

ANÁLISE AMBIENTAL, DIAGNÓSTICA E PLANO DE MELHORIA PARA O BAR CDC

ENVIRONMENTAL ANALYSIS, DIAGNOSTIC, AND IMPROVEMENT PLAN FOR CDC BAR

Bruna Fernanda Lopes Mendes¹²
Kauan Alves dos Santos Reis³
Ives Dias Ferreira⁴
Mateus Francisco de Andrade⁵
Mônica de Carvalho Angelo Fernandes⁶
Nívia Hellen Soares da Silva⁷
Warley de Araujo Batista Miranda⁸
Wemerson de Oliveira Silva⁹
Orientador: Josester Teixeira de Sousa¹⁰

RESUMO

O artigo intenciona a implantação de novas propostas estratégicas a partir da detecção dos processos que devem ser reavaliados norteando o setor estratégico em direção à intervenção adequada. Pois, as organizações devem adotar posturas proativas e estarem preparadas para mudanças constantes no ambiente atual, principalmente empresas no ramo alimentício. Neste contexto compreende-se que há necessidade de mudança organizacional, para conquista da satisfação dos clientes, e conseqüentemente para o crescimento econômico da empresa, tendo como foco o desenvolvimento do setor de marketing, novos métodos de preparo dos produtos, novas ofertas de cardápio, e aumento do quadro de colaboradores. A metodologia deste artigo pauta-se em um estudo de caso, de análise qualitativa com finalidade descritiva, a qual utilizou-se de revisão de bibliografia realizada em livros, artigos online, bem como sites da internet. Usamos como ferramentas de

1

²Graduanda em administração pela Faculdade Doctum Caratinga-
aluno.bruna.mendes1@doctum.edu.br

³Graduando em administração pela Faculdade Doctum Caratinga- aluno.kauan.reis@doctum.edu.br

⁴Graduando em administração pela Faculdade Doctum Caratinga- aluno.ives.ferreira@doctum.edu.br

⁵Graduando em administração pela Faculdade Doctum Caratinga-
aluno.mateus.francisco@doctum.edu.br

⁶Graduanda em administração pela Faculdade Doctum Caratinga. Psicóloga, Empresária e
Empreendedora. Linha de estudos voltados para Produtividade Saudável.
aluno.monica.fernandes@doctum.edu.br

⁷Graduanda em administração pela Faculdade Doctum Caratinga- aluno.nivia.silva@doctum.edu.br

⁸Graduando em administração pela Faculdade Doctum Caratinga-
aluno.warley.miranda@doctum.edu.br

⁹Graduando em administração pela Faculdade Doctum Caratinga-
aluno.wemerson.oliveira@doctum.edu.br

¹⁰Professor do curso de administração na Faculdade Doctum Caratinga-
josester.teixeira@doctum.edu.br

diagnóstico, a Matriz Swot e a 5W2H. Contudo, a finalidade desta investigação, é fornecer aos gestores e a sociedade, uma compreensão mais abrangente da organização, para que possam tomar decisões mais precisas e eficazes, como forma de planejar ações e intervenções que atendam às expectativas dos clientes, e favoreçam o comprometimento dos trabalhadores, promovendo por consequência resultados positivos em termos econômicos para a organização.

Palavras-chave: Matriz Swot, 5W2H, plano de ação.

ABSTRACT

The article aims to implement new strategic proposals based on the detection of processes that must be reevaluated in the north of the strategic sector towards appropriate intervention. Therefore, organizations must adopt proactive stances and be prepared for constant changes in the current environment, especially companies in the food sector. In this context, it is understood that there is a need for organizational change, to achieve customer satisfaction, and consequently for the company's economic growth, focusing on the development of the marketing sector, new methods of preparing products, new menu offers, and increase in the number of employees. The methodology of this article is based on a case study, qualitative analysis with descriptive purposes, which uses a bibliography review carried out in books, online articles, as well as internet sites. We use the Swot Matrix and 5W2H as diagnostic tools. However, the purpose of this investigation is to provide managers and society with a more comprehensive understanding of the organization, so that they can make more accurate and effective decisions, as a form of planned actions and interventions that meet customer expectations, and favor the commitment of employees. workers, consequently promoting positive results in economic terms for the organization.

Keywords: Swot Matrix, 5W2H, action plan.

1 INTRODUÇÃO

O objetivo do trabalho é fazer uma análise diagnóstica da empresa CDC, a partir do fomento de uma discussão estratégica da organização, direcionada pelas ferramentas de diagnóstico Matriz Swot e 5W2H para uma compreensão mais abrangente das questões organizacionais, bem como, para criar estratégias de gestão em direção ao comprometimento dos colaboradores e o desenvolvimento econômico da organização.

Assim sendo, o planejamento estratégico foi usado a partir da ferramenta Matriz Swot, instrumento amplamente utilizado em vários setores para tomar decisões relacionadas à gestão e aos negócios da empresa, a qual fornece uma visão abrangente da situação da empresa, considerando seus pontos fortes, pontos

fracos, oportunidades e ameaças. Instrumentos quantitativos que avaliam recursos disponíveis, como projeções econômicas e orçamentos ligados a projetos e atividades.

A síntese de como a Matriz Swot apresentada à empresa diz que, as forças se relacionam ao ambiente que é de fácil acesso, confortável e arejado, com uma variedade de assentos diversificados e disponíveis, preço acessível, equipe qualificada, e boa reputação na visão dos clientes. As principais fraquezas dizem sobre a baixa capacidade de inovação quanto aos produtos, e ao preparo dos alimentos ainda imperfeito para o padrão de consumo na visão dos clientes pesquisados. Em relação às oportunidades, há o crescimento da demanda por novos e diferentes produtos, implantação do QR Code do Pix para facilitação do pagamento, e contratação de um funcionário exclusivo para o atendimento do caixa. E em relação às ameaças, há concorrentes externos com maior variedade de produtos, e maior qualidade em alguns itens, além da agilidade no atendimento e na hora do pagamento.

Outra ferramenta usada como proposta de solução para a empresa foi a ferramenta 5W2H que converte-se em ações práticas para formulação de estratégias idealizadas para o plano de ação. O 5W2H é, portanto, um checklist que indica as atividades, os prazos e as responsabilidades de todos os envolvidos em um projeto.

A metodologia deste artigo pauta-se em um estudo de caso, de análise qualitativa com finalidade descritiva, a qual utilizou-se de revisão bibliográfica em livros, artigos online, bem como sites da internet.

Portanto, as organizações evoluem ao longo do tempo, e as mudanças pautadas em um diagnóstico preciso, são mais seguras para decisões empresariais que objetivam garantir uma organização eficiente e eficaz.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Ferramenta Matriz Swot

O planejamento em uma empresa tem como principal benefício fornecer uma abordagem integrada e abrangente do ambiente interno e externo. No entanto, requer uma compreensão a partir de ferramentas que nos esclareçam os conceitos,

e soluções que podemos apontar em várias escalas de uma unidade de negócio, sendo pequena, média ou grande empresa. (RAEBURN, 2023)

Para Filho e Quinteiros (2014), o **planejamento estratégico** é o processo de definição de metas da organização relacionadas a longo prazo, com análise de risco e postura de flexibilidade, com definição de ações que serão utilizadas e dos recursos disponíveis para alcançá-las princípio norteador para investir em inovação, cultura organizacional e ações que funcionem como respostas a um ambiente de constante mudança no mercado.

O **diagnóstico estratégico** envolve a análise das informações, considerando a visão dos stakeholders (partes interessadas), e avalia os aspectos da realidade externa e interna. Na análise externa, são identificadas ameaças e oportunidades, enquanto na interna, são examinados pontos fortes, fracos e neutros, isso inclui uma análise dos concorrentes para obter um posicionamento competitivo realista e evitar problemas no planejamento estratégico, o qual visa orientar o planejamento estratégico empresarial.

O controle e avaliação monitoram o desempenho em relação aos objetivos, envolvendo avaliação de desempenho, comparação com metas, análise de desvios e ações. Isso inclui o acompanhamento da eficácia nas correções e a incorporação de informações para os ciclos futuros, mantendo o equilíbrio adequado entre custos e benefícios no planejamento estratégico (FILHO e QUINTARAIROS, 2014).

Esses dados falam sobre a importância da análise Swot, para o planejamento estratégico das empresas, considerando os fatores internos e externos que afetam seu desempenho. A análise Swot é uma ferramenta que permite identificar as forças, fraquezas, oportunidades, e ameaças de um negócio, e definir estratégias para melhorar sua competitividade e crescimento.

A Análise Swot foi criada na década de 1960, por Albert Humphrey, na Universidade de Stanford e se tornou popular e versátil para a gestão de negócios. Com esses estudos feitos acima, podemos ter ideia de como é feita a análise Swot, usando uma matriz com 4 quadrantes que representa exemplos práticos de aplicação em diferentes áreas e situações. (Volpato, 2022)

A análise Swot é uma ferramenta valiosa para orientar ações futuras, estratégias de mercado, comportamento em relação aos concorrentes e parcerias. Antes da análise Swot, as empresas enfrentam desafios na avaliação de informações e frequentemente falham em seus planejamentos. A análise Swot foi desenvolvida para abordar essas lacunas, integrando as variáveis internas e externas da empresa. Ela busca identificar os pontos fortes e fracos internos, juntamente com as oportunidades e ameaças externas, para embasar decisões estratégicas às empresas.

2.2 Ferramenta 5W2H

O mercado retrata a necessidade das empresas em aumentar a experiência do cliente, em todos os setores e ramos de atuação, atendendo às expectativas dos mesmos e proporcionando-lhes um alto nível de satisfação, para tanto é necessário identificarmos os sabotadores ao crescimento empresarial. Assim, se utiliza a ferramenta 5W2H que é bastante versátil e útil para solucionar diversas demandas, seja no ambiente corporativo ou até mesmo na vida pessoal. Ela parte de respostas de sete questões simples para chegar a um plano de ação específico. Por isso, é uma das metodologias mais populares entre administradores e empreendedores, principalmente aqueles que desejam se aperfeiçoar no âmbito profissional e pessoal. (Prada, 2022)

Para De Paula (2015), a ferramenta 5W2H é utilizada para compor planos de ação e melhoria de maneira rápida e eficiente, seu principal objetivo é a definição de tarefas para que sejam eficazes e de fácil acompanhamento. A sigla é definida da seguinte forma:

- **What** (o que será feito?)
- **Why** (por que será feito?)
- **Where** (onde será feito?)
- **When** (quando será feito?)
- **Who** (por quem será feito?)
- **How** (como será feito?)
- **How much**(quanto vai custar?)

Dessa forma, a metodologia 5W2H se baseia na resposta dessas 7 perguntas, onde poderá se desenvolver um planejamento e também um mapa de atividades a serem realizadas. Por ser uma ferramenta de fácil utilização, ela tem ganhado bastante visibilidade, isso se deve pelo fato de poder mensurar, quais ações devem ser tomadas e quais riscos a empresa sofre, e ao utilizar esse método, diminui os riscos e incertezas, crescendo de forma saudável e acelerada.

Quando se utiliza de ferramentas que possuem qualidade, em particular do 5W2H, elas se tornam relevantes, pois atuam como suporte ao planejamento, identificação de problemas e resolução de incidentes. O uso correto destas ferramentas possibilita o entendimento e o conhecimento dos processos das empresas, proporcionando uma melhor gestão das mesmas.

Com a capacitação, infraestrutura adequada e uma equipe qualificada, a empresa estará preparada para oferecer um serviço diferenciado no mercado, o que contribuirá para o seu sucesso e crescimento.

Apesar de o 5W2H ser alvo de vários estudos, ainda não se sabe quem o desenvolveu. É possível que tenha sido criada durante a “implantação do Sistema Toyota de Produção”, já que os trabalhadores da fábrica foram essenciais para o desenvolvimento dessa metodologia. (5W2H, 2020)

2.3 Desenvolvimento Econômico

“A teoria do desenvolvimento econômico, surgiu nos anos 1940 em plena crise do pensamento neoclássico. O primeiro modelo formal de desenvolvimento econômico – o de Harrod-Domar – nasceu ainda neste quadro.” (Bresser-Pereira, 2008)

De acordo com Reis (2022), o conceito de desenvolvimento econômico se refere à evolução da economia de uma forma que favorece a melhoria da qualidade de vida das pessoas. Geralmente, está ligada a criação de riqueza, embora também abranja outras dimensões, como a distribuição dessa riqueza. O desenvolvimento

econômico é alcançado quando o sistema de produção cresce por um tempo progressivo, favorecendo a criação de riqueza e a acumulação de capital.

Para entender melhor o que é desenvolvimento econômico, é preciso saber diferenciá-lo de crescimento econômico. O crescimento econômico pode ser mais fácil de ser atingido, e também, ser definido como a melhora dos indicadores quantitativos da economia. O crescimento econômico surge quando existe um aumento na produção de bens e serviços, junto a eles, o consumo elevado.

O desenvolvimento econômico é o processo de melhora do bem-estar geral da população, indicado pela elevação dos indicadores quantitativos e qualitativos da economia, tais como PIB, a renda per capita, a educação, a saúde, o meio ambiente, entre outros, o desenvolvimento econômico depende do crescimento econômico, mas também, na distribuição equitativa da riqueza e da sustentabilidade ambiental. (Bresser-Pereira, 2008)

De acordo com o Wikipedia “O processo de desenvolvimento econômico supõe ajustes institucionais, fiscais e jurídicos, incentivos para inovações, empreendedorismo e investimentos, assim como condições para um sistema eficiente de produção, circulação e distribuição de bens e serviços à população.”

3. METODOLOGIA

A metodologia proposta para esta análise se utilizou da revisão de bibliografia em livros e artigos online, bem como sites da internet. A pesquisa pode ser classificada como qualitativa com finalidade descritiva e utilizou como estratégia de investigação o estudo de caso. Os instrumentos utilizados para as análises constituíram-se no uso das ferramentas conhecidas como: Matriz SWOT e o 5W2H.

Foram realizadas 5 (cinco) visitas técnicas à organização, onde pôde-se observar, o que era servido e como era seu funcionamento. Também houve 2 (duas) reuniões presenciais com os proprietários do estabelecimento, além de conversas por telefone, onde se pode entender sobre a empresa.

4 ESTUDO DE CASO OU PLANO DE MELHORIA PARA O ESTABELECIMENTO CDC

4.1 Breve Histórico do bar

A empresa CDC, é do ramo alimentício, e foi inaugurada em 2019 (dois mil e dezenove) no espaço de uma faculdade do interior de Minas Gerais, como desejo dos proprietários em ampliar seus negócios que já se voltavam para empreendimentos no ramo de alimentação. O mesmo é um local que visa receber estudantes, professores e visitantes da faculdade, o qual foi muito bem recebido pelo público, pelo seu fácil acesso e preço acessível. Até a presente data, é um local promissor e em constante expansão.

4.2 Matriz SWOT

FORÇAS	FRAQUEZAS
<ol style="list-style-type: none">1 Funcionárias atenciosas e educadas2 Salgado (coxinha) eleito como o melhor prato servido3 Comida oferecida pelo estabelecimento (Jantinha – Estrogonofe de frango) apresenta um prato com o preparo do frango sem gordura e o arroz bem saboroso4 Ambiente de fácil acesso, confortável e arejado, com uma variedade de assentos diversificados e disponíveis5 Preço acessível	<ol style="list-style-type: none">1 Preparo dos alimentos ainda imperfeito para o padrão de consumo: Feijão tropeiro servido sem tempero e seco pela adição de muita farinha; estrogonofe servido com o caldo não encorpado, o que o deixa aguado; hambúrguer servido seco; torresmo preparado não adequadamente (elástico); sanduíche natural seco2 Ausência frequente dos proprietários3 Nenhuma opção ofertada para o público fit e opções para o público vegetariano4 Não oferta de suco natural

	5 Demora no pagamento na hora de passar o cartão
<p>OPORTUNIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Excelente localização, ambiente limpo e agradável 2 Comercialização de churrasquinho que é do agrado de muitos clientes 3 Implantação do QR Code do Pix para facilitação do pagamento 4 Contratação de um funcionário exclusivo para o atendimento do caixa 5 Inclusão no cardápio de coxinhas de diferentes sabores, para aproveitar o produto carro chefe da empresa 	<p>AMEAÇAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Empresa à frente do estabelecimento comercializa uma jantinha com valor mais acessível que a da empresa 2 Comprar da concorrência e usar o espaço da empresa para consumo 3 Concorrência circundante oferece maior variedade no cardápio de produtos 4 Maior agilidade no atendimento e principalmente no pagamento, das empresas ao redor 5 Oferecimento de um cardápio de doces como bolos e trufas

Fonte: Dados obtidos na pesquisa elaborada pelos autores (2023)

4.3 Diagnóstico e plano de melhoria para o estabelecimento CDC

Fonte: Dados obtidos na pesquisa elaborada pelos autores (2023)

FORÇAS (AÇÃO 1 A 5)

AÇÃO 1

- **O quê? Funcionárias atenciosas e educadas**
- **Por quê?** Dar um feedback as funcionárias sobre a conduta profissional que atualmente é avaliado como positivo

- **Quem?** Proprietários
- **Onde?** Estabelecimento
- **Quando?** Prazo de 1 semana
- **Como?** Reunião administrativa
- **Quanto?** Sem custo

ACÇÃO 2

- **O quê?** Salgado (coxinha) eleito como o melhor prato servido
- **Por quê?** Oferecimento do menu do dia com um sabor de coxinha específico com preço promocional
- **Quem?** Estabelecimento
- **Onde?** Estabelecimento
- **Quando?** Prazo de 1 semana
- **Como?** Implantação dos sabores e plano de marketing
- **Quanto?** R\$ 500,00

ACÇÃO 3

- **O quê?** Prato: Jantinha bem preparado (frango e arroz)
- **Por quê?** Já que é um bom prato podemos colocar um dia de promoção para acentuar as vendas
- **Quem?** Funcionários
- **Onde?** Estabelecimento
- **Quando?** Prazo de 1 semana

- **Como?** Preparo do material promocional - placa da propaganda
- **Quanto?** R\$ 10,00

AÇÃO 4

- **O quê?** Ambiente de fácil acesso, confortável e arejado, com uma variedade de assentos diversificados e disponíveis
- **Por quê?** Divulgar a questão do ambiente ser convidativo ao estudo, refeições, e conversas
- **Quem?** Estabelecimento
- **Onde?** Estabelecimento
- **Quando?** Prazo de 1 mês
- **Como?** Preparo a campanha de marketing nas redes sociais e cartazes
- **Quanto?** R\$ 1.000,00

AÇÃO 5

- **O quê?** Preço acessível
- **Por quê?** Sorteios em datas comerciais como as semanas acadêmicas, e promoção 1x/mês de certo item do cardápio - Exemplo: Hambúrguer de RS 8,00 por apenas 6,00
- **Quem?** Estabelecimento
- **Onde?** Estabelecimento
- **Quando?** Prazo de 15 dias
- **Como?** Preparo calendário para efetuar a ação
- **Quanto?** Sem custo

FRAQUEZAS (AÇÃO 6 A 10)

AÇÃO 6

- **O quê?** Melhoria no preparo dos alimentos
- **Por quê?** Para melhor fidelização da clientela
- **Quem?** Funcionários
- **Onde?** Estabelecimento
- **Quando?** Prazo imediato
- **Como?** Orientação técnica
- **Quanto?** Custos de um profissional de gastronomia

AÇÃO 7

- **O quê?** Melhoria no preparo dos alimentos
- **Por quê?** Para melhor fidelização da clientela
- **Quem?** Funcionários
- **Onde?** Estabelecimento
- **Quando?** Prazo imediato
- **Como?** Orientação técnica
- **Quanto?** Custos de um profissional de gastronomia

AÇÃO 8

- **O quê?** Oferecimento de uma maior variedade no cardápio de produtos, incluindo o público vegetariano

- **Por quê?** Significa garantir uma maior diversidade de opções alimentares, incluindo diferentes tipos de frutas, legumes, grãos, proteínas e laticínios, sugerimos o oferecimento de espetinho (churrasquinho) de legumes. Proporciona uma maior ingestão de nutrientes, já que cada alimento possui diferentes vitaminas, minerais e antioxidantes, Uma maior variedade de alimentos torna a alimentação mais prazerosa e a possibilidade de uma nova venda
- **Quem?** Estabelecimento
- **Onde?** Estabelecimento
- **Quando?** Prazo 1 mês
- **Como?** Oferecimento de informações sobre os benefícios de uma alimentação variada e disponibilidade de novos itens (nutritivos) no cardápio
- **Quanto?** R\$ 1.000,00

AÇÃO 9

- **O quê?** Oferta de sucos naturais
- **Por quê?** Oferecimento de uma variedade de sucos feitos com frutas frescas e naturais para promover uma alimentação saudável e proporcionar uma opção refrescante e saborosos
- **Quem?** Estabelecimento / Nutricionista
- **Onde?** Estabelecimento
- **Quando?** Prazo 15 dias
- **Como?** Utilização de extratores de suco, liquidificadores, copos e garrafas
- **Quanto?** R\$ 1.000,00

AÇÃO 10

- **O quê?** Agilidade na hora do pagamento
- **Por quê?** Fluxo constante de clientes em horários específicos
- **Quem?** Proprietários
- **Onde?** Estabelecimento
- **Quando?** Prazo de 1 mês
- **Como?** Contratação de um funcionário para o caixa
- **Quanto?** R\$ 1.300,00 + Impostos

OPORTUNIDADES (AÇÃO 11 A 15)

AÇÃO 11

- **O quê?** Excelente localização, ambiente limpo e agradável
- **Por quê?** Agregue valor, mostrando seu compromisso com a sustentabilidade usando materiais embalagens ecológicas e promovendo práticas de sustentabilidade
- **Quem?** Clientes atentos às questões ligadas à sustentabilidade, normas, direitos e deveres
- **Onde?** Estabelecimento
- **Quando?** Prazo de 1 mês
- **Como?** Desenvolvimento de placas mostrando ações de sustentabilidade
- **Quanto?** R\$ 200,00

AÇÃO 12

- **O quê?** Comercialização de churrasquinho

- **Por quê?** Demanda de alimentos de consumo rápido
- **Quem?** Estabelecimento
- **Onde?** Estabelecimento
- **Quando?** Prazo de 1 semana
- **Como?** Implantação dos sabores e plano de marketing
- **Quanto?** R\$ 500,00

AÇÃO 13

- **O quê?** Implantação do QR Code do Pix para facilitação do pagamento
- **Por quê?** Agilidade no pagamento
- **Quem?** Estabelecimento
- **Onde?** Estabelecimento
- **Quando?** Prazo imediato
- **Como?** Plaquinha de PVC
- **Quanto?** R\$ 30,00

AÇÃO 14

- **O quê?** Contratação de um funcionário exclusivo para o atendimento do caixa
- **Por quê?** Agilidade no pagamento
- **Quem?** Estabelecimento
- **Onde?** Estabelecimento
- **Quando?** Prazo 1 mês
- **Como?** Anúncio / Indicação

- **Quanto?** R\$ 1.300,00 + Impostos

AÇÃO 15

- **O quê?** Inclusão no cardápio de coxinhas de diferentes sabores
- **Por quê?** Para aproveitar o produto carro chefe da empresa
- **Quem?** Estabelecimento
- **Onde?** Estabelecimento
- **Quando?** Prazo 1 mês
- **Como?** 1º) Pesquisa com os clientes / 2º) Acréscimo dos 2 sabores mais votados no cardápio
- **Quanto?** R\$ 300,00

AMEAÇAS (AÇÃO 16 A 20)

AÇÃO 16

- **O quê?** Empresa à frente do estabelecimento comercializa uma jantinha com valor mais acessível que a da empresa
- **Por quê?** Estabelecer um dia promocional da jantinha e ou um valor aproximado ao que é oferecido pela concorrência
- **Quem?** Para aumento das vendas
- **Onde?** Estabelecimento
- **Quando?** Prazo 1 semana
- **Como?** Através de consultas sobre qual preço deveria ser aplicado, frente ao controle de custos

- **Quanto?** R\$ 200,00

ACÇÃO 17

- **O quê?** Comprar da concorrência e usar o espaço da empresa para consumo
- **Por quê?** Estabelecer diretrizes para entrada de alimentos na faculdade, já que a cantina fica dentro da faculdade
- **Quem?** Para que os alunos comprem mais no estabelecimento
- **Onde?** Parceria da empresa e com o apoio da faculdade
- **Quando?** Prazo imediato
- **Como?** Normas a serem implementadas
- **Quanto?** Sem custo

ACÇÃO 18

- **O quê?** Concorrência circundante oferece maior variedade no cardápio de produtos
- **Por quê?** Aumentar o cardápio com novas variedades de produtos e bebidas
- **Quem?** Proprietários
- **Onde?** Parceria da empresa e com o apoio da faculdade
- **Quando?** Prazo 1 semana
- **Como?** Através de uma pesquisa para sondagem de que o público consome na concorrência externa
- **Quanto?** R\$ 600,00

ACÇÃO 19

- **O quê?** Maior agilidade no atendimento e principalmente no pagamento, das empresas ao redor

- **Por quê?** Oferecimento do serviço de delivery ou takeaway (estabelecimento comercial, do gênero restaurante, destinado ao preparo e comércio de refeições que são levadas e consumidas em outro local) para clientes que não têm tempo para comer no estabelecimento
- **Quem?** Estabelecimento
- **Onde?** Estabelecimento
- **Quando?** Prazo de 2 meses
- **Como?** Sistemas computadorizados para atendimento
- **Quanto?** R\$ 3.000,00

AÇÃO 20

- **O quê?** Oferecimento de um cardápio de doces como bolos e trufas
- **Por quê?** Oferecimento de um cardápio de doces como bolos e trufas. Aumento da receita a partir da demanda de clientes por uma sobremesa, ou algo doce
- **Quem?** Estabelecimento / Chefe de Gastronomia / Buffet terceirizado
- **Onde?** Estabelecimento
- **Quando?** Prazo 1 mês
- **Como?** Criação de menu impresso, e divulgação on-line
- **Quanto?** R\$ 500,00

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Observa-se que o produto referência da empresa é a coxinha, entretanto vimos como oportunidade oferecer ao público uma diversidade de mais sabores deste salgado para maximizar as vendas da empresa. Percebe-se que esse produto

provoca a curiosidade do público ao consumo de outros itens do cardápio, e os clientes acabam voltando após consumi-la, como consequência consomem outros alimentos, como bebidas, entre outros itens.

As funcionárias atuais no quadro de funcionários são bem avaliadas pelos clientes, são consideradas atenciosas e educadas, apresentam uma comunicação assertiva, e empática, perguntando sobre as aulas, provas e sobre a família, assim elas acabam criando uma intimidade e muitas vezes os alunos voltam ao estabelecimento porque se sentem acolhidos, e acabam comprando por consequência. Porém a contratação de um funcionário exclusivo para a organização do caixa, se faz urgente, para agilizar o pagamento e formalizar o processo de atendimento, para assim garantir a satisfação dos mesmos que possuem pouco tempo disponível para o consumo, e atualmente encontram na concorrência externa maior agilidade no atendimento e principalmente no pagamento. Assim, o objetivo de otimização da estrutura funcional visa garantir os objetivos estratégicos e facilitar a experiência do cliente.

Também há necessidade de mudança organizacional no setor de marketing, o qual não é explorado pela empresa.

Contudo, esse diagnóstico objetiva a implantação de novas propostas estratégicas a partir da detecção dos processos que devem ser reavaliados e de que forma isso deve ocorrer, norteando o setor estratégico em direção à intervenção adequada. Assim, conquistar a satisfação do cliente, e adquirir uma nova clientela é essencial para gerarmos mais negócios. Assim, ouvir os clientes é a parte condutora para implantação de estratégias mais precisas, que favoreçam o crescimento da organização, por isso dá importância deste diagnóstico.

REFERÊNCIAS

A ENCICLOPÉDIA LIVRE, Wikipedia. **Desenvolvimento econômico**. [S. l.], 2012. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Desenvolvimento_econ%C3%B4mico#:~:text=Desenvolvimento%20econ%C3%B4mico%20%C3%A9%20o%20processo,varia%C3%A7%C3%B5es%20positivas%20das%20%22vari%C3%A1veis%20qualitativas. Acesso em: 11 nov. 2023.

ARAÚJO, José. **Inovação nos ods: a inovação como fator histórico de progresso**. Tribunal de contas. 2021. Disponível em: <https://www.tce.sp.gov.br>. Acesso em: 26 out. 2023.

PEREIRA, Luiz Carlos Bresser. **Crescimento e Desenvolvimento Econômico. Notas para uso em curso de desenvolvimento econômico na Escola de Economia de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas**. Versão de junho de 2008. Disponível em: <http://www.bresserpereira.org.br/papers/2007/07.22.CrescimentoDesenvolvimento.o.Junho19.2008.pdf>. Acesso em: 6 nov. 2023. FILHO, Oswaldo Maceron;

PAULA, Gilles B de. **O que é 5W2H: reduza incertezas, ganhe produtividade e aprenda como fazer um plano de ação**. [S. l.], 8 nov. 2015. Disponível em: <https://www.treasy.com.br/blog/5w2h/>. Acesso em: 8 nov. 2023.

PRADA, Charles. **Plano de ação 5W2H: passo a passo de como implementar na sua empresa!**. [S. l.], 22 jun. 2022. Disponível em: <https://www.euax.com.br/2022/06/plano-de-acao-5w2h/>. Acesso em: 9 nov. 2023. **O QUE são os ODS - Objetivos do Desenvolvimento Sustentável - ONU**. Direção: negóciossocial. [S. l.: s. n.], 24 mai. 2020. Disponível em: <https://youtu.be/F-WY4UVVB9E?feature=shared>. Acesso em: 27 out. 2023.

QUINTAIROS, Paulo Cesar Ribeiro. **A análise swot e sua relevância para o planejamento estratégico**. Unital (Universidade de Taubaté) III Congresso Internacional de Ciência, Tecnologia e Desenvolvimento 20 a 22 de outubro de 2014. Acesso em: 1 nov. 2023.

RAEBURN, Alicia. **Análise SWOT/FOFA: o que é e como usá-la (com exemplos)**. [S. l.], 6 nov. 2023. Disponível em: <https://asana.com/pt/resources/swot-analysis>. Acesso em: 9 nov. 2023.

REIS, Tiago. **Desenvolvimento econômico: conheça as principais teorias a respeito**. [S. l.], 24 out. 2022. Disponível em: <https://www.sunoo.com.br/artigos/desenvolvimento-economico/>. Acesso em: 3 nov. 2023.

VOLPATO, Bruno. **Tudo sobre a análise SWOT: o que é, como fazer e template para baixar: Também conhecido como análise FOFA, esse método pode ajudar você e a sua empresa a tomarem melhores decisões**. [S. l.], 23 ago. 2022. Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/marketing/analise-swot/>. Acesso em: 9 nov. 2023.

5W2H: O que é, para que serve e por que usar na sua empresa. [S. l.], 30 dez. 2022. Disponível em: <https://www.sebrae-sc.com.br/blog/5w2h-o-que-e-para-que-serve-e-por-que-usar-na-sua-empresa>. Acesso em: 8 nov. 2023.

5W2H: o que é, como funciona e por que você deveria usar?. [S. l.], 11 fev. 2020. Disponível em: <https://fia.com.br/blog/5w2h/>. Acesso em: 8 nov. 2023.