

Planejamento estratégico em micro e pequenas empresas: a viabilidade da utilização da matriz SWOT.

Thiago Luiz Alves¹, Claudio Sonáglgio Albano².

1. Estudante de Engenharia de Produção da Universidade Federal do Pampa - UNIPAMPA; * engthiagoalves@hotmail.com
 2. Professor da Universidade Federal do Pampa, UNIPAMPA, Bagé/RS

Palavras Chave: *Planejamento estratégico, micro e pequenas empresas, matriz SWOT.*

Introdução

Na realidade brasileira, na maioria dos casos, a gestão das empresas de pequeno porte é desempenhada pelos próprios donos, que muitas vezes não possuem experiência e conhecimentos necessários para esta atividade. Este fato faz com que a grande maioria destas organizações não consigam fazer frente às novas exigências de seus mercados. Este trabalho tem como objetivo verificar a viabilidade do desenvolvimento de estratégias organizacionais, a partir da elaboração da matriz SWOT, para uma pequena empresa do segmento orizícola da região da campanha do Rio Grande do Sul.

A matriz SWOT - *Strengths, Weaknesses, Opportunities e Threats*, ou em português - Pontos fortes, Pontos Fracos, Oportunidades e Ameaças é uma técnica que auxilia a elaboração do planejamento estratégico das organizações. O objetivo é focalizar a combinação das forças e fraquezas da organização com as oportunidades e ameaças do mercado.

Resultados e Discussão

Este trabalho fez uso da técnica de levantamento. De acordo com Gil (1999), as pesquisas de levantamento se caracterizam pela interrogação direta das pessoas que participam do contexto dos locais que fazem parte. Nesse caso, procede-se com a solicitação das informações a um grupo de pessoas acerca do assunto abordado para que, após a obtenção de tais dados, possam ser realizadas conclusões referentes ao que se propõe.

Foram entrevistados os responsáveis por realizar a gestão da organização; as perguntas realizadas aos gestores foram utilizadas para saber qual o entendimento da empresa sobre planejamento estratégico e qual seu entendimento da matriz SWOT. Também se fez necessário saber quais os objetivos da empresa para 5 e 10 anos, quais seus pontos fortes e fracos. Além disso, foi necessário verificar quais oportunidades e ameaças podem fazer parte do contexto da organização.

Depois foi realizada a priorização das questões identificadas na matriz SWOT, para definir as ações prioritárias e concluir a análise, visando conduzir suas metas e objetivos no médio e longo prazo.

Ao final do processo de formação da matriz SWOT, foram identificados os seguintes pontos:

Pontos fortes: manter a proximidade com os clientes e praticar taxas de armazenamento menor que a dos concorrentes.



Figura 1. Matriz SWOT.

Pontos fracos: Ao invés de propor financiamento às lavouras de clientes, proporcionar consultoria para que estes busquem, da melhor forma possível, linhas de crédito rural em instituições financeiras.

Oportunidades: Buscar fomentar novas lavouras de trigo, que ainda é uma novidade na região da campanha do Rio Grande do Sul e criar uma linha de produção de rações utilizando soja e trigo para confinamentos de gado de corte na região.

Ameaças: Buscar melhores sistemas produtivos de forma a minimizar o custo e poder oferecer mais atrativos financeiros e qualitativos aos clientes, evitando que os novos entrantes ganhem sua parte do mercado.

Conclusões

Com a pesquisa foi possível apresentar um novo horizonte de trabalho para a empresa, que pretende a partir de agora utilizar os fundamentos dessa ferramenta para inserir os conceitos do planejamento estratégico na sua forma de gestão. Segundo os gestores da empresa, a ferramenta é acessível, pois demanda conhecimento técnico que já existe, porém propõe uma reflexão na forma de atuação, logo, faz com que seja refletida a situação atual e formem-se objetivos e metas para alcançar o desenvolvimento do negócio.

Agradecimentos

Agradeço a Empresa Multi Grãos Cereais por oportunizar a realização deste trabalho em suas dependências e os proprietários que sempre ajudaram de todas as formas possível. Também agradeço a UNIPAMPA que me proporcionou a apresentação deste trabalho, mas principalmente o acesso ao conhecimento de diversas formas em meu curso de graduação.

FISCHMANN, ADALBERTO AMERICO; ALMEIDA, MARTINHO ISNARD; Planejamento Estratégico na Prática. Ed. Atlas. 2011. São Paulo.

GIL, ANTONIO CARLOS. Métodos e Técnicas de Pesquisa Social. 5.ed. São Paulo. Atlas. 1999.