

ESTUDO DE CASO NA EMPRESA LANCHES MARTINS

Adriano AZEVEDO¹, Alan MARCONNE², Lucas Nunes da SILVA³, Marllon Augusto MARTINS⁴, Wellington Marcos de Carvalho⁵, Paola da Silva VIEIRA⁶

¹Estudante de Gestão da Produção Industrial e Logística/UNINCOR
e-mail: adrianoazevedoaaa@gmail.com

²Estudante de Gestão da Produção Industrial e Logística/UNINCOR
e-mail: alanmarconne@gmail.com

³Estudante de Gestão da Produção Industrial e Logística/UNINCOR
e-mail: contato.weblucas@gmail.com

⁴Estudante Gestão da Produção Industrial e Logística/UNINCOR
e-mail: marllon.martinsmartins@yahoo.com.br

⁵Estudante Gestão da Produção Industrial e Logística/UNINCOR
e-mail: welington.marcos@oi.com.br

⁶Orientadora e Professora do Curso de Gestão da Produção Industrial e Logística /UNINCOR
e-mail: paola.svieiras@yahoo.com.br

Palavras-chave: Inovação, Marketing, Atração.

RESUMO

As empresas se apresentam como importantes agentes socializadores e é através da socialização que se processam os valores de uma organização, suas normas e comportamentos. Com o aumento da concorrência as empresas sentem a necessidade de planejar suas ações e se adaptarem rapidamente às modificações do mercado, tornando-se cada vez mais competitiva garantindo sua permanência no mesmo, e através da busca de novos conhecimentos que tornam qualificados e adequados a exercerem uma função administrativa, seja ela individual, familiar, social ou organizacional. Este trabalho, foi realizado na Lanches Martins, localizada na cidade de Betim/MG, onde foi desenvolvida a elaboração de um plano de *marketing*, baseado nas estratégias de melhorias, propondo ao ambiente a eficiência das atividades e satisfação das necessidades de seus clientes. A primeira etapa do documento sistematizado está dividida na contextualização de estudo, apresentação e delimitação do tema, fazem parte deste tópico, ainda o objetivo geral, o objetivo específico e a justificativa. Como passo a seguir foi desenvolvido o plano de *marketing* buscando identificar as oportunidades e ameaças, as forças e fraquezas. Em seguida, desenvolver as estratégias e o desenvolvimento do composto de *marketing*, desenvolvendo um plano de ação e sugestão para a Lanches Martins. E por última consta a conclusão, onde se pode afirmar que o plano de *marketing* oferece informações para que a empresa possa repensar em algumas ações. O mercado atual desafia as empresas a serem criativas e inovadoras, podendo assim buscar o diferencial, que dará subsídio para tornarem-se melhores que os concorrentes, fazendo com que invistam cada vez mais em marketing, em especial na área comercial, que desempenha as atividades empresariais e dirige o fluxo de mercado e serviço do produto até o consumidor final. Para isso, este trabalho apresenta um plano de *marketing*, com o objetivo de caracterizar a empresa e depois propor e sugerir algumas melhorias, no sentido de atrair e conquistar novos clientes e consumidores. A pesquisa realizada no trabalho foi quantitativa de caráter exploratório, tendo o questionário como forma de coleta de

dados. Concluiu-se com a pesquisa que os clientes se sentem satisfeitos em fazer suas refeições na Lanches Martins, confiam na trabalho realizado e não têm receio em recomendar a lanchonete para outras pessoas, o que passa credibilidade à empresa.