

# ESTUDO DE CASO NA EMPRESA

## RODAVI BATERIAS AUTOMOTIVAS

SILVA<sup>1</sup>, K. F.; PEREIRA, J. A.

### RESUMO

Pesquisa aplicada na empresa Rodavi Baterias Automotivas LTDA com o auxílio de ferramentas como a matriz SWOT e BCG que tem como objetivo demonstrar qual o cenário da empresa no mercado. Os resultados obtidos através da metodologia de caso auxiliam na identificação de possíveis erros dentro da organização e com isso apontar os caminhos de melhorias para empresa.

**Palavras-chaves:** SWOT. BCG. Baterias Automotivas.

### ABSTRACT

Research applied at Rodavi Baterias Automotivas LTDA with the help of tools such as the SWOT and BCG matrix that aims to demonstrate the company's scenario in the market. The result obtained through the case methodology help in the identification of possible errors within the organization and thus point out the paths for improvement for the company.

**Keywords:** SWOT. BCG. Automotive Batteries.

### INTRODUÇÃO

A empresa analisada Rodavi Baterias Automotivas LTDA localizada na cidade de Apucarana, situada no norte do Paraná. É uma empresa familiar que atua no ramo desde 1991 comercializando matéria-prima e distribuição de bateria, e com o passar dos anos houve a necessidade de focar na distribuição de baterias.

A pesquisa contém registros colhidos através das matrizes SWOT e BCG

---

<sup>1</sup> Karolaine Figueiredo da Silva. Acadêmica do Curso de Bacharelado em Administração da Faculdade de Apucarana – FAP. Apucarana – Pr. 2020, karolfigueiredo97@gmail.com

<sup>1</sup> José Alcione Pereira. Professor Doutor em Administração da Faculdade de Apucarana – FAP. Apucarana – Pr. 2020, incaelo.pereira@gmail.com.

onde mostra o cenário atual da empresa que indica que está bem situada no mercado, tem um nome de peso porém alguns pontos internos a melhorar, por estar passando por uma adaptação à nova forma de gerenciamento alguns pontos como comunicação interna, interação entre colaboradores, foi um dos pontos que mais interferem no andamento da empresa.

## **OBJETIVO**

O objetivo é analisar a capacidade de gestão estratégica da empresa, ter uma visão ampla de como a empresa está localizada no mercado de trabalho e com isso ter uma análise mais específica para avaliar estrategicamente quais os métodos serão mais viáveis para cada setor a partir daí.

## **MÉTODO**

Os métodos utilizados para essa pesquisa foram pesquisa bibliográfica e pesquisa de campo onde foram colhidas informações dentro da fábrica e repassadas para a direção e gestão da empresa para assim tomar a melhor decisão. Também foram realizadas reuniões para melhorar a comunicação entre os setores e confraternizações para melhorar a interação e harmonia entre os colaboradores.

## **RESULTADOS**

Foi identificado que a empresa está bem relacionada no mercado de trabalho, tem um bom reconhecimento perante colaboradores, e concorrentes, porém alguns pontos estão dificultando para o crescimento da empresa. Por se tratar de uma empresa familiar que atua a mais de 20 anos no mercado alguns pontos podem ser melhorados para que assim possa prosperar ainda mais. Para isso foi utilizada a matriz SWOT que segundo DAYCHOUW (2007) “a análise SWOT é uma ferramenta utilizada para fazer análises de cenário (ou análises de ambiente), sendo usada como base para a gestão e o planejamento estratégico de uma organização. É um sistema simples para posicionar ou verificar a posição estratégica da empresa no ambiente em questão.”

Na figura 1 está relacionada às forças, fraquezas, oportunidades e ameaças da

empresa.

**Figura 1 - Matriz SWOT empresa Rodavi Baterias**

	Fatores internos	Fatores externos
Pontos fortes	<b>FORÇAS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- TEMPO DE MERCADO</li><li>- PRATICIDADE/EFICIÊNCIA</li></ul>	<b>OPORTUNIDADES</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- TECNOLOGIA/MODERNIZAÇÃO PROCESSO</li><li>- MODERNIZAÇÃO AUTOMÓVEIS</li></ul>
Pontos fracos	<b>FRAQUEZAS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- AMBIENTE TRADICIONAL</li><li>- FALTA DE INTERAÇÃO ENTRE SETORES</li></ul>	<b>AMEAÇAS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- CARROS ELÉTRICOS</li><li>- PREÇO CONCORRENTES</li></ul>

Fonte: Autor do Trabalho, 2020.

**Forças:** O tempo de mercado é uma peça chave para o conhecimento no ramo, na praticidade e eficiência em atender seus clientes e colaboradores.

**Fraquezas:** Por ser um ambiente tradicional isso interfere na realização de mudanças na empresa, e a falta de interação faz com que dificulte certas tomadas de decisões.

**Oportunidades:** Possibilidade de implementar novos métodos de gestão,

automação e inovação no processo, modernização da frota resultando melhoria do produto final ao cliente.

Ameaças: Modernização com o surgimento de carros elétricos, concorrentes com preço de sucata que beneficiam mais seus clientes. A segunda matriz utilizada foi a Matriz BCG. OLIVEIRA (2011) diz que a Matriz BCG tem também como princípio básico relacionar os vários negócios da empresa, conforme sua participação no mercado e o crescimento deste, podendo assim identificar os negócios ou linha de negócios ou produtos que geram caixa para a empresa e a linha que deveria ser desativada pois gerava prejuízos à empresa.

Na figura 2 é uma demonstração da Matriz BCG e ela nos ajuda a entender como os produtos podem ser divididos em seus quadrantes. Mais abaixo temos uma explicação dos quadrantes e como os produtos se encaixam nelas.

**Figura 2 - Matriz BCG empresa Rodavi Baterias**



Fonte: Pesquisa Google, 2020

Estrela: Baterias de caminhão são os modelos que tem uma demanda alta e um bom retorno monetário, porém acarreta um maior custo de fabricação.

Ponto interrogação: Baterias Start stop que é um modelo novo no mercado.

Vaca leiteira: Baterias de carro baixo tem uma grande demanda, bom retorno e

baixo custo de fabricação.

Abacaxi: Baterias Honda Civic pouca demanda, o que atrapalha a linha de produção.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Na realização deste estudo de caso foi de suma importância a utilização dessas ferramentas de pesquisa, foi o auxílio necessário para identificar todos os pontos da empresa fazendo com que os gestores tenham uma melhor visão nas tomadas de decisões.

Foi verificado através das análises que a empresa estudada mesmo estando em uma boa posição de mercado e em um segmento que vem crescendo consideravelmente nos últimos anos, possui alguns pontos que podem influenciar em seus resultados e em sua continuidade. Ajustando esses pequenos pontos a empresa irá alcançar maiores resultados fazendo com que ganhe ainda mais credibilidade e reconhecimento de seus clientes, colaboradores e concorrentes.

## **REFERÊNCIAS**

OLIVEIRA, Maxuell Ferreira de. **Metodologia Científica**: Um manual para a realização de pesquisas em administração. Catalão, GO, 2011.

DAYCHOUW, Merhi. **40 Ferramentas e Técnicas de Gerenciamento**. 3. ed. Rio de Janeiro: Brasport, 2007.