

AS OPORTUNIDADES PARA A RETOMADA DA LIDERANÇA NA CATEGORIA HAMBÚRGUER PARA A SEARA GOURMET

The opportunities for regaining leadership in the gourmet hamburger category for Seara Gourmet.

VICTO JOSÉ SARIS MORAES
INSTITUTO J&F (ESCOLA GERMINARE)

AS OPORTUNIDADES PARA A RETOMADA DA LIDERANÇA NA CATEGORIA HAMBÚRGUER PARA A SEARA GOURMET

Objetivo do estudo

O Caso de Ensino da Seara Gourmet Hambúrguer tem como objetivo promover uma reflexão de quais soluções os estudantes podem encontrar para que a empresa possa retomar a liderança na categoria de hambúrguer gourmet através da execução no canal.

Relevância/originalidade

O trabalho visa demonstrar como a metodologia do Caso de Ensino é um importante instrumento de ensino para a aproximação entre o ensino formal e a realidade empresarial, favorecendo substancialmente a formação profissional dos alunos.

Metodologia/abordagem

Nesse trabalho é apresentada uma análise teórica da metodologia do Caso de Ensino e seu emprego para o desenvolvimento de habilidades fundamentais, como por exemplo a capacidade de tomada de decisões, para a formação dos estudantes como futuros tocadores de negócios.

Principais resultados

A pesquisa apresenta como resultado a eficiência da metodologia do Caso de Ensino, que ao favorecer a integração entre a teoria aprendida e a prática empresarial, resulta em um maior dinamismo das aulas, aumentando dessa forma o engajamento dos estudantes.

Contribuições teóricas/metodológicas

O presente trabalho demonstra que com a aplicação da metodologia do Caso de Ensino há uma maior integração entre a teoria e a realidade dos negócios. Dessa forma, a relação de ensino-aprendizagem adquire ganhos significativos, demonstrando ser uma estratégia pedagógica extremamente eficiente.

Contribuições sociais/para a gestão

A utilização da metodologia do Caso de ensino possibilita a elaboração de aulas mais dinâmicas, aumentando o engajamento dos alunos. Dessa forma, essa metodologia fornece ganhos significativos para uma formação profissional mais qualificada para os estudantes se tornarem futuros tocadores de negócios.

Palavras-chave: Caso de Ensino, Hambúrguer Gourmet, Seara Gourmet, Administração, Marketing

The opportunities for regaining leadership in the gourmet hamburger category for Seara Gourmet.

Study purpose

The Seara Gourmet Hamburger Teaching Case aims to promote a reflection on the solutions students can find to enable the company to regain leadership in the gourmet hamburger category through execution in the channel.

Relevance / originality

The Seara Gourmet Hamburger Teaching Case aims to promote a reflection on the solutions students can find to enable the company to regain leadership in the gourmet hamburger category through execution in the channel.

Methodology / approach

This work presents a theoretical analysis of the Teaching Case methodology and its application for the development of fundamental skills, such as decision-making abilities, to prepare students as future business leaders.

Main results

The research presents as a result the effectiveness of the Teaching Case methodology, which, by fostering the integration between learned theory and business practice, leads to greater class dynamism, thereby increasing student engagement.

Theoretical / methodological contributions

This study demonstrates that with the application of the Teaching Case methodology, there is greater integration between theory and business reality. Consequently, the teaching-learning relationship achieves significant gains, proving to be an extremely efficient pedagogical strategy.

Social / management contributions

The use of the Teaching Case methodology enables the development of more dynamic classes, increasing student engagement. Thus, this methodology provides significant benefits for a more qualified professional education, preparing students to become future business leaders.

Keywords: Teaching Case, Gourmet Hamburger, Seara Gourmet, Administration, Marketing

AS OPORTUNIDADES PARA A RETOMADA DA LIDERANÇA NA CATEGORIA HAMBÚRGUER PARA A SEARA GOURMET

1 Introdução

No caso de ensino aqui retratado, o aluno será apresentado ao competitivo mercado de hambúrguer gourmet e deverá encontrar uma solução para que a Seara Gourmet recupere o espaço perdido para as principais concorrentes. O foco nesse desafio é desenvolver um plano de execução no canal aproveitando o aumento da demanda devido a uma mudança no padrão de consumo do hambúrguer, agora mais consumido nas principais refeições do dia, explorando os eixos do negócio para uma maior geração de valor - Comercial, Marketing, Produto e Supply.

2 Referencial Teórico

A fundamentação teórica para o caso abrange conceitos-chave relacionados ao marketing estratégico e à gestão de marcas em um mercado competitivo. O marketing estratégico é fundamental para identificar oportunidades e ameaças no ambiente externo, bem como pontos fortes e fracos internos da marca. A análise SWOT é uma ferramenta valiosa nesse sentido, permitindo uma avaliação criteriosa do cenário competitivo e orientando a formulação de estratégias adequadas (Kotler & Keller, 2012). O domínio da execução para a resolução do caso se demonstra um elemento chave, pois permitirá ao gerente de marketing traduzir as estratégias em ações concretas, garantindo a implementação efetiva do plano no canal de vendas (Bossidy & Charan, 2019). Além disso, também deve ser trabalhado conceitos de gestão de marketing e administração estratégica, visando permitir que os alunos compreendam como uma estratégia de marketing bem elaborada pode ser uma vantagem competitiva para as empresas em um mercado em constante evolução e competitividade (Guissoni, 2019; Motta, 2017; Nakagawa, 2011).

3 Metodologia

A metodologia do Caso de Ensino consiste em resolver o caso através das quatro principais etapas: a primeira etapa consiste na realização de um diagnóstico, contendo os principais pontos fortes, fraquezas, ameaças e oportunidades, através de uma análise SWOT (Evans, 2013); a segunda etapa abrange a elaboração de uma casa estratégica; na terceira etapa, será proposto que os alunos elaborem um plano de ação com DRE (Nakagawa, 2011) e finalizem a quarta e última etapa com a implementação do plano de ação através da realização de uma venda persuasiva.

4 Análise dos resultados

Como resultado do Caso de Ensino foi observado que a aplicação dessa metodologia aumenta consideravelmente o engajamento dos alunos tendo em vista que essa abordagem de aprendizado aproxima o estudante da prática, trazendo para a sala de aula situações e desafios reais enfrentados pelos negócios, além de aproximar o aluno da realidade do mundo empresarial, aliando a prática com a realidade. Dessa forma, o Caso de Ensino demonstra ser uma metodologia adequada também para o ensino básico afim de tornar o aluno mais preparado para enfrentar os desafios do mundo dos negócios.

5 Considerações finais

No trabalho proposto, o Caso de Ensino atingiu seus objetivos, aumentando consideravelmente o engajamento e o interesse dos alunos, trazendo situações e desafios reais enfrentados pelos negócios. Através da aplicação da metodologia, os estudantes puderam desenvolver habilidades fundamentais de análise estratégica, elaboração de planos de ação e

implementação de soluções, aplicando conceitos de marketing e administração em um contexto competitivo. Além disso, a abordagem da Execução (Bossidy & Charan, 2019) mostrou-se crucial para a transformação das estratégias em resultados tangíveis. O caso permitiu uma aprendizagem rica e diversificada, ao combinar teoria e prática, e possibilitou aos alunos adquirirem uma visão mais profunda sobre o mundo dos negócios e as complexidades de gerenciar uma marca em um mercado dinâmico.

6 Referências

Bossidy, L., & Charan, R. (2019). *Execução - a disciplina para atingir resultados*. Rio de Janeiro: Editora Alta Books.

Evans, V. (2013). *Ferramentas estratégicas: guia essencial para construir estratégias relevantes*. Rio de Janeiro: Elsevier.

Guissoni, L. A. (2019). *Trade marketing*. Rio de Janeiro: FGV Editora.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Administração de marketing* (14a ed.) (S. M. Yamamoto, Trad., E. Crescitelli, Revisor Técnico). São Paulo: Pearson Education do Brasil.

Motta, R. G. (2017). *Trade marketing: teoria e prática para gerenciar os canais de distribuição*. Rio de Janeiro: Alta Books.

Nakagawa, M. (2011). *Plano de negócios: Teoria Geral* (1a ed.). Barueri: Editora Manoele Ltda.