

DIAGNOSTICO DAS OPORTUNIDADES EXTERNAS DE UMA INDÚSTRIA DE FABRICAÇÃO DE ALIMENTOS PARA ANIMAIS NO MUNICÍPIO DE QUIXERAMOBIM – CE COM O USO DA MATRIZ SWOT

Antonio Jonas Cardoso Siqueira ⁽¹⁾; Patrícia Brasil dos Santos ⁽²⁾; Rildson Melo Fontenele ⁽³⁾; José Willamy Ribeiro Marques ⁽³⁾; Antonio Geovane de Moraes Andrade ⁽¹⁾; Francisca Luiza Simão de Souza ⁽¹⁾

⁽¹⁾ Aluno do Curso de Tecnologia em Agronegócio; Faculdade de Tecnologia CENTEC/FATEC Sertão Central; Quixeramobim, Ceará; (ajonascardosos@gmail.com); ⁽²⁾ Tecnóloga em Agronegócio; ⁽³⁾ Professor; Faculdade de Tecnologia CENTEC/FATEC Sertão Central

RESUMO

No planejamento estratégico a análise de cenários é de suma importância para a vida de uma organização. A análise SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities e Threats), que na sua tradução é força, fraqueza, oportunidade e ameaça, é uma técnica utilizada para a gestão e o planejamento das empresas, seja ela de pequeno ou grande porte. Portanto, teve-se por objetivo no presente trabalho identificar as oportunidades externas em potencial de uma indústria de fabricação de alimentos para animais no município de Quixeramobim, a fim de avaliá-los e descrevê-los. O trabalho foi realizado por meio de aplicação de questionários aos funcionários da empresa, no qual foram feitos por meio de entrevistas com 45 funcionários. Para realização da entrevista foi utilizado um questionário da identificação das oportunidades externas através da Matriz SWOT de pesquisa e análise. Os 45 funcionários receberam esse questionário para que marcassem com um “x” a opção em que, na opinião deles, a empresa se enquadrasse. Em seguida, foram gerados gráficos setoriais e realizada análise descritiva dos mesmos. Foi observado que das quinze perguntas referentes a oportunidades externas potenciais, nove resultaram em maior percentual de “sim”, e seis perguntas resultaram em maior percentual de “não”. De acordo com os funcionários, alguns desses com mais de dez anos que trabalham na empresa, a referida empresa procura se adequar às mudanças do mercado de trabalho, das leis vigentes no setor de alimentação animal e das preferências de seus clientes. Após a análise de todas as variáveis que foram definidas, as que obtiveram maior destaque como oportunidades externas potenciais da empresa estão relacionadas a rápido crescimento no mercado, mudanças nas necessidades/gestos do consumidor e mudanças demográficas, apresentando respectivamente 86%, 86%, 95%. Porém, variáveis como abertura de mercados externos, novas descobertas de produtos, boom econômico, desregulamentação governamental, novas tecnologias e grande alteração de marca não podem ser esquecidas, pois também apresentaram bons índices, no qual a maioria apresentou acima de 50%.

Palavras-chave: abertura de mercados, crescimento do mercado, FOFA.

INTRODUÇÃO

No planejamento estratégico a análise de cenários é de suma importância para a vida de uma organização. A análise SWOT (Strengths, Weaknesses, Oppotunities e Threats), que na sua tradução é força, fraqueza, oportunidade e ameaça, é uma técnica utilizada para a gestão e o planejamento das empresas, seja ela de pequeno ou grande porte (FERNANDES et al., 2013).

O fabricante de rações tem como objetivo produzir a baixo custo, atendendo a obtenção de alimentos balanceados e sem risco à segurança e qualidade do produto final. A qualidade pode ser planejada em novos projetos ou por meio da gestão, através de um estudo da situação atual, e da adequação da matéria prima ao produto e ao animal que se destinará (AGEITEC, 2018).

Diante do exposto, objetivou-se com o seguinte trabalho identificar as oportunidades externas da Matriz SWOT e desenvolver ações para um melhor aproveitamento das mesmas em uma indústria de fabricação de alimentos para animais no município de Quixeramobim.

METODOLOGIA

Para esse estudo foram realizadas entrevistas com 45 funcionários de uma empresa que produz alimentos para animais. Para realização da entrevista foi usado questionários de uma Matriz SWOT de análise e pesquisa, que foram entregues os questionários aos funcionários para que marcasse com um “x” a opção em que, no seu ponto de vista, a empresa se enquadrasse, conforme o Quadro 1.

Este diagnóstico sobre as oportunidades externas potenciais de uma fábrica de ração na Região do Sertão Central é o primeiro realizado, portanto, não existem, ou são raríssimas informações disponíveis sobre as oportunidades externas potenciais.

Após obtenção dos dados, os mesmos foram tabulados em planilhas do programa Excel. Em seguida, gerados gráficos setoriais e realizado análise descritiva dos mesmos.

Quadro 1: Questionário com variáveis relacionadas com as oportunidades externas potenciais.

OPORTUNIDADES EXTERNAS POTENCIAIS
() Rápido crescimento do mercado
() Empresas rivais são complacentes
() Mudança nas necessidades/gestos do consumidor
() Abertura de mercados externos
() Revés de empresa rival
() Novas descobertas de produtos
() Boom econômico
() Desregulamentação governamental
() Nova tecnologia

- () Mudanças demográficas
- () Mudanças climáticas
- () Outras empresas buscam alianças
- () Grande alteração de marca
- () Queda nas vendas de produto substituto
- () Mudança nos métodos de distribuição
- () Outros

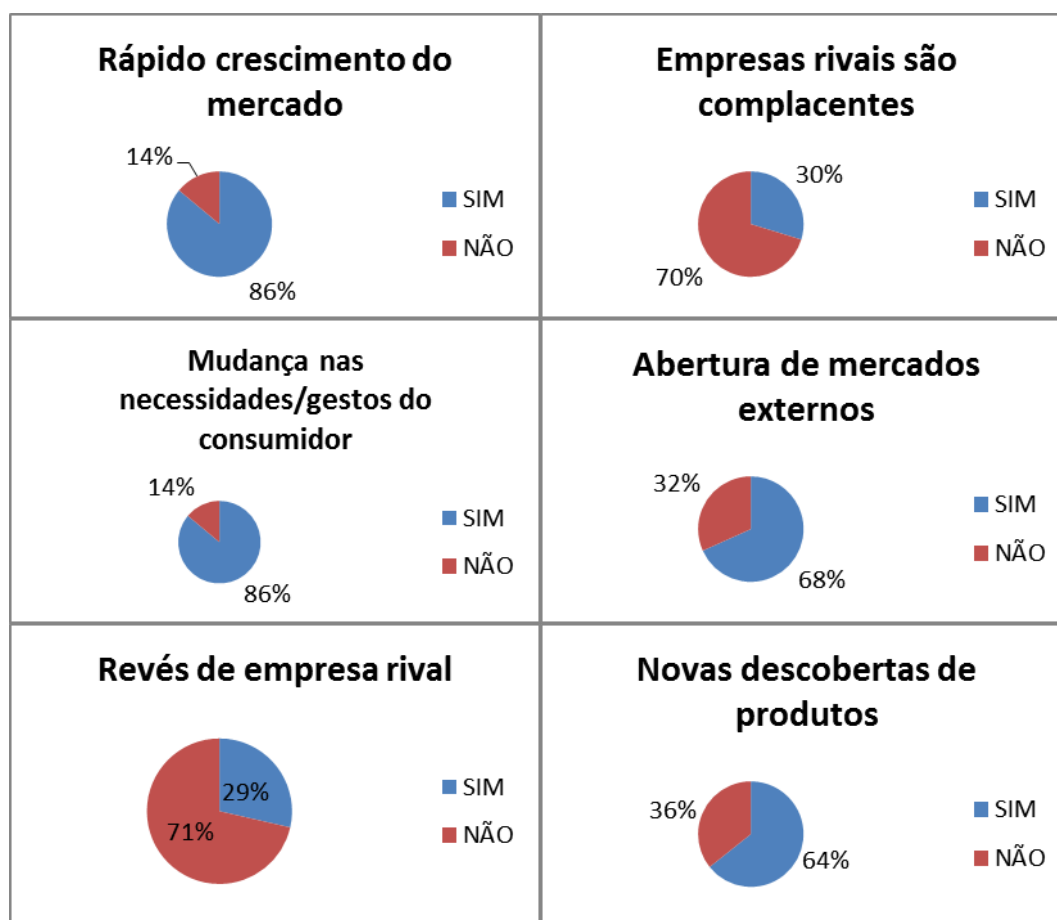
Exemplificar:

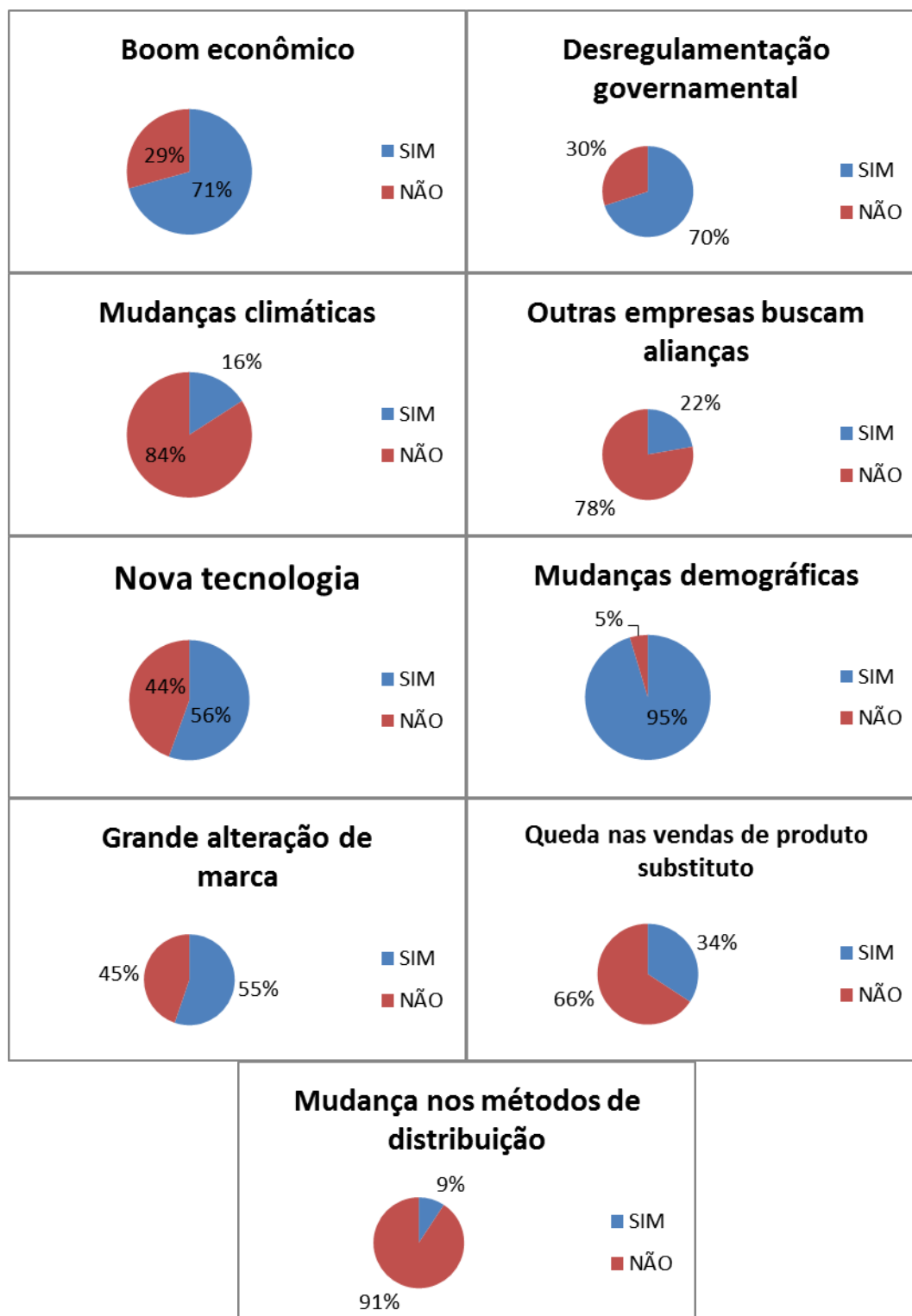
Fonte: adaptado Ferrell e Hartline (2009).

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Na Figura 1 encontram-se os dados referentes às oportunidades externas potenciais da empresa.

Figura 1 – Oportunidades externas potenciais da empresa.





Foi observado que das quinze perguntas referentes a oportunidades externas potenciais, nove resultaram em maior percentual de “sim”, e seis perguntas resultaram em maior percentual de “não”. De acordo com os funcionários, alguns desses com mais de dez

anos que trabalham na empresa, a referida empresa procura se adequar às mudanças do mercado de trabalho, das leis vigentes no setor de alimentação animal e das preferências de seus clientes. Dessa forma, buscando produzir com responsabilidade, preocupando-se, não somente com o meio ambiente, mas também com o bem-estar de seus funcionários.

Ainda de acordo com os funcionários, aquelas perguntas que resultaram em maior percentual de “não” se deu devido à concorrência, mesmo que pequena; as mudanças feitas para se adequar aos padrões exigidos para indústrias e comércio deste setor de mercado; na busca pela fidelização de seus clientes e dos seus métodos de distribuição.

CONCLUSÃO

Após a análise de todas as variáveis que foram definidas, as que obtiveram maior destaque como oportunidades externas potenciais da empresa estão relacionadas a rápido crescimento no mercado, mudanças nas necessidades/gestos do consumidor e mudanças demográficas, apresentando respectivamente 86%, 86%, 95%. Porém, variáveis como abertura de mercados externos, novas descobertas de produtos, boom econômico, desregulamentação governamental, novas tecnologias e grande alteração de marca não podem ser esquecidas, pois também apresentaram bons índices, no qual a maioria apresentou acima de 50%.

BIBLIOGRAFIA

AGEITEC. **Produção de ração para frango de corte.** Disponível em: <http://www.agencia.cnptia.embrapa.br/gestor/frango_de_corte/arvore/CONT000fc69luvv02wx5eo0a2ndxyagjbq0z.html>. Acesso em: 25 fev. 2018.

FERNANDES, I. G. M.; FIGUEIREDO, H. M.; COSTA JÚNIOR, H. L.; SANCHES, S. G.; BRASIL, A. Planejamento estratégico: análise SWOT. **Revista Conexão Eletrônica**, v.10, n.1/1, p.1464–1473, 2013.

FERRELL, O. C.; HERTLINE, M. D. **Estratégia de Marketing**. 4ed. São Paulo: Cengage Learning, 2009.