

O PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO COMO DIFERENCIAL COMPETITIVO EM UM ESTÚDIO DE DANÇA

Karine Cecilia Finatto¹

Maiara Zamban²

Ceyça Lia Palerosi Borges³

O planejamento estratégico surge como uma ferramenta capaz de estabelecer objetivos, a fim de fortalecer o posicionamento da organização no mercado de atuação, o retorno financeiro e assegurar a sua sustentabilidade em longo prazo, por meio da disposição das forças da organização com as tendências de mudanças. Desse modo, a pesquisa de natureza qualitativa caracterizada por ser um estudo de caso, busca identificar e analisar ações estratégicas em uma franquia de um estúdio de dança localizado em Chapecó – SC, por meio de uma entrevista semiestruturada com os dois gestores da organização. Os resultados da pesquisa são subdivididos em intenção estratégica da empresa, análise interna e análise externa da organização, ou seja, definição de seus pontos fortes, pontos fracos, ameaças e oportunidades. Apesar de a empresa ser uma franquia e possuir missão, métodos e processos pré-definidos, pode-se diagnosticar que não há objetivos estratégicos estabelecidos o que dificulta a avaliação da situação atual, o acompanhamento e gerenciamento do negócio e por consequência a tomada de decisão pelos sócios. Através da pesquisa realizada foi possível perceber que a franquia de estúdio de dança é pioneira na região oeste de Santa Catarina, ela realiza informalmente planejamento de marketing para a divulgação da organização a fim de fidelizar clientes e persuadir os potenciais clientes, dentre as principais ferramentas utilizadas destacam-se as promoções no pagamento de mensalidades, toalhas personalizadas, bóton de calçados, panfletos e redes sociais. Existe o estabelecimento de metas trimestrais tais metas são estabelecidas com base no histórico da empresa, sempre procurando superar índices anteriores e a partir de instrumentos de avaliação de satisfação com os clientes. Com base na análise de dados são sugeridas ações estratégicas, por meio de planilha 5W2H para cada área da organização, sendo elas: financeiro, recursos humanos vendas e marketing a serem utilizadas pelo estúdio de dança.

Palavras-chave: Diagnóstico. Ações Estratégicas. Franquia.

¹ Estudante do curso de Administração da Universidade Federal da Fronteira Sul, campus Chapecó. karine.cecilia@hotmail.com

² Estudante do curso de Administração da Universidade Federal da Fronteira Sul, campus Chapecó, Diretora Presidente na Sem Fronteiras Consultoria Junior e estagiária na secretaria acadêmica da Universidade Federal da Fronteira Sul. maiara.semfronteiras@gmail.com

³ Mestre em administração de empresas, professor do curso de Administração da Universidade Federal da Fronteira Sul, campus Chapecó. ceyca.borges@uffs.edu.br