

## IDENTIFICANDO AMEAÇAS E OPORTUNIDADES: um estudo de caso em uma empresa de hamburgueria da cidade de Maringá-PR

Área: Sociais Aplicadas

Eduardo Bortolato<sup>1</sup>, Lucas Oliveira Ramos<sup>2</sup>, Luís Carlos Godoi Filho<sup>3</sup>, Paulo Henrique Goes<sup>4</sup>, Romeu Felipe Linhares Fraga<sup>5</sup>, Cleiciele Albuquerque Augusto<sup>6</sup>

<sup>1</sup>Eduardo Bortolato, contato: ra134000@uem.br

<sup>2</sup>Lucas Oliveira Ramos, contato: ra135588@uem.br

<sup>3</sup>Luís Carlos Godoi Filho, contato: ra103267@uem.br

<sup>4</sup>Paulo Henrique Goes, contato: ra133922@uem.br

<sup>5</sup>Romeu Felipe Linhares Fraga, contato: ra135593@uem.br

<sup>6</sup>Profa. Cleiciele Albuquerque Augusto – DAD/UEM, contato: caaugusto2@uem.br

**Resumo.** Este trabalho objetiva demonstrar uma análise externa de ameaças e oportunidades realizada em uma hamburgueria na cidade de Maringá/PR. A pesquisa evidencia a importância da análise externa para o desenvolvimento organizacional da empresa em questão. Para tanto, busca-se identificar ameaças e oportunidades a partir de elementos demográficos, tecnológicos, culturais, econômicos, legais, políticos e econômicos, além de forças de rivalidade no seu ambiente de competição. A metodologia aplicada foi um estudo de caso de abordagem qualitativa. Os resultados demonstraram um ambiente caracterizado com muitas oportunidades, mas caracterizado por altas ameaças de concorrentes, substitutos, novos entrantes e clientes. Concluiu-se que a empresa caminha para um ótimo desempenho e prosperidade no setor, apesar de apresentar um ambiente externo caracterizado por altas ameaças.

**Palavras-chave:** Análise Externa. Ameaças. Hamburgueria.

### 1. Introdução

Como parte da avaliação da disciplina de Estratégia Organizacional I, do curso de Administração, da Universidade Estadual de Maringá, os alunos realizaram uma análise externa de uma pequena empresa na cidade de Maringá. Dessa forma, foi realizada uma análise externa de ameaças e oportunidades de uma empresa do ramo de hamburgueria. A Nochi burger conta com a proprietária Ana Clara Oliveira Ramos, dona do negócio, no qual realizam-se as vendas dos hambúrgueres via *delivery*. Foi fundada em maio de 2024. A missão da empresa é oferecer hambúrgueres artesanais e porções de alta qualidade, combinando sabores inovadores com um atendimento personalizado, para

proporcionar uma experiência gastronômica única e satisfatória, promovendo um ambiente de trabalho que favorece a importância e satisfação dos clientes.

Para direcionar a realização da pesquisa, foram analisadas as oportunidades e ameaças presentes no ambiente mais macro da empresa, relacionado à tendências culturais, tecnológicas, demográficas, clima econômico, condições políticas e legais e acontecimentos específicos (BARNEY; HESTERLY, 2017). Esses elementos, abordados neste estudo, foram de importância fundamental para que se pudesse entender em qual deles a empresa poderia encontrar oportunidades de crescimento, ou então, fatores que podem limitá-la no mercado e no ramo em que está inserida. Ademais foi realizada uma análise das cinco ameaças de Porter (2004), relacionadas à concorrentes, novos entrantes, produtos substitutos, compradores e fornecedores, além de serem identificadas oportunidades por tipo de setor, no caso, emergente, fragmentado, maduro e em declínio.

Diante disso, o objetivo deste trabalho foi identificar as ameaças e oportunidades presentes no ambiente externo da empresa Nochi Burguer. A primazia deste estudo está em como a compreensão destes elementos do ambiente externo da empresa, alinhados com o seguimento do negócio e sua conduta em relação aos setores do mercado, podem contribuir para sua lucratividade e prosperidade no mercado ou como a mesma pode driblar as possíveis ameaças do setor.

## 2. Materiais e métodos

A abordagem utilizada para este trabalho é do tipo qualitativa, pois priorizou pelas respostas obtidas através da entrevista. Do ponto de vista de Gil:

A análise qualitativa é menos formal do que a análise quantitativa, pois nesta última seus passos podem ser definidos de maneira relativamente simples. A análise qualitativa depende de muitos fatores, tais como a natureza dos dados coletados, a extensão da amostra, os instrumentos de pesquisa e os pressupostos teóricos que nortearam a investigação (Gil, 2002, p.133).

Para a obtenção dos dados, foi conduzido um estudo de caso na empresa Nochi Burguer, que, para Gil (2002, p.54), “consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento, tarefa praticamente impossível mediante outros delineamentos já considerados”.

A entrevista foi utilizada como instrumento de coleta de informações, sendo esta um encontro entre duas pessoas, a fim de:

que uma delas obtenha informações a respeito de determinado assunto, mediante uma conversação de natureza profissional. É um procedimento utilizado na investigação social, para a coleta de dados ou para ajudar no diagnóstico ou no tratamento de um problema social (MARCONI; LAKATOS, 2003, p. 195).

A entrevista foi realizada no dia 10/07/2024 com a proprietária Ana Clara Oliveira Ramos e teve duração de 3 horas. As respostas obtidas, juntamente com o levantamento de dados secundários sobre o setor de hamburguerias pela internet, possibilitaram extrair as informações necessárias para a realização da análise externa da Nochi Burger.

### 3. Resultados e discussões

A análise externa se iniciou com a investigação dos elementos do ambiente geral da empresa, pontuador por Barney e Hesterly (2001), onde foi possível observar nas tendências culturais, oportunidades como a inclusão de tacos para atrair clientes que apreciam culinária mexicana e oportunidade no marketing, por meio do feedback positivo dos clientes em suas avaliações. Como ameaças, têm-se a elevada concorrência, devido ao baixo custo de entrada para o ramo e risco de perda de clientes para concorrentes que oferecem serviços semelhantes.

Em relação à tecnologia, as oportunidades encontradas destacam o aumento da demanda, facilitado pela tecnologia em geral e amplitude de uso pelo público em geral, além de rápido acesso aos feedbacks dos sistemas de *deliverys* (*ifood/ uber eats*). Das tendências demográficas, as oportunidades encontradas foram as fortes preferências por hambúrguer da população regional de Maringá, devido a cultura da cidade e baixo custo para os clientes, considerando a entrega gratuita e não ter espaço físico, sem custos operacionais.

O clima econômico apresenta oportunidades para a empresa ao optar por insumos orgânicos e de qualidade para diferenciar os produtos. Como ameaça neste elemento do ambiente geral, têm-se a alta oferta de produtos no mesmo mercado.

Em termos de condições políticas e legais, as oportunidades encontram-se em programas de apoio ao empreendedorismo ofertados pelo governo a pequenas empresas, como capacitação. Já nas ameaças, destacam-se muitas por inconformidade com licenças específicas e autorização de entregas, caso não estejam de acordo e vazamento de dados de clientes, que também podem gerar problemas legais para a empresa. Ademais, no que diz respeito aos acontecimentos específicos, a empresa pode explorar a oportunidade na participação de feiras e eventos, como congressos focados em hamburgueria/derivados, a fim de potencializar a marca.

Em relação às cinco forças de Porter (PORTER, 2004; BARNEY;HESTERLY, 2017), temos que a ameaça de fornecedores é baixa, pois a organização possui muitos fornecedores no setor alimentício e os produtos são variados, mas nenhum é altamente exclusivo ou insubstituível. A ameaça de compradores é alta, visto que os produtos oferecidos são homogêneos, mesmo que haja uma variedade de compradores, o que favorece a empresa.

A ameaça de novos entrantes é alta, pois os custos para entrada no negócio (barreiras de entrada) são baixos, não sendo necessário grande investimento de início e se tratando de

uma empresa unicamente delivery, a tecnologia necessária para produção é considerada baixa, logo, fácil acesso para novos entrantes. Em relação à ameaça de concorrentes, observa-se que a mesma é alta, pois inúmeras empresas trabalham com o mesmo produto ou similares, o que faz a empresa ter de se destacar em outras operações, como preços e prazos de entrega. Finalizando as ameaças, constata-se que as ameaças de substitutos são altas, em função da grande variedade do setor alimentício da região, existem diversos outros produtos concorrentes, sendo relativo ao gosto pessoal do consumidor.

Por fim, temos que a Nochi Burger possui algumas oportunidades por setores, como no setor fragmentado, onde tem médio aproveitamento, há possibilidade de publicidade direcionada por meios de comunicação online. Com relação ao setor maduro, com alto nível de aproveitamento, a empresa pode aumentar o valor agregado do produto por meio de diferenciação de produto como embalagem ou combinações de ingredientes, adequar o processo produtivo, este aberto a mudanças e inovações, além do setor com problemas na consistência da qualidade de seus produtos. Ademais, no setor declínio, este com baixo aproveitamento, a hamburgueria delivery pode focar em públicos restritos para aumentar a carteira de clientes.

#### 4. Considerações finais

Dado o exposto, pode-se concluir que o objetivo proposto foi alcançado, considerando que a Nochi Burger apresenta muitas ameaças no seu ambiente externo, são elas ameaças de compradores, novos entrantes, concorrentes e substitutos, onde foi identificado nível alto de ameaça. De acordo com a pesquisa, conclui-se que os principais motivos do alto nível destas ameaças se relacionam ao produto que a empresa oferece e aos baixos custos de entrada no mercado (baixas barreiras de entrada), além dos produtos substitutos aos hambúrgueres, carro chefe da empresa, que varia de acordo com o gosto do consumidor. Dos setores analisados, o setor maduro foi o que mais apresentou oportunidade para a empresa, tendo alto nível de aproveitamento.

#### Referências:

BARNEY, J.B.; HESTERLY, W. S. **Administração estratégica e vantagem competitiva**. 4. Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2017.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

PORTER, Michael. **Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.