

# ESTUDO DE CASO DA EMPRESA DENOBI – COMÉRCIO DE MÓVEIS LTDA

DORATIOTTO, DA SILVA, MATHEUS; PEREIRA, JOSÉ ALCIONE

## RESUMO

O presente artigo apresenta o diagnóstico empresarial aplicado na empresa Denobi – Comercio de Móveis Ltda, levantando suas potencialidades e fragilidades. A metodologia utilizada foi a pesquisa de campo de caráter qualitativo e o uso da matriz Swot para elaboração de um plano de ação. Pode-se concluir que a pesquisa exerceu um papel de suma importância para o aprimoramento do conhecimento sobre o mercado empresarial e ações para melhoria da empresa.

**Palavras-chave:** Conhecimento. Análise. Prática.

## ABSTRACT

This article presents the business diagnosis applied at Denobi - Comercio de Móveis Ltda, raising its potentialities and weaknesses. The methodology used was the qualitative field research and the use of the Swot matrix to elaborate an action plan. It can be concluded that the research played an extremely important role for the improvement of the knowledge about the business market and actions for the improvement of the company.

**Keywords:** Knowledge, Analysis and Practice.

## INTRODUÇÃO

A presente pesquisa consiste na análise do funcionamento geral da empresa, visando um diagnóstico empresarial dos fatores positivos e negativos, como funciona e compreender os procedimentos de tudo que a engloba. Ao longo do processo de observação pode apresentar propostas de melhoria ao proprietário, sendo uma delas a ampliação do marketing digital,

maior prazo de pagamento, sugestões essas já acatadas pelo proprietário e outras propostas que ficaram em longo prazo.

## **OBJETIVO**

Identificar os pontos fortes, fracos, ameaças e identificar as oportunidades utilizando pesquisa qualitativa via matriz SWOT e elaborando um plano de ação.

## **MÉTODO**

Lakatos; Marconi (2003) salienta que o método é considerado um conjunto de atividades sistemáticas e racionais que trançam um caminho a ser seguido para alcançar um objetivo válido e verdadeiro.

Para a obtenção de resultados conforme determinados pelo objetivo da pesquisa foi realizado a pesquisa de campo, para conhecer o ambiente, matriz SWOT, na qual exerceu extrema importância, pois se fez através dela a identificação dos pontos fortes e fracos da empresa.

## **DESENVOLVIMENTO**

A análise SWOT consiste num quadro de referência que possibilita a organização de tirar partido de determinadas oportunidades e minimizar as ameaças, sua origem emerge da conjugação das iniciais das palavras anglo-saxônicas Strengths (forças), Weaknesses (fraquezas), Opportunities(oportunidades e Threats (ameaças)” (BALTAZAR, 2014).

Com a aplicação da matriz SWOT pontos positivos e negativos foram levantados, os negativos já começaram a resolver, procurando investir mais em marketing para poder aumentar a demanda e assim conseguir comprar uma quantidade maior de produtos para deixar em estoque, diminuindo o preço de compra pela questão da quantidade adquirida.

**Figura 1 - Matriz SWOT.**



Fonte: Autor do trabalho, 2019

Forças:

A empresa busca ofertar produtos de qualidade, funcionários capacitados e o cumprimento da entrega dos produtos que é pontos que os clientes procuram para comprar.

Oportunidades:

Hoje com a modernidade e moradias com pouco espaço cresceu constantemente a procura por moveis planejados para um aproveitamento de cada espaço da casa, empresa entre outros.

Fraquezas:

O uso da internet esta cada vez mais frequente pela humanidade, a mesma facilita a locomoção dos clientes ate a loja, fazendo que seja possível a compra virtual e a empresa Denobi não faz uso dessa tecnologia que expande os negócios.

Ameaças:

A fabricação de móveis pode ser feita em vários lugares e podemos ver terceiros fabricando em suas casas, não tendo custos com funcionários, aluguel entre outros custos que uma empresa ativa tem, podendo ofertar o produto com um preço inferior.

## **CONCLUSÃO**

Diante dessa análise e diagnóstico pode-se concluir que houve benefícios ao pesquisador, empresário e funcionários, pois foram apresentadas propostas e informações importantes para a empresa, fazendo com que os dados encontrados pudessem ser vistos de forma diferente e resolvidos da melhor maneira possível, e o pesquisador pode vivenciar o funcionamento da empresa desde a compra da matéria-prima até a venda do produto final, passando assim a conhecer este setor empresarial e contribuindo assim para a melhoria dos processos da empresa.

## **REFERENCIAS**

BALTAZAR, Andreia Cristina Passos Guerra. **Plano de Marketing Implementação de um espaço de Estética numa Clínica Médica.** 2014.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica.** 5 ed. São Paulo: Atlas, 2003.