

ESTUDO DE CASO NA EMPRESA FARMÁCIA MARX FARMA

SILVA, SUELLEN KAROLINE DA; GONÇALVES, LEANDRO
VICENTE

RESUMO

O estudo realizado na empresa Farmácia Marx Farma tem como objetivo analisar a gestão estratégica da empresa utilizando a ferramenta SWOT, a fim de verificar os pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças. A metodologia aplicada foi estudo de caso. Os resultados foram apresentar para a empresa os fatores que necessitam de maior atenção e reajustes, e os processos que demonstram oportunidades futuras.

Palavras-chave: Análise Estratégica; SWOT; Farmácia.

ABSTRACT

The study conducted in the company Pharmacy Marx Farma aims to analyze the strategic management of the company using the SWOT tool, in order to verify the strengths, weaknesses, opportunities and threats. The applied methodology was case study. The results were to present to the company the factors that need more attention and readjustments, and the processes that demonstrate future opportunities.

Keywords: Strategic Analysis; SWOT; Pharmacy.

INTRODUÇÃO

A empresa estudada pertence ao ramo farmacêutico e está localizada na cidade de Apucarana. Atualmente, conta com a colaboração de 3 (três) funcionários e atende, em média, 8.000 habitantes. Seu horário de funcionamento é das 08:00 às 19:00 horas de segunda à sábado.

Foi realizada uma análise estratégica da empresa, através da matriz SWOT onde é capaz de identificar os pontos fortes e fracos da empresa, como também identificar oportunidades e ameaças.

OBJETIVO

O objetivo geral analisar a gestão estratégica da empresa. Sendo os específicos identificar processos que necessitam de melhorias; processos potencialmente positivos demonstrando oportunidades futuras.

MÉTODO

A presente pesquisa se caracteriza no primeiro momento como uma pesquisa bibliográfica realizada com base em materiais já publicados em livros ou artigos, e no segundo momento como uma pesquisa de campo realizada através da ferramenta SWOT com informações recebidas diretamente do gestor e colaboradores da empresa.

De acordo com Dornelas (2001, p.17), “a matriz SWOT traça uma análise da situação atual do negócio e deve ser refeita regularmente, dependendo da velocidade com que seu ambiente, seu setor e sua própria empresa muda”.

RESULTADO

Matriz SWOT da Empresa

AMBIENTE INTERNO	FORÇAS Não tem concorrência; Bom atendimento.	OPORTUNIDADES Ponto estratégico; Uso do marketing; Recebimento de água e luz.	AMBIENTE EXTERNO
	FRAQUEZAS Falta de produtos; Não fazem entregas.	AMEAÇAS Impostos altos; Inadimplência dos clientes.	

Fonte: Autora do Trabalho, 2018.

A análise realizada através da matriz SWOT da empresa destacou como forças a ausência de concorrentes na região, pois a empresa do mesmo ramo mais próxima está a 8 quilômetros de distância. Outro fator destacado é o bom atendimento, que segundo o gestor, a empresa visa sempre a satisfação do cliente, sendo esses considerados como vantagens competitivas em relação as outras empresas.

Como oportunidades, o gestor destacou o ponto estratégico, pois a empresa situa-se no centro do bairro. Destacou também o uso do marketing como redes sociais ou aplicativos que divulgam a empresa e as promoções. Outro destaque é o recebimento de água e luz que se torna um atrativo para que o cliente vá até a empresa e agregue uma venda. Estas oportunidades podem contribuir para a realização dos objetivos estratégicos da empresa.

Como fraquezas dentro da empresa, o gestor destacou a falta de produtos devido a pequena quantidade comprada e a demora para reposição do estoque, gerando a perda de vendas. Outro fator em destaque é a não realização de entregas, fazendo apenas quando possível com carro próprio do gestor. Estas fraquezas desfavorecem a empresa em relação à concorrência.

Como ameaças foram citados os impostos altos que são pagos periodicamente para que a empresa se mantenha em funcionamento. Outro fator destacado é a inadimplência de clientes. Ela ocorre devido ao grande número de vendas particulares, chegando à mais de 50% do total das vendas. Todos estes fatores criam um ambiente desfavorável no qual a empresa não tem controle.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após a análise de todos os fatores pode-se concluir que estas informações geradas serão de grande utilidade para a empresa nas tomadas de decisões, e nota-se que a empresa está crescendo.

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.

REFERÊNCIAS

ORSO, Juliana Brust. **Plano de Negócios: Dona Graciosa**. Porto Alegre. 2008.
Disponível em:
<<https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/18081/000653154.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 11 de out. 2019.