

# **ESTUDO DE CASO NA RATIKI HAIR CABELEREIROS**

CAMARA, MATHEUS LOPES; GONÇALVES, LEANDRO VICENTE

## **Resumo**

Os ramos de beleza masculina crescem cada vez mais na região. Esta pesquisa foi aplicada na empresa Ratiki Hair cabelereiros. O objetivo é demonstrar as aplicações das matrizes SWOT e BCG dentro da empresa, sendo estas ferramentas para auxiliar o estudo dentro da organização. A metodologia aplicada foi o estudo de caso. Os resultados demonstrados tem o objetivo de auxiliar a empresa na diminuição dos erros que contém dentro da organização.

**Palavras-chaves:** SWOT. BCG. Cabelereiro.

## **Abstract**

The branches of male beauty grow more and more in the region. This research was applied at the company Ratiki Hair hairdressers. The objective is to demonstrate the applications of SWOT and BCG matrices within the company, being these tools to assist the study within the organization. The applied methodology was the case study. The results shown are intended to assist the company in reducing the errors it contains within the organization.

**Keywords:** SWOT. BCG. Hairdresser.

## **Introdução**

A empresa analisada é a Rakiti Hair, cabelereiros localizada na cidade de Apucarana, Paraná. O seu ramo de atividade é um salão de beleza masculino, que realiza cortes de cabelos e desaning de barbas. É uma empresa familiar MEI (micro empreendedor individual), atuando nesse mercado desde 2015.

A pesquisa contém uma análise de estratégia que usa duas principais matrizes como a SWOT e BCG, mostrando aplicações dentro da empresa em cada.

## **Objetivo**

O objetivo geral é analisar a capacidade de gestão estratégica da empresa através das ferramentas SWOT e BCG. Já o objetivo específico é avaliar

estrategicamente o mercado através de levantamento de informações do setor da empresa.

### Método

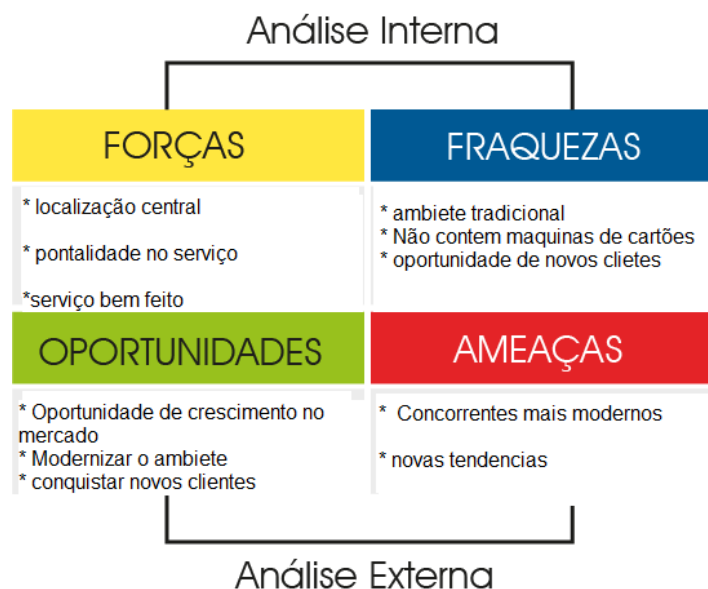
A pesquisa está dividida em duas etapas: a primeira é realizada a pesquisa bibliográfica, utilizando livros e artigos científicos.

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

### Resultados

Segundo Paula (2015) a matriz SWOT também pode ser chamada de matriz FOFA, e é uma ferramenta simples mais bastante eficiente no meio das organizações. Ela possui informações necessárias para planejar o futuro da empresa. Utilizando essa ferramenta consegue-se levantar dados olhando a organização internamente e externamente. Na figura 1 é apresentada uma matriz SWOT da empresa Ratiki Hair, com o objetivo de analisar as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças da empresa.

Figura 1 - Matriz SWOT Empresa Ratiki Hair



Fonte: Autores do Trabalho, 2019.

Na figura 1, pode observar que a empresa possui fraquezas e ameaças, bem como forças e oportunidades.

As forças encontradas são: a) a empresa está localizada no centro; b) o empresário sempre atende com pontualidade, os quais os agendamentos são realizados com antecedência; c) de modo geral o serviço é bem feito, pois os clientes avaliaram o serviço como sendo de ótima qualidade.

As fraquezas detectadas são: a) o ambiente é tradicional, não possui benfeitorias iguais aos seus concorrentes; b) não possui máquinas de cartões, que pode influenciar na quantidade clientes que prestam o serviço; c) não busca encontrar novos clientes.

As oportunidades relatadas são: a) existe uma oportunidade de crescimento no mercado; b) tem meios de modernizar o ambiente, deixando este mais agradável e confortável para os seus clientes; c) possui potencial para conquistar novos clientes.

As ameaças identificadas foram: a) os concorrentes estão mais modernos que a empresa, possuindo estrutura e serviços diferenciados; b) possui novas tendências de cortes.

Segundo Paulillo (2018), a matriz BCG (*Boston Consulting Group*) teve início de utilização na década dos anos 70. Ainda segundo este autor a matriz é uma análise gráfica dos produtos ou serviços da Organização estudada. Ela é baseada no ciclo de vida e no potencial do produto/serviço, e os resultados da análise gráfica, permite escolher quais ações serão tomadas. O uso dessa ferramenta é importante para empresários, pois permite verificar quais produtos são mais vendidos e utilizados pelos clientes, e aqueles produtos esquecidos pelo usuário.

Na figura 2 é demonstrada os resultados da matriz BCG aplicada na empresa, em que, é possível verificar a participação relativa de mercado e o crescimento do mercado dos serviços oferecidos pela Ratiki Hair.

Figura 2 - Matriz BCG da empresa Ratiki Hair

| BCG                    |       | PARTICIPAÇÃO RELATIVA DE MERCADO                                     |   |
|------------------------|-------|--|---|
|                        |       | ALTA   | BAIXA   |
| CRESCIMENTO DO MERCADO | ALTO  | <p><b>Estrela</b></p> <p>Design de barbas<br/>Cuidado com a pele</p> | <p><b>Interrogação</b></p> <p>cortes de cabelos em crianças</p>                   |
|                        | BAIXO | <p><b>Vaca leiteira</b></p> <p>cortes tradicionais Masculino</p>     | <p><b>Abacaxi</b></p> <p>Tintura em cabelos femininos<br/>manicuri e pedicuri</p> |

Fonte: Autor do Trabalho / 2019

Os dois serviços apresentados na dimensão estrela são o design de barbas e o cuidado com a pele. Ambos estão sendo estudados e lançados no mercado. O empreendedor está apostando todas as fichas nestes produtos, pois estes estão em alta neste ramo de atividade.

Um ponto importante da análise é o quadrante Interrogação, que está citando o corte de cabelos em crianças. É um serviço realizado que não tenha muita certeza se vai dar certo, pois exige uma habilidade maior, que é lidar com crianças.

Na análise efetuada foi verificado que a vaca leiteira do negócio, é o corte de cabelos dito como tradicionais em homens. É um ramo que sempre tem clientes, e um serviço que tem um lucro bom, entretanto, se não atualizar, modernizar a prestação de serviço, pode cair em decadência.

Por fim, os Abacaxis da matriz BCG são representados pelas tinturas de cabelos femininos, manicure e pedicuri. Foi um serviço já realizado pelo empreendedor e não teve um bom resultado, pois não teve muita procura, bem como, requer muitos custos desnecessários e muito tempo de execução, deixando assim de atender outros clientes que gera um maior retorno.

### Considerações Finais

Na realização do trabalho foram utilizadas as matrizes SWOT e BCG visto que elas facilitam o entendimento de alguns pontos falhos da empresa e também auxiliam os gestores nas tomadas de decisões.

Depois das análises realizadas, foi verificado que a empresa estudada possui diversas variáveis que podem influenciar em seu resultado e em sua

continuidade. Dessa maneira, pode concluir que a empresa está em um período de crescimento e amadurecimento, tendo vários pontos que podem ser mudados, e melhorados.

### **Referências**

PAULILLO, Gustavo. **A maneira mais simples de entender o que é a matriz BCG**. Agendor, 04 de abril de 2018. Disponível em: < <https://www.agendor.com.br/blog/o-que-e-bcg/>>. Acesso em: 08 de outubro 2019.

PAULA, Gilles. **Matriz SWOT ou Matriz FOFA**: Utilizando a Análise SWOT para conhecer as cartas do jogo e aumentar as chances de vitória de sua empresa. Treasy, 17 de agosto de 2015. Disponível em: <<https://www.treasy.com.br/blog/matriz-swot-analise-swot-matriz-fofa/>>. Acesso em: 06 de outubro de 2019.