

ESTUDO DE CASO E. GRUNEWALD

VILLENA, WENDELL KALLIL; GUIMARÃES, ANA PAULA

Resumo

Estágio supervisionado na empresa E. Grunewald, levantamento de informações. Com objetivo de ampliar a capacidade de gestão estratégica da empresa através da identificação de problemas organizacionais propondo assim um plano de ação estratégico para a empresa. Foram realizadas pesquisas bibliográficas, de campo, planilhas para realização do diagnóstico empresarial utilizando ferramentas como Matriz SWOT, BCG e ANSOFF e proposto um plano de ação. O diagnóstico trouxe resultados satisfatórios que agregaram valor para organização.

Abstract

Supervised internship at the company E. Grunewald, information gathering. In order to expand the company's strategic management capacity through the identification of organizational problems thus proposing a strategic action plan for the company. Bibliographic, field research, spreadsheets were performed to perform the business diagnosis using tools such as SWOT Matrix, BCG and ANSOFF and proposed an action plan. The diagnosis brought satisfactory results that added value to the organization.

Introdução

A empresa E. Grunewald atua no ramo de alimentação corporativa para empresas públicas e também privadas, trabalhando nesse mercado há mais de quatro anos conta com uma série de clientes no setor público a qual se concentra grande parte do faturamento. O mercado de alimentação corporativo é bastante extenso, existem hoje diversas empresas que oferecem esse tipo de serviço, como por exemplo, Saporì e Apetit, são empresas com auto reconhecimento no mercado. Será feito o diagnóstico empresarial da empresa E. Grunewald neste diagnóstico vai conter algumas informações como vendas, estoques, processos produtivos, estrutura e custos, marketing e finanças. Foram analisados os processos operacionais e financeiros da empresa, nesta análise foram aplicadas algumas ferramentas para levantar indicadores que auxiliam na tomada de decisão.

Objetivo

O objetivo Geral é analisar a capacidade de gestão estratégica da empresa através de ferramentas utilizadas, com objetivo específico de avaliar estrategicamente o mercado através de levantamento de informações do setor da empresa.

Metodologia

A pesquisa está dividida em duas etapas: a primeira é realizada a pesquisa bibliográfica, utilizando livros e artigos científicos.

O segundo momento, se refere a pesquisa de campo, levantado informações da empresa para avaliar estrategicamente o mercado de atuação.

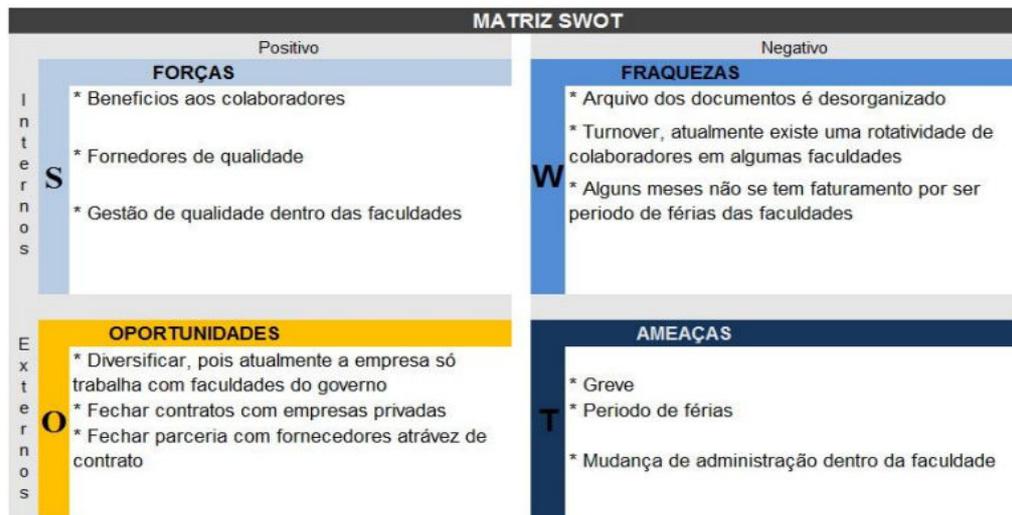
Resultados

Atualmente os clientes da empresa E. Grunewald são as universidades federais onde a empresa administra o RU (restaurante universitário). Concorrendo através de licitações assim que o edital é lançado. As universidades geralmente ficam localizadas em outras cidades e toda a parte administrativa é feita dentro da matriz em Apucarana-PR.

A empresa hoje atua somente com o governo, não tem clientes do segmento privado. De acordo com a empresa essa decisão foi tomada com base no dinheiro que é movimentado pelo governo. Hoje a empresa trabalha apenas com prestação de serviço.

De acordo com CHIAVENATO (2001), a matriz swot avalia a capacidade da empresa em como competir e ganhar vantagem competitiva, compreendendo a análise dos ambientes externos (fora da organização) e internos (dentro da organização).

Figura 1 - Matriz SWOT Aplicado na empresa



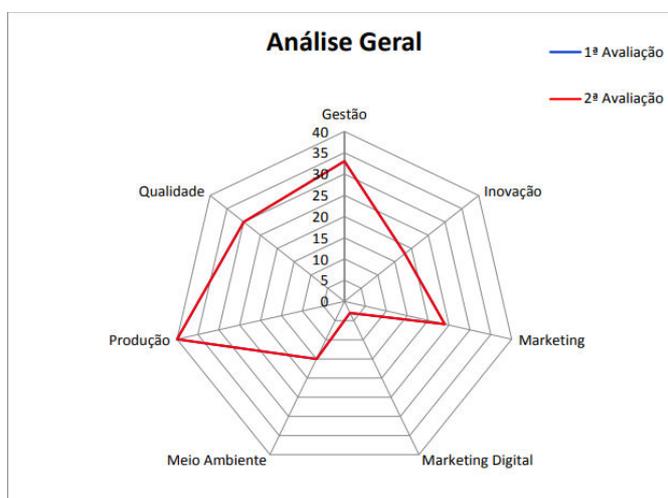
Fonte: Autor do Trabalho

Foi aplicado na empresa o diagnóstico empresarial para verificar como a organização está se saindo em diversos departamentos, o objetivo com a aplicação da ferramenta depois de aplicada é analisar os pontos de melhoria dentro da empresa.

Após elaboração da matriz SWOT pode-se observar os pontos fortes e fracos que se trata da parte interna da empresa, e as oportunidades e ameaças que são pontos externos da empresa levantando assim pontos muito importantes para a empresa trabalhar.

Na sequência apresentamos uma visão geral da empresa através do gráfico radar:

Gráfico 1 - Análise Geral



Fonte: Autor do trabalho

O gráfico radar vai avaliar a empresa em todos os departamentos, gestão, inovação, marketing, marketing digital, meio ambiente, produção e qualidade. Sendo dado uma nota que vai de 0 á 10, desta forma pode-se ter uma visão dos departamentos da empresa e o que pode ser melhorado.

Através do gráfico consegue-se observar que em alguns departamentos a organização está se saindo bem, porém outros precisam de melhoria. Depois da analise feita será dado algumas sugestões de melhoria para cada departamento para que os diretores possam identificar oportunidade dentro da empresa. Foram elaboradas sugestões em um plano de ação para a empresa.

Como exemplo pode-se citar o departamento de marketing digital da empresa, que atualmente não é desenvolvido.

Quadro 1 - Plano de ação - Marketing Digital

Área	Tópico	O que fazer	Como fazer	Quando fazer	Onde fazer	Quanto que vai custar
Marketing Digital	Redes sociais	Implantação de redes sociais e criação de mídias	Desenvolver pelo menos três mídias sociais, atualizar com informação e fotos de forma que apresente o trabalho prestado.	15/04/2019	No escritório	Zero

Fonte: Autor do trabalho

O objetivo com o plano de ação é levar benefícios para empresa, que poderá obter ótimos resultados se colocar em prática. As mídias digitais hoje fazem parte da nossa realidade e para a empresa estar atualizada é importante que se desenvolva esse departamento.

O departamento usado como exemplo foi o de marketing digital, sendo a sugestão o desenvolvimento das mídias digitais da empresa. Sugeriu-se que a empresa desenvolva inicialmente seu marketing através das redes sociais como facebook, instagram, linkedin, youtube. O custo para desenvolver e criar essas mídias é zero, sendo que as plataformas têm opções mais avançadas que podem ser usado mais para frente.

Considerações Finais

Este trabalho possibilitou realizar uma análise da gestão estratégica e entender quais fatores da empresa estão sendo positivos e quais necessitam de maior atenção, e consecutivamente, elaborar algum plano estratégico de melhoria para a empresa. Foram localizadas mudanças internas para ser realizada, a empresa tem total condição de se planejar e tornar essas mudanças possíveis. Os benefícios são diversos, desde potencial aumento financeiro até diminuição da rotatividade de colaboradores e satisfação dos mesmos.

Conseguiu-se analisar a gestão estratégica da empresa e sua capacidade de crescimento dentro do mercado em que atua. Com as informações levantadas pode-se observar que o mercado é próspero e vem crescendo significativamente.

Referências

CHIAVENATO, Idalberto. **Teoria Geral da Administração**. 2. Ed. Rio de Janeiro: Editora Manole, 2001.

KOTLER, Phillip. **Administração de Marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 1998.

PIMENTA, Viviane. **Análise setorial, o que é e qual é a sua utilidade para o empreendedor**. 2016. administrador. Disponível em: <http://administrador.blog/post/Análisesetorialoqueé>. Acesso em: 15 de abril de 2018.