

Revista PsiPro

PsiPro Journal

1(1): 126-146, 2022

ISSN: 2763-8200

Artigo

O USO DAS FERRAMENTAS FOFA E 5W2H PARA ORGANIZAÇÃO DE UMA BARRACA DE FEIRA LIVRE¹

THE USE OF FOFA AND 5W2H TOOLS FOR ORGANIZING AN OPEN FAIR TENT

Recebimento do original: 11/06/2022
Aceitação para publicação: 22/06/2022

MAURICIO DE OLIVEIRA SILVA

Doutorando em Agroecologia e Desenvolvimento Territorial (UNIVASF), Mestre em Ciências Ambientais (UESB), Licenciado em Ciências Biológicas (UESB).

QUÊNIA BATISTA DE OLIVEIRA

Especialista em Ensino de Ciências (IFBA) e Educação Especial e Inclusiva (UNIBF), Licenciada em Ciências Biológicas (UESB).

SIMONE PIRES DA SILVA

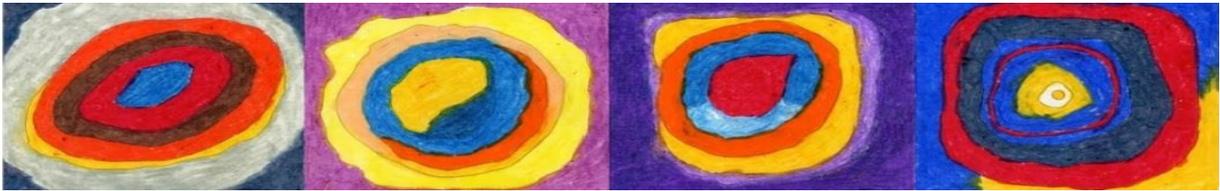
Especialista em Educação Especial e Inclusiva (UNIFTC), Licenciada em História (UNIFTC).

TATIANE DE OLIVEIRA CARVALHO

Licenciada em Geografia (UESB).

RESUMO: Para realização dessa pesquisa foi utilizada duas ferramentas da administração, são elas a FOFA e 5W2H escolhidas para verificar a aplicabilidade do método em uma escala delimitada, no caso, uma barraca de feira livre na cidade de Vitória da Conquista, Bahia, Brasil. Com a FOFA foi possível identificar forças do estabelecimento, como o bom

¹ Artigo desenvolvido pelos autores para conclusão do curso Técnico em Administração pelo Centro Territorial em Educação Profissional (CETEP) Vitória da Conquista – BA. m.osilva@hotmail.com



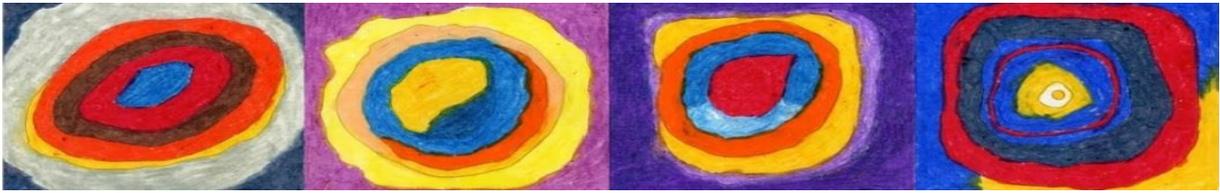
atendimento ao cliente, produtos de qualidade, bons funcionários, variedade de produtos e a livre escolha dos produtos pelo cliente.

Deficiências como no marketing, nas formas de pagamento, na quantidade de funcionários e a perda de mercadoria. Oportunidades como investimento em marketing tradicional ou digital, mais variedades nas formas de pagamento, pensar em entrega a domicílio e em uma maior diversificação de mercadorias. Algumas ameaças também puderam ser identificadas, como a concorrência e aumento dos preços das mercadorias, o que poderá impactar as vendas. Com o 5W2H foi possível fazer uma projeção dos agentes que serão envolvidos no planejamento, de como será executada a ação, quando poderão fazer as mudanças, onde serão executadas as ações, de que forma e por que. Por meio dos 2H's foi feita uma projeção de como pode ser feita a organização e quanto será os valores dos investimentos para que seja efetivada.

PALAVRAS-CHAVE: Administração. Ferramentas administrativas. Planejamento.

ABSTRACT: To carry out this research, two administration tools were used, they are the FOFA and 5W2H chosen to verify the applicability of the method on a delimited scale, in this case, an open market stall in the city of Vitória da Conquista, Bahia, Brazil. With FOFA, it was possible to identify the establishment's strengths, such as good customer service, quality products, good employees, variety of products and the free choice of products by the customer. Deficiencies such as in marketing, in payment methods, in the number of employees and the loss of merchandise. Opportunities such as investment in traditional or digital marketing, more varieties in payment methods, thinking about home delivery and greater diversification of goods. Some threats could also be identified, such as competition and increased prices of goods, which could impact sales. With 5W2H it was possible to make a projection of the agents that will be involved in the planning, of how the action will be carried out, when they will be able to make the changes, where the actions will be carried out, in what way and why. Through the 2H's, a projection was made of how the organization can be done and how much the investment values will be for it to be carried out.

KEYWORDS: Management. Administrative tools. Planning.



INTRODUÇÃO

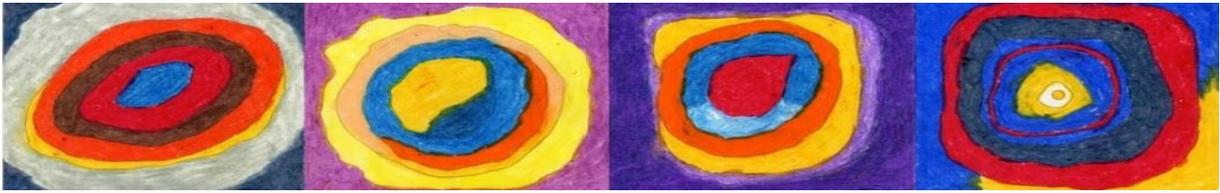
No mercado cada vez mais competitivo do nosso mundo globalizado, onde oportunidades de crescimento devem ser rapidamente identificadas e ações tomadas de forma imediata, ferramentas que definem e permitem a elaboração de ações e planos para abraçar essas oportunidades são imprescindíveis, e sua realização reflete bons resultados para o crescimento dos negócios.

A área de administração abrange práticas administrativas de uma organização, com ela o gerenciamento de recursos financeiros e humanos são traçados para o sucesso de um empreendimento. Para determinados objetivos e decisões dentro de uma empresa ou para outro ambiente ou situação, é necessário que seja escolhido a melhor opção viável para o que se deseja alcançar. Exemplos de opções que podem ser utilizadas são as ferramentas SW2H (What, Why, Where, When, Who, How, How Much) e a matriz SWOT ou FOFA (Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças).

O 5W2H permite, a qualquer momento, identificar dados e rotinas mais importantes de um projeto ou de uma unidade de produção (SEBRAE, 2015). Também possibilita identificar quem é quem dentro da organização, o que faz e porque realiza tais atividades.

A FOFA é um instrumento de análise de negócio que é considerado simples e valioso. Tem por finalidade detectar pontos fortes e fracos de uma empresa, dessa forma, com o objetivo de torná-la mais eficiente e competitiva, corrigindo assim suas deficiências (SEBRAE, 2015). Enquanto a 5W2H é fundamentada a partir de perguntas que servem como forma de identificar problemas, soluções e/ou projeções dentro de uma empresa.

Para testar a funcionalidade dessas técnicas, aplicamos por meio de uma projeção de uma organização de uma barraca de feira livre na cidade de Vitória da Conquista. Dessa forma, por meios dos princípios que



norteiam a 5W2H, sendo eles o: What (o que será feito?), Why (por que será feito?), Where (onde será feito?), When (quando será feito?), Who (por quem será feito?), How (como será feito?) e How much (quanto vai custar?), ademais, com utilização da FOFA, serão constatados os possíveis resultados alcançados utilizando o método.

Assim, foi feita uma análise inicial de todos os gastos, investimentos e demais atividades que a barraca realiza para depois elaborar um plano de ação com as ferramentas, voltadas para uma melhor organização e gerenciamento do negócio.

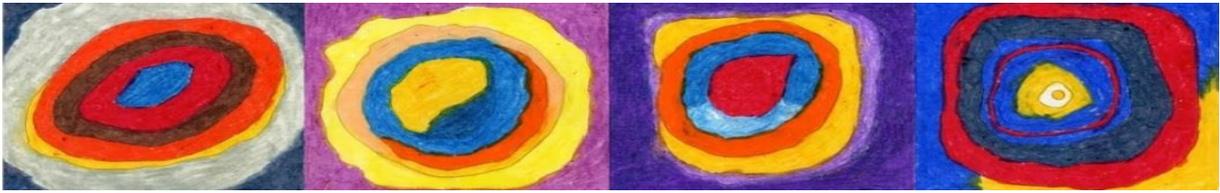
Por isso se faz importante o estudo e comprovação da aplicabilidade dessas ferramentas em grandes, médios ou pequenos negócios, para que os resultados possam servir para a comunidade social e científica.

As ferramentas FOFA e 5W2H foram escolhidas para o objetivo proposto de verificar a aplicabilidade do método em uma escala delimitada, no caso, uma barraca de feira livre na cidade de Vitória da Conquista, Bahia, Brasil devido à aplicabilidade e fácil análise e entendimento do percurso metodológico.

As ferramentas utilizadas permitem fazer uma projeção para o futuro. A pesquisa visa contribuir e alcançar resultados sobre como é o processo organizacional de uma pequena barraca na feira livre e analisar a aplicabilidade das ferramentas de planejamento FOFA e 5W2H para organização desse comércio popular.

A importância do planejamento

A Administração envolve gerenciar negócios, pessoas ou recursos para que dessa forma se alcance objetivos e metas. Deste modo, para uma organização empresarial alcançar tudo o que ela espera e almeja, é necessário planejar. Apenas com análise do presente e com o pensamento



no futuro que se pode estabelecer algo mais concreto para o alcance e realização de bons resultados.

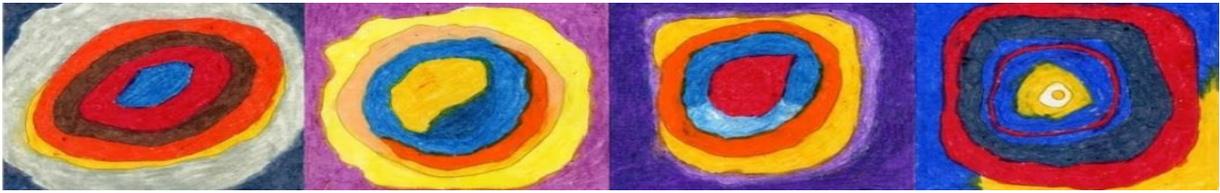
O processo de planejamento é a ferramenta para administrar as relações com o futuro. “É, portanto, a aplicação específica de tomar decisões. As decisões que procuram, de alguma maneira, influenciar o futuro, ou que serão utilizadas futuramente, são decisões de planejamento” (MAXIMIANO, 2004, p. 138).

Podemos falar sobre o processo de administração por meio do método PODC, que segundo Koetz (2011) leva em consideração algumas etapas, sendo elas, Planejamento: definição dos objetivos e das metas e estabelecimento dos meios para alcançá-los; Organização: estabelecer atividades a serem desenvolvidas, determinar as pessoas para realização, alocar os recursos e definir a estrutura organizacional; Direção: orientar as pessoas em prol dos objetivos propostos, influência e motivação; e por fim, mas não menos importante, Controle: acompanhar o desenvolvimento dos processos, verificar se os objetivos serão atingidos e as devidas ações corretivas, ou seja, o método PODC.

É oportuno salientar que para o ato de planejar dê certo, é necessário também lembrar que dentro do planejamento podemos dividir três níveis organizacionais que são fundamentais para o sucesso de um negócio. O desdobramento em três níveis organizacionais são: Planejamento Estratégico, Planejamento Tático e Planejamento Operacional.

Para Koetz (2011) e Seplan (2013) O Planejamento Estratégico é o planejamento voltado para o longo prazo. É amplo e abrange a organização como um todo. Leva em consideração não somente o ambiente interno da organização, mas também o ambiente externo.

Ainda, sobre o Planejamento Estratégico, Abrapp (2007) apresenta que



O Planejamento Estratégico inicia-se com a elaboração do Pensamento Estratégico da organização. Acontece que nem sempre o Pensamento Estratégico é formalizado e isto pode levar a desvios que comprometam a sua eficácia. Lembre-se que qualquer resultado é bom para quem não sabe o que quer, portanto, a entidade deve deixar claro quais resultados deseja e compartilhar com todos os seus integrantes (ABRAPP, 2007, p. 11).

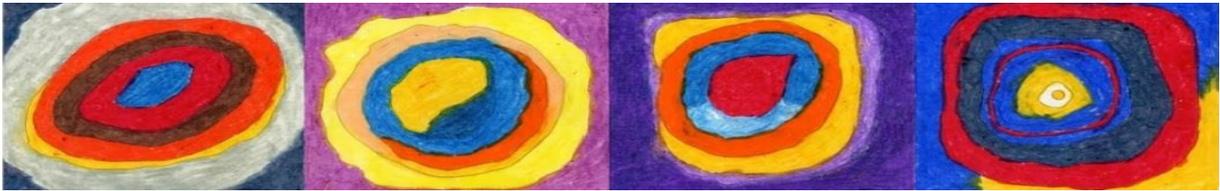
No Planejamento Tático cria-se metas e objetivos para que se alcance ações que foram formalizadas e estabelecidas no Planejamento Estratégico, ou seja, esse nível é considerado intermediário na administração. O Planejamento Tático é o que abrange cada departamento da organização, é um planejamento com duração de tempo menor (KOETZ, 2011).

E por fim, o Planejamento Operacional possui prazos ainda mais curtos do que o planejamento tático. É o planejamento diário, que trata de cronogramas, tarefas específicas e alvos mensuráveis e envolve gerentes, em cada unidade que serão responsáveis pela realização do plano (MONTANA; CHARNOV, 2006).

Outro conceito importante para a área da administração é sobre a eficácia e eficiência. Pois, uma empresa deve sempre buscar a forma mais eficaz e eficiente de desenvolver seu trabalho. Esses dois conceitos diferem entre si, segundo Chiavenato (1994):

Eficácia é uma medida normativa do alcance dos resultados, enquanto eficiência é uma medida normativa da utilização dos recursos nesse processo. (...) A eficiência é uma relação entre custos e benefícios. Assim, a eficiência está voltada para a melhor maneira pela qual as coisas devem ser feitas ou executadas (métodos), a fim de que os recursos sejam aplicados da forma mais racional possível (...) (CHIAVENATO, 1994, p. 70).

No mesmo sentido, a frase "Somos o que repetidamente fazemos. A excelência, portanto, não é um feito, mas um hábito". (ARISTÓTELES apud COVEY, 2003) corrobora com a ideia de eficácia e eficiência no sentido de que a prática constante aperfeiçoa o método.



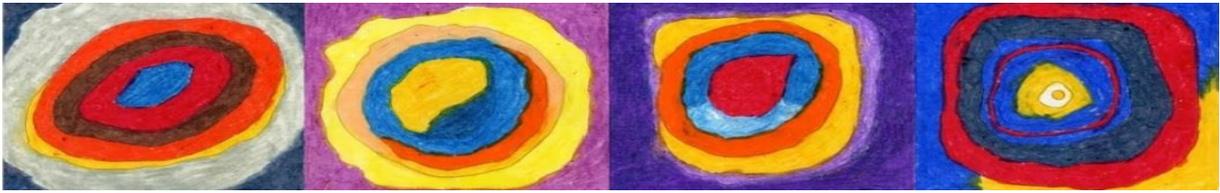
Ferramentas matriz FOFA e 5W2H

Para a construção de um planejamento estratégico, devem ser definidos valores, compreendidos como “princípios ou crenças, organizados hierarquicamente, relativos a condutas ou metas organizacionais desejáveis, que orientam a vida da organização e estão a serviço de interesses individuais, coletivos ou ambos” (TAMAYO; BORGES, 2001, p. 343). Com essas informações, pode-se construir uma matriz FOFA (SWOT em inglês) para detecção de pontos fracos e fortes, o acróstico é referente à Força (F), Oportunidades (O), Fraquezas (F) e Ameaças (A), como pode ser visto no quadro 1, e com essa análise será possível tornar a empresa mais competitiva e eficiente considerando os aspectos favoráveis e desfavoráveis, dos seus proprietários e do mercado (SEBRAE, 2013).

Quadro 1 – Representação gráfica da matriz FOFA

	Fatores internos (controláveis)	Fatores externos (incontroláveis)
Pontos fortes	F orças	O portunidades
Pontos Fracos	F raquezas	A meaças

Fonte: SEBRAE (2015).



Com a FOFA é possível levantar o maior número possível de itens e informações para analisar sobre a empresa e desenvolver soluções eficazes que sejam benéficas para o crescimento dos negócios.

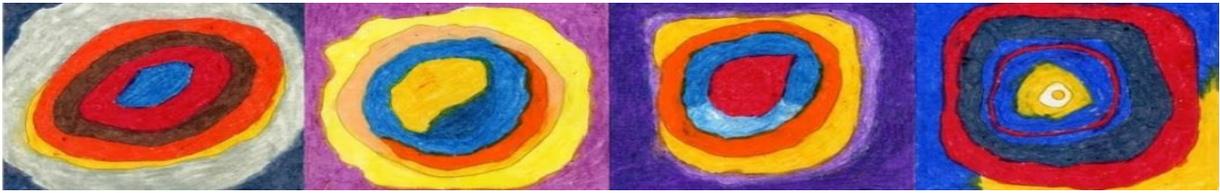
Algumas dessas informações podem variar de acordo com cada empresa, devido ao tamanho organizacional, área de atuação, patrimônio da empresa, investimentos, objetivos e outras especificidades. Dessa forma, é importante reconhecer os pontos fortes e fracos de acordo com a realidade do negócio. Logo abaixo, alguns dos pontos que podem ser identificados dentro da análise empresarial:

Quadro 2 - Pontos Fortes e Pontos Fracos de empresas.

Pontos Fortes	Pontos Fracos
Reconhecimento da marca/empresa	Funcionários despreparados e desmotivados
Funcionários competentes	Falta de local adequado para estacionamento de clientes
Bom atendimento ao cliente	Ausência de recursos para pagamento via cartão de crédito
Recursos de comunicação e logística	Falta de documentação de processos;
Controle de qualidade	Rentabilidade
Experiência na área	Equipamentos antigos
Trabalho em equipe	Deficiência em marketing
Diversificação de produtos	Investimentos em novos produtos

Fonte: Elaborado e adaptado pelos autores (2021).

O reconhecimento das fraquezas, das ameaças, de identificar oportunidades e forças que o negócio dispõe, são pontos relevantes



quando se pensa em ações para corrigir falhas e alcançar melhores resultados financeiros e organizacionais.

A ferramenta 5W2H é utilizada dentro de uma empresa como um plano de ação. Ela serve como ferramenta para auxiliar, definir, estabelecer e solucionar algum problema e/ou tomadas de decisões por meio de perguntas específicas, não há uma concordância sobre quem a desenvolveu, ela ganhou mais popularidade com a disseminação das técnicas de gestão da qualidade e, posteriormente, com as de gestão de projetos.

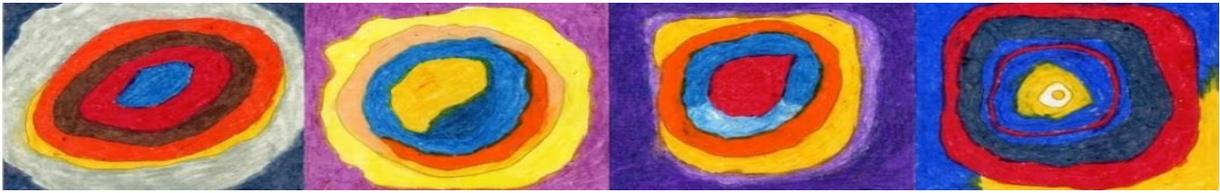
É um mecanismo do planejamento estratégico que auxilia na organização da empresa. Os 5 W's e os 2 H's são referentes as palavras em língua inglesa como especificadas a seguir: W: What (o que será feito?) - Why (por que será feito?) - Where (onde será feito?) - When (quando?) - Who (por quem será feito?) H: How (como será feito?) - How much (quanto vai custar?).

Segundo o SEBRAE (2015), a técnica 5W2H (Quadro 2) é uma ferramenta prática que permite, a qualquer momento, identificar dados e rotinas de um projeto ou de uma unidade de produção. Também possibilita identificar quem é quem dentro da organização, o que faz e porque realiza tais atividades.

O método é constituído de sete perguntas, utilizadas para implementar soluções:

a) **O quê?** Qual a atividade? Qual é o assunto? O que deve ser medido? Quais os resultados dessa atividade? Quais atividades são dependentes dela? Quais atividades são necessárias para o início da tarefa? Quais os insumos necessários?

b) **Quem?** Quem conduz a operação? Qual a equipe responsável? Quem executará determinada atividade? Quem depende da execução da atividade? A atividade depende de quem para ser iniciada?



c) **Onde?** Onde a operação será conduzida? Em que lugar? Onde a atividade será executada? Onde serão feitas as reuniões presenciais da equipe?

d) **Por quê?** Por que a operação é necessária? Ela pode ser omitida? Por que a atividade é necessária? Por que a atividade não pode fundir-se com outra atividade? Por que A, B e C foram escolhidos para executar esta atividade?

e) **Quando?** Quando será feito? Quando será o início da atividade? Quando será o término? Quando serão as reuniões presenciais?

f) **Como?** Como conduzir a operação? De que maneira? Como a atividade será executada? Como acompanhar o desenvolvimento dessa atividade? Como A, B e C vão interagir para executar esta atividade?

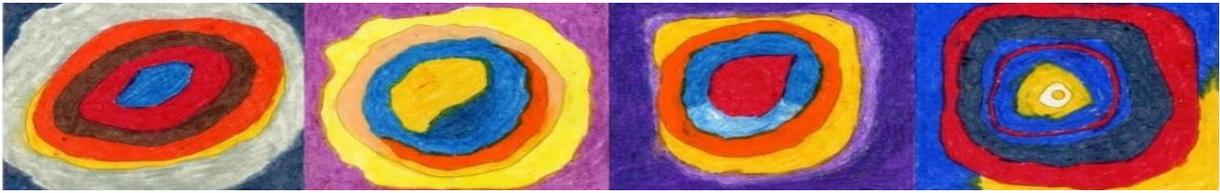
g) **Quanto** custa realizar a mudança? Quanto custa a operação atual? Qual é a relação custo / benefício? Quanto tempo está previsto para a atividade?

Quadro 3 – Quadro de apresentação do método 5W2H.

Métodos de 5W2H			
5W	What	O Que?	Que ação será executada?
	Who	Quem?	Quem irá executar/participar da ação?
	Where	Onde?	Onde será executada a ação?
	When	Quando?	Quando a ação será executada?
	Why	Por Quê?	Por que a ação será executada?
2H	How	Como?	Como será executada a ação?
	How much	Quanto custa?	Quanto custa para executa a ação?

Fonte: SEBRAE (2015).

Essa ferramenta é indicada para qualquer plano que precise ser colocado em ação, tornando-se então útil para aplicabilidade em diversos setores, objetivos ou metas.



Um olhar sobre a forma de administração em feiras livres

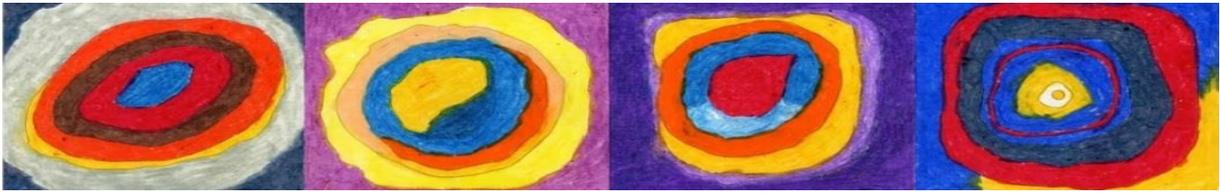
As feiras livres são populares em todo o território brasileiro, é um espaço de diversas relações e que atendem diversos públicos. Estas variam de lugar para lugar e de tipos de mercadorias. As feiras livres, mais que espaços de comércio, são locais que representam a dinâmica de uma sociedade em determinado momento, pois demonstram a produção local e a circulação de mercadorias (MINNAERT, 2008).

Tomando como base estudos de DaMatta (1997), a feira é um desses espaços que unificam os mundos: da casa e da rua. Como espaço, ela tem regras e sistemas de valores próprios e se apresenta como um ambiente ambíguo, localizada no limite entre esses dois mundos, caracterizando-se pela fluidez da rua, contudo, permanece a familiaridade, a domesticidade das relações do mundo da casa.

Ainda de acordo com Minnaert (2008) nesse universo circulam comerciantes, consumidores e agentes de fiscalização, muitos deles com o papel central de agenciar mudanças de comportamento nos indivíduos, interferindo, desta forma, na sua cultura. As feiras de Vitória da Conquista movimentam hortifrutigranjeiros, vestuários, os tradicionais biscoitos “avoador”, chimango e sequilhos, eletrônicos e os mais variados produtos nacionais e importados, produtos que mostram a cultura e a multiculturalidade do município.

Segundo a definição de Mascarenhas e Dolzani (2008, p.75), “a feira livre no Brasil constitui um mercado varejista ao ar livre, de periodicidade semanal, organizada como serviço de utilidade pública e voltada para a distribuição local de produtos alimentícios e produtos básicos”.

Dessa forma, o presente trabalho busca avaliar o uso das ferramentas FOFA e 5W2W para tornar a organização das tarefas de uma



barraca de feira livre mais eficientes e verificar se há aplicabilidade dessas ferramentas na atividade administrativa desse comércio.

METODOLOGIA

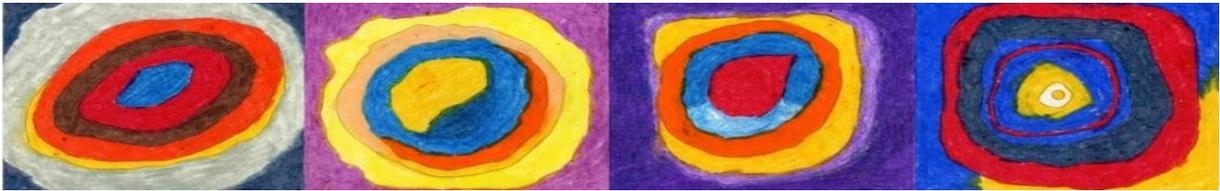
Para essa pesquisa foi utilizado a metodologia qualitativa descritiva, utilizou-se para coleta de dados uma observação *in loco*. Segundo Minayo (2009), a abordagem qualitativa trabalha com os dados que podem ou não serem quantificados, ou seja, trabalha com o universo dos significados, dos motivos, das aspirações, das crenças, dos valores e das atitudes, esse conjunto de fenômenos humanos é entendido como parte da realidade social.

Para Gil (1999), as pesquisas descritivas têm como finalidade principal a descrição das características de determinada população ou fenômeno, ou o estabelecimento de relações entre variáveis.

A partir desse entendimento, para obtenção dos dados foram feitas seis visitas durante uma semana de junho de 2021 para observação das atividades desenvolvidas na barraca de feira livre, desde a compra de mercadorias do fornecedor, a organização das mercadorias nas caixas de exibição, a venda e o atendimento ao cliente. A partir da observação e anotações foram montadas a matriz FOFA e a ferramenta 5W2H para organização das atividades desenvolvidas na barraca.

Área de estudo

O município de Vitória da Conquista é composto por doze distritos, Vitória da Conquista (sede), Bate Pé, Pradoso, Iguá, São Sebastião, José Gonçalves, Dantilândia, Cabeceira do Jiboia, São João da Vitória, Veredinha, Inhobim e Cercadinho. Está localizado na mesorregião do



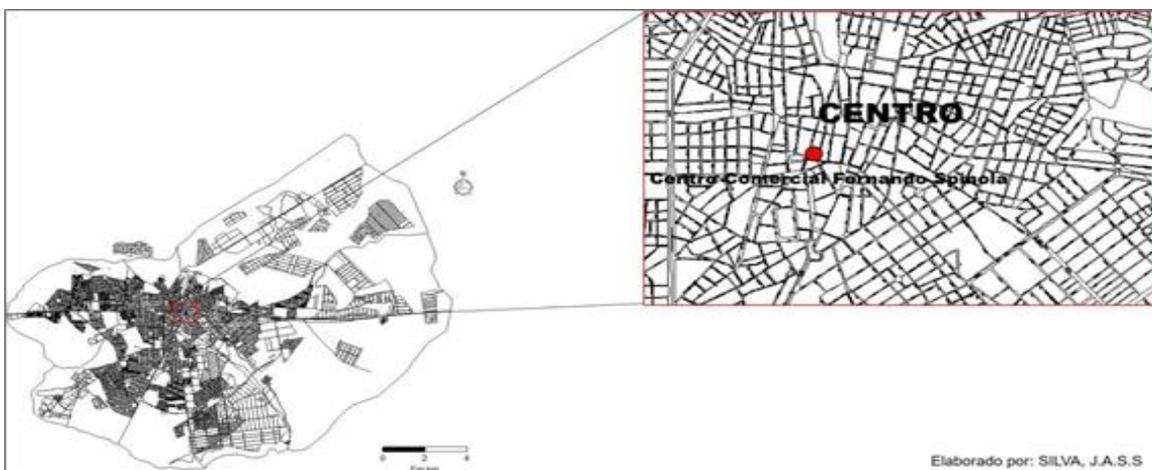
Centro Sul Baiano e fica situado a, aproximadamente, 509 Km de Salvador, capital do Estado da Bahia. A população estimada em 2020 foi de 341.128 pessoas, segundo o IBGE. A cidade ocupa a posição de ser a terceira maior da Bahia. Ferraz (2001, p. 22) explica que

a partir da década de 40, ela passou a expandir a sua malha urbana num processo crescente, que se intensificou, especialmente nas últimas décadas, em decorrência da abertura de loteamentos e do incremento populacional vivenciado pela zona urbana do Município.

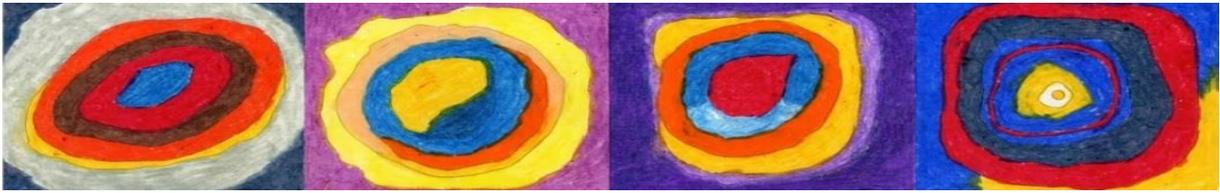
Ao analisar os setores da economia em 2014, constata-se que a maior parte é derivada do comércio e serviços, seguida do setor industrial e agropecuária. O destaque no setor de serviços representou 70% do Produto Interno Bruto (PIB) do município em 2009.

Como já mencionado, as feiras livres são lugares importantes para a economia local, cultura, desenvolvimento e comercialização de mercadorias de vários tipos. A barraca escolhida para testar a aplicabilidade das ferramentas de planejamento FOFA e 5W2H é composta por duas pessoas, são eles, o proprietário e uma vendedora, está localizada no Centro Comercial Fernando Spínola (Figura 1), popularmente conhecido como Mercado, situado no centro da cidade, próximo à Praça da Bandeira e a outros pontos comerciais conhecidos pelos conquistenses, como o Shopping Popular da cidade.

Figura 1 - Localização do Centro Comercial Fernando Spínola na cidade de Vitória da Conquista - BA



Fonte: IBGE elaborado por: Silva, J. A. S. S (2021).



RESULTADOS E DISCUSSÃO

Por meio da observação foi possível perceber que existe um planejamento mínimo para a barraca de feira, que existe uma busca por atendimento de qualidade e fidelização do cliente, oferecendo bom atendimento e bons produtos hortifrutigranjeiros.

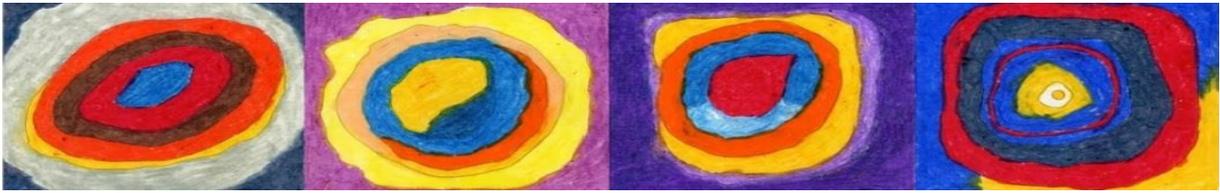
Com essas informações foi montada a matriz FOFA com base na avaliação observacional da barraca de feira, da forma de condução do negócio e das atividades realizadas durante os dias de trabalho, dessa forma, as suas forças, fraquezas, oportunidades e ameaças foram ilustradas na matriz FOFA (quadro 4).

Quadro 4 – Matriz FOFA criada a partir das observações da pesquisa.

Forças	Fraquezas
<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Atendimento ao cliente; <input type="checkbox"/> Produtos de qualidade; <input type="checkbox"/> Agilidade no atendimento; <input type="checkbox"/> Bons funcionários; <input type="checkbox"/> Variedades de produtos; <input type="checkbox"/> Livre escolha do produto pelo cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Deficiência em marketing; <input type="checkbox"/> Formas de pagamentos; <input type="checkbox"/> Infraestrutura insuficiente; <input type="checkbox"/> Quantidade de funcionários. <input type="checkbox"/> Perda de mercadoria;
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Investimento em marketing; <input type="checkbox"/> Variedades nas formas de pagamentos; <input type="checkbox"/> Entrega em domicílio; <input type="checkbox"/> Diversificar a variedade de frutas. 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Concorrências; <input type="checkbox"/> Pandemia da Covid-19; <input type="checkbox"/> Preço da mercadoria.

Fonte: Dados da pesquisa, 2021.

Por meio da análise com a matriz FOFA identifica-se que as Forças observadas são voltadas para a satisfação do cliente, sendo elas, um bom atendimento ao cliente, a oferta de produtos de qualidade, um atendimento ágil e preciso, bons funcionários que são simpáticos, prestativos, competentes e eficientes. Além disso, oferta uma variedade de produtos que atraem o cliente para o estabelecimento e oportuniza que



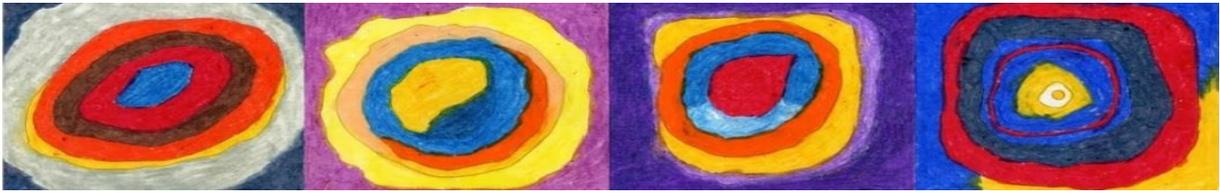
ele possa selecionar cada produto que desejar, nesse caso, a barraca não embala os hortifrutigranjeiros previamente.

Como Oportunidades, observou-se que poderia ser feito um investimento em marketing digital e/ou tradicional como panfletos, cartões de visita, páginas e perfis em redes sociais como o Instagram e o Facebook, implantar forma de pagamento digital, como cartões de créditos, PIX e transferências e iniciar entregas à domicílio.

Há necessidade de diversificar a variedade de frutas que não são sazonais, pois durante as observações notou-se apenas a presença de laranja e maçã, porém, é importante mencionar que durante as observações, que ocorreram próximo às festas juninas havia a venda de produtos sazonais típicos desse período, como o milho e o amendoim. Também foi observado que alguns clientes perguntavam sobre outros produtos sazonais que a barraca comercializa, como o umbu e a seriguela, que não estavam sendo comercializados no momento devido a não disponibilidade, mas isso demonstra que o estabelecimento já aproveita as oportunidades para comercializar as frutas da estação.

As Fraquezas identificadas foram a inexistência de marketing, a não diversificação de formas de pagamento, infraestrutura insuficiente, porque o espaço é apertado e não oferece possibilidade de ampliação, há exposição dos produtos ao sol e a chuva e como os produtos comercializados são perecíveis, existe a perda de produtos por apodrecimento e há também necessidade de contratar ao menos mais um funcionário.

Sabe-se que em qualquer organização comercial a concorrência é uma ameaça presente, em uma feira livre não seria diferente, por exemplo, o grande número de barracas ofertando os mesmos produtos, preços mais acessíveis e facilidades como a venda de mercadorias já limpas e cortadas, o que facilita o dia a dia do cliente.



Durante as observações, outra ameaça impactante foi a pandemia causada pelo novo coronavírus (Covid-19), pois as pessoas ficaram receosas de ir em ambientes com aglomerações, como são as feiras, além das altas taxas de desemprego, que acarretaram em crise econômica no país.

A partir desses dados foi montado o plano de ação baseado na ferramenta 5W2H. Em pesquisas semelhantes, Ávila-Neto *et al.* (2016) aplicaram essa mesma ferramenta, o que possibilitou uma organização das normas de segurança do trabalho, pela linguagem acessível, facilitou sua visualização e compreensão. Enquanto que Lisboa e Godoy (2012) aplicaram a ferramenta para decompor as várias fases de um processo produtivo, diagnosticando o que era realizado em cada etapa, o custo, os profissionais envolvidos e sua importância para o processo final propondo soluções separadamente. Por esse caminho, o 5W2H pode ser útil na proposição de soluções da barraca de feira.

Foram mapeadas 09 situações (Quadro 5) para a aplicação da metodologia 5W2H. Elas foram apresentadas na forma de quadro e posteriormente se faz uma descrição da atividade desenvolvida.

Quadro 5 - Aplicações da metodologia 5W2H

O que?	Quem?	Onde?	Por quê?	Quando?	Como?	Quanto?
Compra de mercadorias	Proprietário	Central de abastecimento (CEASA)	Passo inicial necessário para revenda de mercadoria	A cada 2 dias	Comprando diretamente com o fornecedor regional	Valor da mercadoria, hora de trabalho e deslocamento
Compra de mercadorias de baixa durabilidade (hortaliças)	Vendedora	Barraca de terceiros	Para suprir a necessidade e dos clientes	Todas as manhãs	Compra de fornecedor local	Valor agregado pelo fornecedor local

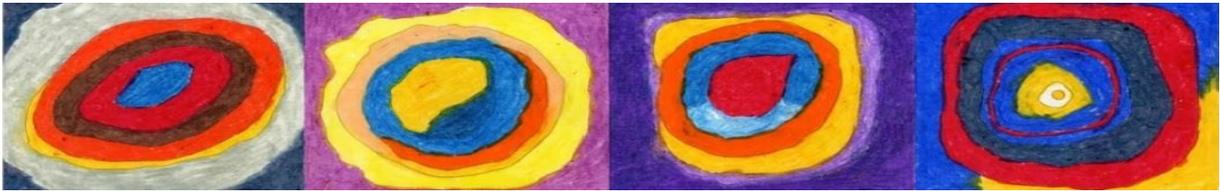


Verificação de estoque	Vendedor a e proprietário	Barraca	Para conferir a quantidade e qualidade das mercadorias	Após o término do expediente	Conferindo os produtos	Hora de trabalho
Atendimento ao cliente	Vendedor a e proprietário	Barraca	Para vender as mercadorias	Á todo momento	Com educação e simpatia	Hora de trabalho
Recebimento de dinheiro	Vendedor a e proprietário	Barraca	Despesas a pagar	Após a finalização da venda	Recebimento de dinheiro	Hora de trabalho
Exposição de mercadorias	Vendedor a e proprietário	Barraca	Chamar a atenção dos clientes	Início da manhã	Exposição em caixas e na parte superior da barraca	Hora de trabalho
Embalagem	Vendedor a e proprietário	Barraca	Para ser levado pelo cliente	Ao final do pagamento	Em uma sacola plástica	Hora de trabalho e custo da embalagem
Fechamento de Caixa	Vendedor a e proprietário	Barraca	Controle de caixa	Ao final do dia de trabalho	Somando o capital	Hora de trabalho
Limpeza da barraca	Vendedor a e proprietário	Barraca	Retirar mercadorias estragadas e controle de estoque	Final da semana	Verifica-se as mercadorias estragadas	Hora de trabalho

Fonte: dados da pesquisa, 2019.

As compras das mercadorias são feitas pelo proprietário da barraca, na Central de abastecimento da cidade a cada dois dias em horário comercial. O valor agregado ao consumidor final inclui o preço do produto, a hora de trabalho e deslocamento para a realização da compra.

As mercadorias de baixa durabilidade, no caso, as hortaliças, são compradas pela vendedora em uma barraca de um fornecedor local da cidade. Todas as manhãs são reabastecidas essas mercadorias, pois são produtos perecíveis e que precisa sempre estar frescas para o consumidor, o valor que é pago por elas é o estabelecido pelo fornecedor.



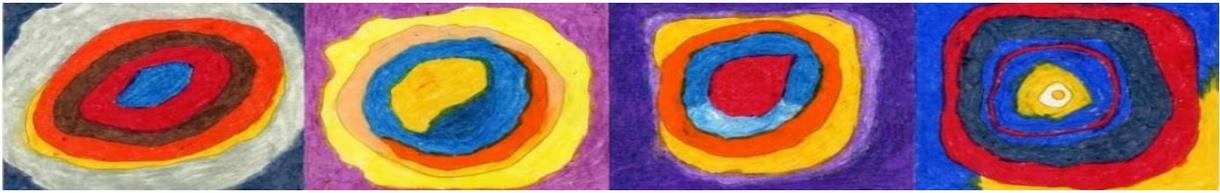
Outra atividade essencial do estabelecimento é a verificação do estoque. Essa tarefa é importante para manter a barraca abastecida para o dia a dia de vendas. A verificação é feita pela vendedora e pelo proprietário após o término do expediente para conferir a qualidade e quantidade de mercadorias disponíveis e verificar quais serão necessárias fazer a reposição.

O atendimento ao cliente é feito pela vendedora e/ou pelo proprietário da barraca durante o horário comercial. O atendimento acontece de acordo com a chegada de clientes pelo vendedor que estiver disponível. Esse atendimento é feito com educação e simpatia para a satisfação e conquista do cliente.

A exposição de mercadorias inicia-se na barraca no início da manhã, por meio da exposição em caixas e na parte superior da barraca para chamar a atenção dos clientes. A mercadoria vendida é embalada pela vendedora e/ou pelo proprietário no final da venda e colocada em uma sacola plástica para ser levada pelo cliente.

A limpeza e manutenção da barraca são feitas pela vendedora e pelo proprietário nos finais de semana para a retirada de mercadorias estragadas, limpeza do ambiente e também controle de estoque. O recebimento do dinheiro após a venda concluída e o fechamento do caixa após o fim do expediente também são feitos por ambos.

Essas são atividades típicas de uma barraca de feira livre, e com a ferramenta 5W2H é possível ver como as atividades estão distribuídas e são realizadas no negócio. A partir desse reconhecimento é possível pensar em estratégias e correções para melhor desempenho do estabelecimento.



CONSIDERAÇÕES FINAIS

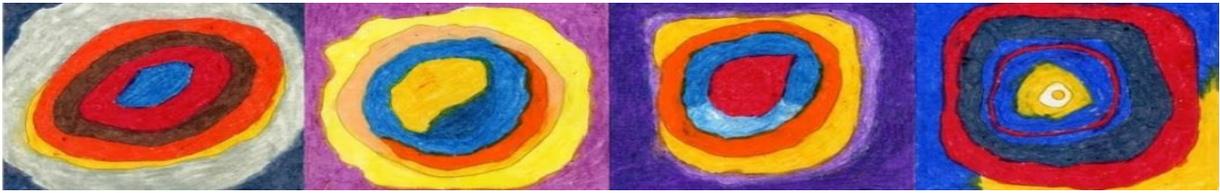
Essas ferramentas empresariais são importantes para estruturar e conhecer os potenciais e fraquezas do negócio. Com uso das ferramentas FOFA e 5W2H foi possível entender a estrutura da barraca, entender como estão distribuídas as atividades e funções, entre outras coisas, e dessa forma pensar em correções ou alterações para melhor funcionamento e crescimento.

Com a FOFA foi possível identificar forças do estabelecimento, como o bom atendimento ao cliente, produtos de qualidade, bons funcionários, variedade de produtos, a livre escolha dos produtos pelo cliente. Algumas deficiências como no marketing, nas formas de pagamento, na quantidade de funcionários e a perda de mercadoria.

Também foi possível pensar em oportunidades para a barraca como o investimento em marketing tradicional ou digital, mais variedades nas formas de pagamento, pensar em entrega a domicílio e em uma maior diversificação de mercadorias, como as frutas.

Algumas ameaças também puderam ser identificadas, como a concorrência e aumento dos preços das mercadorias que podem ser repassadas ao cliente e com isso dificultar a venda. Durante a pesquisa, houve também a crise da pandemia do Covid-19 que prejudicou de forma direta e indireta muitos negócios no país, e as feiras livres que são lugares de grande fluxo de pessoas também tiveram suas atividades impactadas.

Com 5 W's da ferramenta 5W2H será possível fazer uma projeção dos agentes que serão envolvidos no planejamento, de como será executada a ação, quando poderão fazer as mudanças necessárias, onde será executada as ações, de que forma e porquê. E em seguida, por meio dos 2 H's pode ser feita a projeção de como será feita essa organização e



quanto será os valores dos investimentos necessários para que possa ser efetivada.

REFERÊNCIAS

ABRAPP. **Associação Brasileira das Entidades Fechadas de Previdência Complementar**. Construção do Planejamento e Gestão Estratégica. Manual aplicado às entidades fechadas de previdência complementar. Planejamento Estratégico. 2007. 135 p.

ÁVILA-NETO, C. A.; STEFENON, S. F.; OLIVEIRA, J. R.; COELHO, A. S.; VENÇÃO, A. T.; KLAAR, A. C. R. Aplicação do 5W2H para criação do manual interno de segurança do trabalho. **Revista Espacios**, v.37, n.20, 2016.

CHIAVENATO, I. **Recursos humanos na Empresa**: pessoas, organizações e sistemas. 3.ed. São Paulo: Atlas, 1994. p. 67-76.

COVEY, S. R. **Os setes hábitos das pessoas altamente eficazes**. Editora Best Seller. 2003.

DA MATTA, R. **A casa e a rua**: espaço, cidadania, mulher e morte no Brasil. 5. ed. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

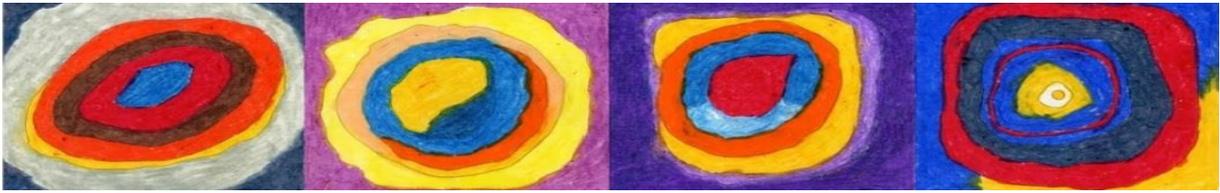
FERRAZ, A. E. Q. **O urbano em construção Vitória da Conquista**: um retrato de duas décadas. Vitória da Conquista: Edições UESB. 2001.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ba/vitoria-da-conquista/panorama>. Acesso em: 03 mar 2021.

KOETZ, L. S. **Teorias da Administração I**: Administração. Unopar Virtual, São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2009.

LISBOA, M. G. P.; GODOY, L. P. Aplicação do método 5W2H no processo produtivo do produto: a joia. **Iberoamerican Journal of Industrial Engineering**, Florianópolis, SC, Brasil, v. 4, n. 7, p. 32-47, 2012.



MASCARENHAS, G.; DOLZANI, M.C.S. Feira Livre: territorialidade popular e cultura na metrópole contemporânea. **Ateliê Geográfico**, Goiânia, v.2, n.4, 2008.

MAXIMIANO, A. C. A. **Introdução à administração**. 6ª ed. Ver. E ampl. São Paulo: Atlas, 2004.

MINAYO, M. C. S. O Desafio da pesquisa social. 2009. In: DESLANDES, S. F.

GOMES, R.; MINAYO, M. C. S. (Org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 28 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

MINNAERT, A. C. S. T. **A feira livre sob um olhar etnográfico**. 2008. In: FREITAS, M. C. S.; FONTES, G.; OLIVEIRA, N. Escritas e narrativas sobre a alimentação e cultura (online). Salvador: EDUFBA, 2008. 422 p.

MONTANA, P. J.; CHARNOV, B. H. **Administração**. 2ª ed. Tradução de Cid Knipel Moreira. São Paulo: Saraiva, 2005.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Como Elaborar um Plano de Negócios**. Brasília, 2013. 164p.

SEBRAE. Use **a matriz FOFA para corrigir deficiências e melhorar a empresa**. 2015. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/use-a-matriz-fofa-para-corriger-deficiencias-e-melhorar-a-empresa,9cd2798be83ea410VgnVCM2000003c74010aRCRD> Acesso em: 03 mar. 2021.

SEPLAN, Secretaria de Estado de Planejamento e Coordenação Geral – Seplan. **Planejamento Estratégico 2013-2018**. Cuiabá, MT. 2013. 26 p.

TAMAYO, A; BORGES, L. O. **Valores del trabajo y valores de las organizaciones**. In M. Ros & V. V. Gouveia (Coords.). *Psicología social de los valores humanos: desarrollos teóricos, metodológicos y aplicados*. Madrid: Editorial Biblioteca Nueva. 2001.