

DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO NA EMPRESA MS LUZITANIA

Marilene dos Santos Pereira¹

Regis Heitor Ferroli²

RESUMO

A concorrência no mercado está cada vez mais acirrada e devido a isto, os gestores são obrigados a conhecer, analisar suas forças e fraquezas, bem como as oportunidades e as ameaças que podem ocorrer. Um diagnóstico estratégico bem organizado é fundamental e pode proporcionar competitividade, melhorando o processo de gestão. Este trabalho foi desenvolvido para uma empresa que atua no setor de distribuição de pescados e frutos do mar, e teve como objetivo diagnosticar as forças e fraquezas no ambiente interno da empresa e as suas oportunidades e ameaças no ambiente externo. Pelo tipo de pesquisa e por seu delineamento, o estudo caracterizou-se como pesquisa diagnóstica, de natureza quantitativa e qualitativa, aplicando questionários com clientes e entrevistas com o gestor. No resultado percebeu-se que após aplicar a análise SWOT, a empresa se encontra em manutenção pois predominam as forças (dimensão da tangibilidade, marketing, finanças, produção e recursos humanos) no ambiente interno e as ameaças (entrantes potenciais, rivalidade entre empresas existentes, compradores, fornecedores e produtos substitutos) no ambiente externo.

¹ Acadêmica do Curso de Logística, UNIVALI – Campus Itajaí/SC. marilenejo@hotmail.com

² Prof. Mestre. Orientador, UNIVALI – Campus Itajaí/SC. regisferroli@univali.br