

# ESTUDO DE CASO EM UMA EMPRESA DE REFRIGERAÇÃO

RODRIGUES, A. C. P.<sup>1</sup>; SILVA, A. Q. D.<sup>2</sup>; GUIMARÃES, A. P.<sup>3</sup>.; PEREIRA, J. A.<sup>4</sup>;  
RODRIGUES, L, J.<sup>5</sup>

## RESUMO

Esta pesquisa foi aplicada na empresa, que atua no mercado a mais de 11 anos e tem como no ramo de comércio e varejo de peças e acessórios, para refrigeração e ar condicionado. O objetivo geral é analisar a habilidade de gestão estratégica da empresa através da matriz SWOT. A metodologia aplicada foi o estudo de caso. Os resultados demonstrados resultaram em informações do mercado para que a empresa direcione melhor suas estratégias.

**Palavras-chaves:** SWOT. Refrigerações. Estratégia.

## ABSTRACT

This research was applied in the company, which has been operating in the market for over 11 years and is in the branch of commerce and retail of parts and accessories for refrigeration and air conditioning. The overall objective is to analyze the company's strategic management skills through SWOT headquarters. Aiming to analyze and collect information from the market that the company operates. The methodology applied was the case study. The results shown are intended to help the company find measures to resolve these divergences.

**Keywords:** SWOT. Refrigerators. Strategy.

## INTRODUÇÃO

A empresa alvo do estudo de caso é numa empresa de refrigerações localizada na cidade de Apucarana, Paraná. O seu ramo de atividade é distribuição produtos de utilidades domésticas. É uma empresa que esta nesse mercado desde

---

<sup>1</sup> Amanda Caroline de Paula Rodrigues. Acadêmica do curso de bacharelado em Administração da Faculdade de Apucarana – FAP. E-mail: [amandacarolinerodrigues005@gmail.com](mailto:amandacarolinerodrigues005@gmail.com)

<sup>2</sup> Amanda Quini Domingues da Silva. Acadêmica do curso de bacharelado em Administração da Faculdade de Apucarana – FAP.

<sup>3</sup> Ana Paula Guimaraes Professora do curso de bacharelado em Administração da Faculdade de Apucarana – FAP. Email: [apguimaraes@gmail.com](mailto:apguimaraes@gmail.com)

<sup>4</sup> José Alcione Pereira. Professor Doutor do curso de Administração da Faculdade de Apucarana - FAP.

<sup>5</sup> Lucileide Jacinto Rodrigues. Professora Especialista do curso de Administração da Faculdade de Apucarana FAP. E-mail: [lucileide.rodriques@fap.com.br](mailto:lucileide.rodriques@fap.com.br)

2009. A pesquisa abrange uma análise estratégica que utiliza uma das principais matrizes que é a SWOT, mostrando sua aplicação na prática dentro da empresa.

## OBJETIVO

O objetivo geral é analisar a habilidade de gestão estratégica da empresa através da matriz SWOT. Tendo como objetivo analisar e coletar informações do mercado que a empresa atua.

## MÉTODO

A pesquisa está dividida em duas etapas: a primeira é realizada a pesquisa bibliográfica, utilizando livros e artigos científicos. A segunda etapa, foca na pesquisa em campo, coletando informações da empresa para analisar estrategicamente o segmento de atuação da empresa.

## RESULTADOS

Segundo Daychouw (2007), matriz SWOT é uma ferramenta utilizada para fazer análises do ambiente, sendo usada como base para a gestão e o planejamento estratégico de uma empresa. Através dessa ferramenta conseguimos coletar informações das organizações externamente e internamente. Na quadro 1 está representada a matriz SWOT da empresa de refrigerações, tendo como objetivo analisar suas forças, fraquezas, ameaças e oportunidades da empresa.

**Quadro 1 - Matriz SWOT da Empresa de Refrigeração**

Análise SWOT ou FOFA	
Fatores Internos	
Forças	Fraquezas
✓ *MÃO DE OBRA QUALIFICADA; ✓ *LOCALIZAÇÃO.	*MARKETING SEM REFERÊNCIA; * ESTRUTURA PEQUENA; *AUSÊNCIA DE FERRAMENTAS DE PROPAGANDA E DIVULGAÇÃO (DEBILITADO); *NÃO TER PÚBLICO ALVO DEFINIDO.
Fatores Externos	
Oportunidades	Ameaças
*AQUISIÇÃO DE PEÇAS COM	*CONCORRÊNCIA MAIS ÁGIL DEVIDO AO

FORNECEDORES; *DIVULGAÇÃO ATRAVÉS DE REDES SOCIAIS; *AUMENTO DE PODER AQUISITIVO.	QUADRO DE FUNCIONÁRIOS MAIOR  *AUMENTO DOS CUSTOS DAS MERCADORIAS
---	---

Fonte: Autores do Trabalho, 2020.

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

As forças da empresa encontrada por terem uma localização ótima dentro da cidade e por terem mão de obra qualificada.

Fraqueza que pode ter um grande impacto nas negociações e as fraquezas dessa empresa são estrutura pequena, não ter um público alvo definido mais a sua principal fraqueza é o marketing tanto físico quanto digital pois o mesmo não tem referência alguma.

Oportunidade é a aquisição de ferramentas e peças diretamente com fornecedores o aumento do poder aquisitivo e a divulgação em redes sociais.

Ameaça por se tratar de um segmento de serviços e que a concorrência pode ser mais ágil devido a empresa ter poucos funcionários e também uma outra ameaça é o aumento dos custos das mercadorias.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Na realização do estudo de caso foi utilizada a ferramenta matriz SWOT, onde foi possível observar sua facilidade e o entendimento de alguns pontos que precisam ser melhorados na empresa e também serve como base para tomadas decisões dos gestores da empresa.

Através de todas as informações levantadas, foi identificado que a empresa alvo do estudo tem alguns pontos que é preciso ser melhorados ou reavaliados, sendo que o ponto que tem mais necessidade de ser trabalhado para poder ser implantado na empresa e o marketing, tanto físico quanto digital pois, a mesma não possui nenhuma forma de fazer esse marketing e isso a deixa pra trás no mercado em que atua.

## **REFERÊNCIAS**

DAYCHOUW, M. 40 **Ferramentas e Técnicas de Gerenciamento**. 3. ed. Rio de Janeiro: Brasport, 2007. Disponível em:<  
[https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/1012/o/Lays\\_Capingote\\_Serafim\\_da\\_Silva](https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/1012/o/Lays_Capingote_Serafim_da_Silva)>.  
Acesso em: 04 de outubro de 2020.