

ANÁLISE ESTRATÉGICA NA AGROPECUÁRIA

LOPES, M.J.S.¹; GONÇALVES, L.V.²; MONTEIRO, E. L.³; OSTI, O.⁴

RESUMO

Objetivo: Realizar uma análise estratégica utilizando as matrizes BCG e SWOT para identificar problemas e novas oportunidades em um comércio agropecuário e garden. **Método:** O levantamento de dados sobre os problemas empresariais nessa pesquisa utilizou o método de estudo de caso. **Resultado:** As análises efetuadas permitiram identificar as oportunidades e as ameaças que a empresa possui. **Conclusão:** Através dessa pesquisa foram detectados problemas existentes e a partir de sugestões propostas para a organização, espera-se que a empresa alcance um melhor desempenho.

Palavras-chaves: Agropecuária. BCG. SWOT.

ABSTRAT

Objective: Conduct a strategic analysis using BCG and SWOT matrices to identify problems and new opportunities in an agricultural and garden trade. **Method:** The survey of data on business problems in this research used the case study method. **Results:** The analyzes carried out allowed to identify the opportunities and threats that the company has. **Conclusion:** Through this research, existing problems were detected and from suggestions proposed to the organization, it is expected that the company will achieve a better performance.

Keywords: Agriculture. BCG. SWOT.

INTRODUÇÃO

A empresa atua no setor agropecuário e Garden, está localizada no município de Califórnia – PR, e teve o início de suas atividades em março de 2019.

¹ Maria Julia de Souza Lopes. Acadêmica do Curso Bacharelado em Administração da Faculdade de Apucarana – FAP. Apucarana – PR. 2021.

² Leandro Vicente Gonçalves. Orientador da pesquisa. Docente Mestre do Curso de bacharelado em administração da faculdade de Apucarana – FAP. Apucarana – pr. 2021.

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

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

A análise de mercado tem por finalidade a coleta de dados e informações de mercado de atuação da empresa, abordando temas relacionados ao público-alvo, clientes, concorrência e economia local. Na análise estratégica são utilizadas ferramentas, como por exemplo, a matriz BCG e a matriz SWOT. Essa análise tem por finalidade identificar a situação dos produtos estratégicos empresariais, estudando os ambientes internos e externos da organização.

OBJETIVO

O objetivo dessa pesquisa é realizar uma análise estratégica utilizando as matrizes BCG e SWOT para identificar problemas e novas oportunidades em um comércio agropecuário e garden.

MÉTODO

O método escolhido para realizar essa pesquisa foi o estudo de caso. O estudo de caso segundo Eisenhardt (1989) e Yin (2009) é um método de pesquisa que utiliza, dados qualitativos, coletados a partir de eventos reais, com o objetivo de explicar, explorar ou descrever fenômenos atuais inseridos em seu próprio contexto.

Na condução da pesquisa, para buscar conceitos, também foi realizado consultas em livros e artigos encontrados na internet. Realizando a análise estratégica na empresa, com os dados levantados foi possível criar estratégias empresariais para melhorar o desenvolvimento da organização.

RESULTADO

A empresa agropecuária estudada tem um fator positivo, porque a economia da cidade gira em torno do ramo agropecuário. Levando em consideração que a cidade de Califórnia tem aproximadamente 8.641 habitantes segundo o IBGE (2021), e a empresa possui poucos concorrentes diretos na cidade, pode dizer que a empresa pode ter a possibilidade de um crescimento. Segundo o Governo Federal (2020), o setor agropecuário durante a pandemia continuou em crescimento de 0,6% no primeiro trimestre de 2020. O mesmo acontecimento inesperado aconteceu com a empresa. Esse aumento nas vendas pode também estar relacionado com os

seguintes fatores apresentados pela empresa: ela está bem fixada no mercado, graças a grande variedade de produtos fornecida pela loja e pelo preço justo.

A análise estratégica é um estudo sobre os ambientes da organização, sendo eles interno e externo, e tendo como principal finalidade analisar as variáveis presentes e futuras.

A matriz BCG determina quais ações tomar em cada um dos produtos ou unidades de negócios, conforme os resultados da análise gráfica. “A Matriz é utilizada para administrar carteira de produtos (portfolio de produtos) e tem sido utilizada, com mais frequência, na criação de políticas de investimento e administração de caixa em empresas que comercializam diversos produtos”. Sendo formada por 4 quadrantes: Vaca leiteira (produto é líder de venda, são produtos com alta participação, altos lucros); Estrela (produtos com grande participação em mercado de altos crescimentos); Ponto de interrogação (produto com baixa participação em mercado de alto crescimento); Abacaxi (produtos com baixa participação e baixo crescimento no mercado). O resultado da Matriz BCG na empresa, é apresentado no Quadro 1.

Quadro 1 - Matriz BCG

		Participação do produto no Mercado	
Crescimento de Mercado	Estrela	Ponto de Interrogação	
	Alimentos para animais	Medicamento Veterinário	
	Vaca Leiteira	Abacaxi	
	Plantas	Artesanatos de cerâmica	

Fonte: Autores do trabalho (2021).

O produto abacaxi apresentado, não possui crescimento no mercado e nem participação, deste modo, pode resultar em possíveis prejuízos futuros. Aconselha a retirada do portfólio da empresa. Já os medicamentos veterinários, são considerados como produtos ponto de interrogação. Foi classificado dessa maneira, porque a concorrência fornece o mesmo produto, entretanto, existe alta burocracia para comercialização deles. As plantas, indicadas como produtos vaca-leiteira, não

possui tanto crescimento de mercado. Geralmente se trata de produtos com maior lucratividade e maior fluxo de caixa da empresa. O produto estrela da empresa, os alimentos para animais, contam com a participação de grande importância no mercado e também de crescimento. São produtos líderes de vendas, com alto giro de estoque e fluxo de caixa da empresa.

Segundo (MANAGER, 2009) “A análise SWOT é uma ferramenta-conceito utilizada para fazer a análise de um cenário (ou de um ambiente), proporcionando a base para o planejamento estratégico e o gerenciamento de uma empresa.” A matriz SWOT, aponta as forças, oportunidades, fraquezas e ameaças da organização. É um instrumento para levantamento de informações no aspecto de vendas, estoque, processo produtivos, ações de marketing, custos, despesas. A matriz é dividida entre Ambiente externo (oportunidades e ameaças) e ambiente interno (forças e fraquezas).

Quadro 2 - Matriz SWOT

Ambiente Interno	<p>FORÇA:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Variedade de produtos, - Preço justo, - Grupo de Whatsapp. 	<p>FRAQUEÇA:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Entrega somente após o horário de atendimento.
Ambiente Externo	<p>OPORTUNIDADE:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Entrega a domicilio. 	<p>AMEAÇAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Concorrência com os mesmos produtos.

Fonte: Autores do trabalho (2021).

A ameaça da empresa relacionada foram os concorrentes, pois atuam com os mesmos produtos. Como existe concorrentes, e empresa reduz sua margem de lucro, para que os clientes continuem comprando e não migrando para a concorrência. A fraqueza da empresa, é identificado como sendo a entrega em domicílio. Essa entrega é realizada após o horário de atendimento, onde os clientes esperam após as 18 horas para receber suas encomendas. Referente as forças da empresa, ela possui os diferenciais: variedade de produtos, preço justo; e grupo de WhatsApp da loja. A oportunidade é a entrega a domicílio. O destaque da

oportunidade se deve ao fato de ser uma das únicas empresas locais a oferecer este serviço aos seus clientes, se tornado ainda mais procurado com a pandemia.

CONCLUSÃO

No desenvolvimento desta pesquisa, foram aplicados os conhecimentos adquiridos em sala de aula, sendo executado uma análise em um comércio agropecuário e garden.

Durante a análise de mercado, foi possível identificar a presente situação da empresa e sugerir melhorias para que a empresa consiga melhorar o seu posicionamento de mercado. A partir do diagnóstico foi possível identificar pontos fortes da empresa, que foram: a grande variedade de produtos com preço justo e a realização de entregas a domicílios somente após o horário de atendimento. Para a solução dos problemas foi oferecido ações para os responsáveis da empresa.

REFERÊNCIAS

EISENHARDT, K. M. Building theories form case study research. **Academy of Management Review**. v. 14 n. 4. New York, 1989.

GOVERNO FEDERAL. **Agropecuária é único setor da economia com crescimento na pandemia**. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/noticias/agropecuaria-e-unico-setor-com-crescimento-na-pandemia-diz-ibge>. Acesso em: 20 de set. 2021.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Cidades e Estados**. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/pr/california.html>. Acesso em: 03 de out. 2021.

MANAGER. Jorge. Administradores. **O que é Análise Swot**. Jorge Maneger, 2009. Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/o-que-e-analise-de-swot>. Acesso em: 03 de out. 2021.

YIN, Robert. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2005. Acesso em: 03 de out. 2021.