

**A ESTRATÉGIA COMO FERRAMENTA COMPETITIVA: O CASO NA EMPRESA  
LOREN ARTE E BEM ESTAR**

Sophia Oliveira Sanches<sup>\*</sup>

Lucas da Silva Almeida<sup>\*\*</sup>

João Luiz da Silva Casas<sup>\*\*\*</sup>

Marly de Jesus<sup>\*\*\*\*</sup>

As organizações estão apostando em novos meios de aprimorar os mecanismos já utilizados, implementando estratégias para que os objetivos da empresa sejam atingidos de modo eficiente e eficaz. A evolução é tão rápida e constante que a todo o momento as estratégias precisam ser readequadas, forçando os gestores a se preocuparem cada vez mais com a integração da organização com o mercado. Sendo assim, a administração estratégica é um conjunto de ações voltadas para o desenvolvimento da organização, onde se tem como objetivo aperfeiçoar e atualizar a mesma, cuidando para que ela esteja em constante transformação e apta a estas modificações e atualizações exigidas pelo mercado de atuação, principalmente no que se refere aos concorrentes. Diante do exposto o estudo terá como objetivo identificar a importância das ações estratégicas competitivas para atração e fidelização de clientes na empresa Loren Arte e Bem Estar. O interesse em realizar essa pesquisa na área de estratégia, se deu pela curiosidade em saber como as estratégias competitivas podem ser utilizadas de forma eficaz em empresas do ramo da estética no Recôncavo Baiano, já que, a constante pressão sofrida nas organizações pela concorrência de novos entrantes no mercado, faz da estratégia uma poderosa arma para a sobrevivência e destaque no mundo dos negócios, fazendo uma comparação entre a teoria e a prática. Para a realização da pesquisa, a metodologia que será utilizada compreende a pesquisa como de natureza descritiva com uma abordagem quali-quantitativa, constituindo-se como um estudo de caso em uma empresa localizada no município de Cruz das Almas - BA, a ser realizada no ano de 2014. Como instrumento de coleta de dados serão utilizados entrevistas e questionários, as entrevistas serão do tipo semiestruturada, que serão aplicadas à gestora e à única funcionária da empresa, os questionários serão aplicados aos clientes. Conforme apresentado, acredita-se que este estudo será de grande importância para a sociedade, pois busca a melhoria dos serviços prestados frente a uma determinada organização, além de permitir generalizações de adequação com a realidade de outras organizações, em consequência, atender as necessidades dos clientes envolvidos.

**Palavras-chave:** Competitividade; Estratégia; Mercado.

---

\*Graduanda no Bacharelado em Administração da Faculdade Maria Milza – FAMAM. sophiasanches@live.com

\*\*Mestrando em Planejamento Territorial e Desenvolvimento Social, pela Universidade Católica de Salvador – UCSAL. Docente e orientador da FAMAM.

\*\*\*Mestrando em Políticas Públicas e Gestão Social pela Universidade Federal do Recôncavo – UFRB. Docente da FAMAM. Casas.joao@gmail.com

\*\*\*\*Mestre em Ciências Agrárias pela Universidade Federal do Recôncavo – UFRB. Docente da FAMAM. marly\_dej@hotmail.com