

AS ESTRATÉGIAS COMPETITIVAS DA EMPRESA MAGAZINE LUIZA NO MERCADO LOCAL DE SANTA FÉ DO SUL

BRUNCA, Jaqueline Campanholo *
SENA, Karina Aparecida de **
SANTOS, Regiane Aparecida dos ***
Orientador(a): SOUZA, Regina Maria de

Introdução: O trabalho destaca a história da empresa, mostrando seu crescimento contínuo. Surgiu em 1957, quando os fundadores resolveram juntos investir em uma pequena empresa chamada "A Cristaleira". O processo de expansão teve início a partir da década de 1970 com a diversificação dos setores, implementação de estratégias de marketing e investimentos graduais em logística. Atualmente o Magazine Luiza possui 732 filiais distribuídas pelo país. **Objetivos:** Analisar a estrutura e o funcionamento da empresa desde sua criação até os dias atuais; observar o grande nível de expansão e aprimoramento e compreender como uma empresa de pequeno porte veio a se tornar uma das maiores redes de lojas do país. **Metodologia:** O trabalho foi desenvolvido por meio de pesquisa no site da empresa (intranet), além de pesquisa bibliográfica realizada em livros, revista e sites especializados nos segmentos de prestação de serviços. **Discussão:** O elemento fundamental que tem desencadeado o desenvolvimento da empresa é a sua forma de planejamento e desenvolvimento de estratégias eficazes que colaboram para o crescimento organizacional. **Considerações finais:** Os métodos utilizados pelo Magazine Luiza garantem resultados satisfatórios que vão desde o crescimento do número de clientes, aumento de filiais, ampliação das vendas até a divulgação da rede. Provando que a empresa obteve sucesso graças a uma gestão otimizada que utiliza recursos cabíveis para alcançar seus objetivos.

Palavras-chave: Serviços. Desenvolvimento. Expansão. Estratégias.

* FUNEC, jack_campa@hotmail.com

** FUNEC, karina-sena@bol.com.br

*** FUNEC, regianesantos24@yahoo.com.br