

Name: Felipe Elisson Lucena Guedes  
Registration Number: 20252020  
Professor: Maura Cristina Frigo  
Date: March 13, 2025

---

## Explicação dos Exercícios em Português

Os exercícios propostos visam melhorar a competitividade do supermercado Morrisons no mercado do Reino Unido. Para isso, é necessário dividir os participantes em dois grupos: **Pair A** e **Pair B**.

- **Pair A (Seleção de Produtos):** O objetivo é encontrar formas de melhorar os produtos oferecidos pelo supermercado, incluindo variedade, preços e origem dos produtos.
- **Pair B (Imagem da Empresa):** O foco deste grupo é melhorar a imagem da empresa, considerando o treinamento dos funcionários, a experiência dos clientes e a identidade da marca.

Após a análise, os grupos devem discutir suas ideias e selecionar as cinco melhores estratégias para serem implementadas.

Por fim, compara-se essas ideias com o que a empresa Morrisons realmente fez para se tornar mais competitiva, conforme indicado no material de estudo.

---

## Task 1 - Identifying Improvements for Morrisons

Como uma equipe trabalhando para a Morrisons, identificamos estratégias-chave para melhorar sua competitividade, analisando dois aspectos críticos: **seleção de produtos** e **imagem da empresa**.

### Pair A - Melhorias na Seleção de Produtos

1. **Expandir a Gama de Produtos:** Introduzir mais variedades de alimentos e produtos não alimentícios, incluindo eletrônicos e itens domésticos, para competir melhor com supermercados como o Tesco.
2. **Ajustar os Preços dos Produtos:** Implementar estratégias de preços mais competitivas para atrair clientes preocupados com o orçamento, mantendo a qualidade.
3. **Melhorar o Relacionamento com Fornecedores:** Buscar produtos de fornecedores mais sustentáveis e éticos para atender à crescente demanda por produtos ecológicos e de comércio justo.
4. **Oferecer Produtos Exclusivos:** Desenvolver marcas próprias ou produtos de edição limitada que diferenciem a Morrisons dos concorrentes.

5. **Analisar as Preferências dos Consumidores:** Realizar pesquisas e análises de dados para entender quais produtos os clientes compram com mais frequência e os motivos dessas escolhas.

## **Pair B - Melhorias na Imagem da Empresa**

1. **Investir no Treinamento dos Funcionários:** Capacitar os funcionários para oferecer um atendimento ao cliente mais eficiente e informado.
2. **Melhorar a Experiência dos Funcionários:** Criar um ambiente de trabalho mais positivo, aumentando a motivação dos colaboradores e melhorando o atendimento ao cliente.
3. **Reformular a Imagem da Empresa:** Destacar os pontos fortes da Morrisons, como preços acessíveis, frescor dos produtos e atendimento ao cliente, por meio de campanhas de marketing.
4. **Aprimorar Iniciativas de Sustentabilidade:** Implementar práticas mais ecológicas, como a redução de embalagens plásticas e a oferta de mais produtos orgânicos.
5. **Engajamento com a Comunidade:** Criar laços mais fortes com as comunidades locais por meio de patrocínios, programas de caridade e parcerias com fornecedores regionais.

## **Task 2 - Reunião e Seleção das Ideias Principais**

Após a discussão, as cinco estratégias mais impactantes escolhidas foram:

1. **Expandir a Gama de Produtos** – Introduzir novos itens alimentares e não alimentares para atrair um público maior.
2. **Ajustar os Preços dos Produtos** – Manter um equilíbrio entre acessibilidade e qualidade para atender consumidores mais sensíveis a preços.
3. **Investir no Treinamento dos Funcionários** – Melhorar o atendimento ao cliente por meio de treinamentos contínuos.
4. **Aprimorar Iniciativas de Sustentabilidade** – Tornar a Morrisons mais alinhada com as demandas atuais por produtos e práticas ecológicas.
5. **Fortalecer o Engajamento com a Comunidade** – Criar uma conexão mais forte com os consumidores por meio de ações sociais e parcerias locais.

## **Task 3 - Comparação com as Estratégias Reais da Morrisons**

Após revisar o **Arquivo 21 na página 108**, constatamos que a Morrisons implementou estratégias semelhantes, como a ampliação da linha de produtos e a valorização de alimentos frescos e orgânicos. A empresa também investiu em sustentabilidade e treinamento de funcionários, alinhando-se com nossas sugestões.

## **Conclusão**

Implementando essas estratégias, a Morrisons pode fortalecer sua posição no competitivo mercado de supermercados do Reino Unido. Nosso plano foca na diversificação de produtos, precificação estratégica, excelência no atendimento, sustentabilidade e engajamento comunitário, fatores essenciais para aumentar a satisfação e fidelidade dos clientes.