

II Encontro Internacional de Gestão, Desenvolvimento e Inovação

20 a 23 de novembro de 2018 - Naviraí - MS



ESTRATÉGIA DE MARKETING: caso Magazine Luiza em Nova Andradina-MS

Amanda Sanchez Borini

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (CPNA)

amanda-sanchez-08@hotmail.com

Andreia Ribeiro da Silva

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (CPNA)

deia_ribeiro2@hotmail.com

Evelania Egner Formagio

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (CPNA)

evelania.formagioadm@gmail.com

Edrilene Barbosa Lima Justi

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (CPNA)

edrilene@gmail.com

Jamson Justi

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (CPNA)

jamsonjusti@gmail.com

Jadson Justi

Universidade Federal do Amazonas (UFAM)

jadsonjusti@hotmail.com

RESUMO

O gerenciamento do marketing estratégico é essencial para as empresas e apresenta quatro funções da administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle. Neste contexto, o objetivo do trabalho foi analisar os pontos fracos e fortes de uma empresa e identificar as possíveis ameaças e oportunidades presentes no ambiente externo da organização. Foi feita uma pesquisa qualitativa, com entrevista individual realizada com o gerente da empresa varejista Magazine Luiza, localizada em Nova Andradina, MS. Identificou-se que a empresa varejista tem grande potencial para aproveitar as oportunidades dadas pelo ambiente externo aprimorando o foco nas relações de cuidado com seus colaboradores e com seus clientes. Conclui-se que a Magazine Luiza apresenta uma visão clara referente aos pontos fortes e fracos da empresa e está apta para enfrentar as ameaças e aproveitar as oportunidades inerentes ao seu negócio.

Palavras-chave: Marketing estratégico; Matriz SWOT; Varejo.

II Encontro Internacional de Gestão, Desenvolvimento e Inovação

20 a 23 de novembro de 2018 - Naviraí - MS



Para Kotler e Armstrong (2015) a definição de marketing é um processo elaborado pelas empresas que criam certo valor para os clientes, construindo assim, relacionamentos fortes com eles e tendo em troca a captura de valor dos mesmos.

Neste contexto, uma das análises mais importantes para o gerenciamento de marketing é a Análise SWOT, em que é possível obter informações essenciais no processo de planejamento estratégico que influenciam nos resultados de qualquer organização.

Sendo assim, o problema de pesquisa neste trabalho foi: que possíveis estratégias de marketing podem ser propostas à empresa varejista Magazine Luiza localizada em Nova Andradina, MS? Para tanto o objetivo do trabalho foi analisar os pontos fracos e fortes de uma empresa e identificar as possíveis ameaças e oportunidades externas presentes no ambiente organizacional.

Segundo Maximiano (2013) a análise do ambiente externo é o fator que interpreta as ameaças e oportunidades do meio sendo um dos pilares do planejamento estratégico. Segundo o autor, quanto mais competitivo, instável e complexo for o ambiente, maior a necessidade dessa análise. Há diversas maneiras de dividir o ambiente em componentes para facilitar a análise. Os componentes que devem sempre ser considerados são os seguintes: ramo de negócios, ações de governo, tecnologia, conjuntura econômica e sociedade, entre os mais importantes.

De acordo com Churchill (2013) no ambiente interno, as forças são os recursos financeiros, as marcas bem conhecidas e as habilidades tecnológicas. As deficiências são representadas pela falta de direção estratégica, altos custos e instalações obsoletas. No ambiente externo, as oportunidades se dão pelos novos mercados e produtos potenciais e pela queda de barreiras comerciais internacionais. Por fim, as ameaças podem ser representadas pela nova concorrência, crescimento lento do mercado ou novas regulamentações.

A administração da função de marketing realiza uma análise completa da situação da empresa e elabora a Análise SWOT. Desenvolvida por Albert Humphrey, essa ferramenta identifica forças (*strengths*) e fraquezas (*weaknesses*) de uma empresa e também identifica ameaças (*threats*) e oportunidades (*opportunities*) do meio externo, indicando assim, ações gerais e estratégicas para a organização atingir seus objetivos (KOTLER; ARMSTRONG, 2015).

Dessa forma, este trabalho executou uma pesquisa qualitativa, com entrevista individual realizada com o gerente da empresa varejista Magazine Luiza, localizada em Nova Andradina, MS, em maio de 2018. A entrevista realizada para a pesquisa abordou questões

II Encontro Internacional de Gestão, Desenvolvimento e Inovação

20 a 23 de novembro de 2018 - Naviraí - MS



referentes aos pontos fortes e fracos da empresa, sendo respondidas pelo gerente atual, bem como as ameaças e oportunidades presentes no ambiente externo. Posteriormente, foi desenvolvida uma avaliação sistemática por meio da Análise SWOT, reunindo os quatro pontos analisados pela entrevista em relação à empresa em estudo.

Análise SWOT referente às informações obtidas através da empresa varejista Magazine Luiza localizada em Nova Andradina - MS:

- Forças: marca de grande reputação no mercado nacional; relação de cuidado com colaboradores e clientes; grande número de lojas físicas (850 unidades); maior empresa de varejo no Brasil; expansão de lojas para a região Norte do Brasil; crescimento de 300 lojas em três anos; personalização do site Magazine Luiza.
- Fraquezas: mudanças tecnológicas; dificuldades com o crescimento acelerado do número de lojas.
- Ameaças: crescimento da concorrência (lojas on-line); entrada de lojas físicas da empresa *Amazon* no Brasil.
- Oportunidades: ambiente propício para crescimento da demanda em regiões do Brasil

Mediante o que foi apontado na Matriz SWOT, elaborou-se algumas considerações para a empresa pesquisada:

- Forças e Oportunidades: por já possuir um grande número de lojas abertas no Brasil e um nome forte no mercado brasileiro, a empresa varejista tem grande potencial para aproveitar as oportunidades dadas pelo ambiente externo, controlando e direcionando as 300 futuras lojas que serão abertas pelo país;
- Forças e Ameaças: sendo uma empresa renomada e de grande porte, é possível lidar com a concorrência aprimorando o foco nas relações de cuidado com seus colaboradores e principalmente com seus clientes, conquistando a satisfação dos mesmos, os tornando fiéis à Magazine Luiza;
- Fraquezas e Oportunidades: a empresa pode se aproveitar das mudanças tecnológicas para investir na personificação do site Magazine Luiza. Além de saber controlar o crescimento acelerado do número de lojas, direcionando-as para regiões que não possuem lojas físicas, principalmente para o Norte do Brasil;
- Fraquezas e Ameaças: é importante para a empresa se adaptar diante as mudanças tecnológicas pelo fato da concorrência *online* estar se expandindo cada vez mais. Sabendo da existência dessa futura competição, é necessário que a Magazine Luiza

II Encontro Internacional de Gestão, Desenvolvimento e Inovação

20 a 23 de novembro de 2018 - Naviraí - MS



foque mais em suas lojas já existentes direcionando suas forças contra essas possíveis ameaças.

Através da pesquisa realizada, conclui-se que a Magazine Luiza apresenta uma visão clara referente aos pontos fortes e fracos da empresa e está apta para enfrentar as ameaças e aproveitar as oportunidades estabelecidas pelo ambiente externo.

REFERÊNCIAS

CHURCHILL, G. A. **Marketing**: criando valor para os clientes. 3 ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2013.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de Marketing**. 15 ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015.

MAXIMIANO, A. C. A. **Introdução à Administração**. 8. ed. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2013.