 deles espaços mais sofisticados com lanches gourmetizados. Alguns pontos estão localizados na mesma região do estabelecimento analisado, o que pode fazer com que outras pessoas procurem a concorrência. Além disso, alguns dos comércios do mesmo segmento podem estar oferecendo preços mais baixos.

Quadro 3: Principais concorrentes.

ESTABELECIMENTO	ENDEREÇO	HORÁRIO DE FUNCIONAMENTO
Kayo Lanches	Av. Rio Grande do norte	18h00 – 01h00
Gauchinho Lanche	Rua dos Lírios	18h00 – 02h00
Central Lanches	Av. Quatro, 285	18h00 – 23h00
Chapão Lanches	Rua Vinte e Um, 1062	17h00 – 00h00
Giga Lanches	Rua das Acácias, 132	18h00 – 00h00
Beizola	Av. Mato Grosso do Sul	19h00 – 03h00

Mix Food Lanches	Rua Bem-te-vi, 110	18h00 – 00h00
Hamburgueria da Vilma	Av. Oito, 923	19h30 – 00h00
Container Pastelaria	Av. Onze, 331	18h00 – 01h00
Box Burger	Av. Oito, 1169	18h30 – 22h00
Monkey Fast Food	Av. Oito	10h00 – 23h00
Subway	Av. Onze, 165	10h00 – 22h30

Fonte: Google Maps

- Flutuação econômica é algo preocupante para empresas de pequeno porte, que a instabilidade financeira ameaça de forma direta o seu negócio, a econômica vem enfrentando muita instabilidade aumentando a taxa de desemprego e consequentemente, reduzem o consumo de fast food.

4.5 Plano e ação

Para a elaboração do plano de ação utilizou-se a ferramenta do 5W2H como demonstrado no quadro 4 logo abaixo.

Quadro 2 Análise do ambiente interno: pontos fortes e fracos.

5W2H						
O qué?	Por que?	Onde?	Quando?	Por quem?	Como?	Quanto?
Garantir a missão e visão	Oferecer os seus clientes sabores estimulantes, e produtos inovadores	Empresa	16/01/2020	Gerencia	Implementar um novo cardápio.	variável
Melhoria no espaço físico do salão	Para melhor conforto dos colaboradores E clientes	Salão	15/12/2019	Gerencia	Instalação de ar condicionado e aparelho de som ambiente	R\$ 4.000,00
Melhoria no espaço físico na parte de produção	Para garantir o aumento da produção e conforto dos colaboradores	cozinha	02/07/2020	Gerencia	Ampliação da cozinha	R\$ 10.000,00
Melhoria no controle da matéria prima utilizada	Para não faltar ingrediente na hora do preparo	Processo de fabricação	10/07/2019	Gerencia	Diversificação de fornecedores e controle de estoque	variável

Treinamento de funcionários	Qualificar os colaboradores para melhor rentabilidade	Empresa	Treinamento constante	Gerencia	Disponibilizar cursos para treinamento	variável
Investimento no marketing	Divulgação da empresa é importante para atrair novos clientes,	Em toda região de Chapadão do Sul	De forma rápida	Gerencia	Divulgação através das mídias sociais e criação de um website	Sem custos

Fonte: Próprios autores, 2019.

5. Conclusão

O cenário atual de flutuação econômica e troca de governo traz preocupações aos gestores que almejam alavancar a sua empresa. Nesse sentido, o planejamento estratégico é imprescindível para as empresas, que de acordo com uma matriz que mensure quais as oportunidades, ameaças, forças e fraquezas de uma organização, estabeleçam alternativas diante desses obstáculos.

Portanto, este artigo objetivou analisar uma empresa do setor alimentício localizada em Chapadão do Sul – MS e com base na Matriz SWOT, observaram-se quais estratégias para aperfeiçoar as forças e oportunidades, traçando um planejamento estratégico com as ferramentas PDCA e o método 5H2H. As ameaças e fraquezas foram reparadas, pois o cenário atual o influencia diante das dificuldades encontradas, as informações foram coletadas através de pesquisas e entrevistas a fim de concluir quais ferramentas utilizarem. Contudo, a importância de um planejamento é nítida diante de uma análise SWOT, que contribui para o bom funcionamento da organização.

As metas e ferramentas utilizadas devem ser implantadas com urgência para alavancar a empresa, lidando com as ameaças e fraquezas, aperfeiçoando as forças e oportunidades, definindo missão e valores, e por fim alcançar o sucesso, fruto de um bom planejamento estratégico.

REFERÊNCIAS

CASAROTTO, Camila. Aprenda o que é Análise SWOT ou Matriz FOFA e saiba como fazer uma análise estratégica do seu negócio. Disponível em: <<https://rockcontent.com/blog/comofazer-uma-analise-swot/>>. Acessado em: 14/06/2019.

COUTINHO, Thiago. O que é o ciclo PDCA? Entenda como funciona cada etapa! Disponível em: <<https://www.voitto.com.br/blog/artigo/o-que-e-o-ciclo-pdca>>. Acessado em: 15/06/2019.

IBGE. (2017). População em Chapadão do Sul-MS. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ms/chapadao-do-sul/panorama>>. Acessado em: 13/05/2019.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de Marketing. 14 Ed.. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012. Tradução: Sônia Midori Crescitelli.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Administração de Marketing: Conceitos, Planejamento e Aplicações À Realidade Brasileira. São Paulo: Atlas, 2006.

MARTINS, Rosemary. O que é PDCA?. Disponível em: <<https://blogdaqualidade.com.br/oque-e-pdca/>>. Acessado em: 15/06/2019.

MONTANARI, Thiago Marins. 5W2H – Plano de Ação. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=OQ0hUVrShM>>. Acessado em: 12/06/2019.

NAKAGAWA, Marcelo. FERRAMENTA: 5W2H – PLANO DE AÇÃO PARA EMPREENDEDORES. Disponível em: <<https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/5W2H.pdf>>. Acessado em: 14/06/2019.

ROMERO, Dora Luiz. Brasileiros estão entre os maiores consumidores de ‘fast food’ do mundo. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2016/01/21/economia/1453403379_213071.html>. Acessado em: 13/05/2019

SEBRAE. Desenvolvimento econômico territorial Chapadão do Sul. Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/MS/Anexos/Mapa%20Oportunidades/Livreto_Chapad%C3%A3o%20do%20Sul.pdf>. Acessado em: 13/05/2019.

SEBRAE. 5W2H: tire suas dúvidas e coloque produtividade no seu dia a dia. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/5w2h-tire-suas-duvidas-e-coloqueprodutividade-no-seu-dia-a-dia,06731951b837f510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acessado em: 14/06/2019.

SEBRAE. Ciclo PDCA ajuda a melhorar o desempenho dos negócios. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/ciclo-pdca-ajuda-a-melhorar-o-desempenhos-negocios,ed8a834b4cc37410VgnVCM2000003c74010aRCRD>>. Acessado em: 15/06/2019.

SEBRAE. Saiba o que é e como funciona a metodologia PDCA. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/4-etapas-do-pdca-melhoram-gestao-dosprocessos-e-qualidade-do-produto,9083438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>>. Acessado em: 15/06/2019.