

# ANÁLISE EM UM COMÉRCIO VAREJISTA DE ROUPAS

TENCHENA, A. P. D.<sup>1</sup>; GONÇALVES, L. V.<sup>2</sup>; MONTEIRO, E. L.<sup>3</sup>; OSTI, O.<sup>4</sup>

## RESUMO

**Objetivo:** Realizar uma análise estratégica utilizando as matrizes BCG e SWOT para identificar novas oportunidades e problemas organizacionais em um comércio varejista de roupas. **Método:** Para o levantamento das informações e identificação de problemas organizacionais foi utilizado o método Estudo de Caso. **Resultado:** Com a realização da pesquisa foi possível identificar as oportunidades e as ameaças que a empresa apresenta em seu ramo de atividade. **Conclusão:** Através das análises foi possível perceber que a empresa tem grande possibilidade de crescimento no mercado em que atua.

**Palavras-chave:** Identificação de Problemas. BCG. SWOT.

## ABSTRACT

**Objective:** Conduct a strategic analysis using BCG and SWOT matrices to identify new opportunities and organizational problems in a clothing retail business. **Method:** To collect information and identify organizational problems, the Case Study method was used. **Result:** With the completion of the survey, it was possible to identify the opportunities and threats that the company presents in its field of activity. **Conclusion:** Through the analysis it was possible to see that the company has great potential for growth in the market in which it operates.

**Keywords:** Problem Identification. BCG. SWOT.

## INTRODUÇÃO

---

<sup>1</sup> Ana Paula Diatchuki Tenchena. Acadêmica do Curso de Bacharelado em Administração da Faculdade de Apucarana – FAP. Apucarana – Pr. 2021.

<sup>2</sup> Leandro Vicente Gonçalves. Orientador da pesquisa. Docente Mestre do Curso de Bacharelado em Administração da Faculdade de Apucarana – FAP. Apucarana – Pr. 2021.

<sup>3</sup> Eduardo Lemes Monteiro. Docente Mestre do Curso de Bacharelado em Administração da Faculdade de Apucarana – FAP. Apucarana – Pr. 2021.

<sup>4</sup> Odair De Osti. Docente Especialista do Curso de Bacharelado em Administração da Faculdade de Apucarana – FAP. Apucarana – Pr. 2021.

A empresa estudada atua no setor de comércio varejista do vestuário, iniciou as suas atividades no dia 17 de maio de 2012 e está localizada na cidade de Ortigueira, Estado do Paraná.

A pesquisa foi desenvolvida com base na análise estratégica, utilizando as ferramentas BCG e SWOT. Segundo Porth (2002), a estratégia trata da ligação entre o mundo interior das empresas e seu ambiente exterior. Foi utilizada essas matrizes para a verificação do ambiente externo e interno da organização, com objetivo de identificar novas oportunidades e possíveis problemas na empresa.

## **OBJETIVO**

Realizar uma análise estratégica utilizando as matrizes BCG e SWOT para identificar novas oportunidades e problemas organizacionais em um comércio varejista de roupas.

## **MÉTODO**

O método utilizado nessa pesquisa para a obtenção de informações foi o método qualitativo feito estudo de caso com contato direto com a empresa por meio de visitas e aplicação das matrizes BCG e SWOT.

Assim, a pesquisa qualitativa caracteriza-se por ser “interpretativa, baseada em experiências, situacional e humanística”, sendo consistente com suas propriedades de singularidade e contexto. (STAKE, 2011, p. 41).

## **RESULTADOS**

A base para realizar uma análise estratégica é analisar os ambientes externos e internos de uma organização. A análise externa compreende um exame dos aspectos que envolvem os seguintes tópicos: clientes, concorrência, mercado e ambiente. (LEMOS et al., 2013). A análise interna compreende um exame do desempenho da empresa como, por exemplo, vendas, satisfação do cliente, qualidade do produto, custo, qualificação dos empregados, estratégias, capacidades organizacionais, restrições financeiras. (LEMOS et al., 2013). As ferramentas de

gestão estratégica como a BCG e a SWOT podem ser empregadas na elaboração e na definição dessas estratégias. (BARBOZA; ROJO, 2015).

A matriz BCG é baseada no crescimento da empresa, participação no mercado, indicando sua posição no mesmo em relação aos concorrentes. (BARBOZA; ROJO, 2015). Essa matriz apresenta os produtos em forma de portfólio, baseado no ciclo de vida do produto. (BARBOZA; ROJO, 2015). Essa matriz tem a vantagem de não apresentar a mesma estratégia para todos os produtos, pois ela é classificada em quadrantes. (BARBOZA; ROJO, 2015). Na figura 1 é apresentada a Matriz BCG resultante da análise realizada na empresa.

**Figura 1 – Matriz BCG**

		Participação relativa de mercado	
		Alta	Baixa
Crescimento do mercado	Alto	<b>Estrela</b> Saias Blusinhas	<b>Em questionamento</b> Conjuntos
	Baixo	<b>Vaca- leiteira</b> Calças	<b>Abacaxi</b> Bermudas

Fonte: Autores do trabalho (2021).

Com a análise da matriz BCG, foi possível descobrir os produtos considerados Vaca Leiteira que é a calça jeans. As calças jeans não precisam de muita divulgação para serem vendidas, são peças populares e com uma alta procura. Os produtos Estrela identificados nesse quadrante, foram as blusinhas e as saias. Esses produtos fazem parte desse quadrante, porque a empresa vende roupas da moda evangélica. Os produtos Ponto de Interrogação identificados foram os conjuntos. E os produtos Abacaxi foram as bermudas. São peças abacaxis porque não tem procura. Como relatado pela gestora, as peças chegam na loja e fica meses sem vender.

Com o resultado da aplicação da ferramenta BCG é possível a gestora dar um novo direcionamento para as estratégias na empresa.

A Matriz SWOT de acordo com McCreddie (2008), é uma ferramenta usada para a realização de análise de ambiente e serve de base para planejamentos estratégicos e de gestão de uma organização. Essa matriz possibilita a identificação das forças, fraquezas, oportunidades e ameaças que a empresa apresenta em seu ramo de atuação.

Figura 2 – Matriz SWOT

	Positivos	Negativos
Interno	<b>Forças</b> Marca exclusiva Qualidade nos produtos	<b>Fraquezas</b> Localização Pouca variedade em peças
Externo	<b>Oportunidades</b> Comunidade de clientes fidelizados Acompanha as tendências	<b>Ameaças</b> Fortes concorrentes Mudança de hábito dos clientes

Fonte: Autores do trabalho (2021)

Com essa análise utilizando a SWOT foi possível verificar que a marca exclusiva e a qualidade nos produtos fazem parte da força da empresa. Já nas fraquezas foi possível verificar que há pouca variedade em peças e que a localização da loja tem um potencial de prejudicar as vendas.

As oportunidades identificadas foi a comunidade de clientes fidelizados e as tendências de moda que a empresária acompanha. As ameaças detectadas foram os fortes concorrentes e a mudança de hábito dos clientes que podem desestabilizar as vendas.

## CONCLUSÃO

No decorrer do desenvolvimento dessa pesquisa, foi possível aplicar conceitos e aprendizados adquiridos em sala de aula, e realizar uma análise estratégica em um comércio varejista de roupas.

Com a aplicação das matrizes BCG e SWOT foi possível levantar informações importantes para auxiliar a gestora na gestão da empresa. Dessa forma, essas matrizes, possibilita trabalhar os pontos fortes, pontos fracos, oportunidades e ameaças, podendo alinhar essas informações com a análise estratégica da empresa no mercado de atuação.

O resultado das análises fica evidente os pontos em que a empresa pode inovar e buscar melhorias para melhor atender seus clientes, conseqüentemente melhorando os resultados financeiros da empresa.

## **REFERÊNCIAS**

BARBOZA, J. V. S.; ROJO, C. A. Diagnóstico Estratégico Em Uma Empresa Do Setor Moveleiro Através Das Análises Swot, Matriz Bcg E 5 Forças De Porter. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, v. 9, n. 1, p. 103–116, 2015.

LEMOS, A. C. F. V. DE et al. O Planejamento Estratégico como Ferramenta Competitiva. **Pesquisa Quantitativa Política dos Negócios e Economia de Empresas**, 2013.

MCCREADIE, K. A Arte da Guerra SUN TZU: **uma interpretação em 52 ideias brilhantes**: 1. ed. São Paulo: Globo, 2008.

PORTH, S.J. **Strategic management: a cross-functional approach**. New Jersey: Prentice Hall, 2002.

STAKE, R. E. **Pesquisa qualitativa: estudando como as coisas funcionam**. Porto Alegre: Penso, 2011.