

Aplicação da técnica Análise SWOT no auxílio à tomada de decisão para pequenas e médias empresas do Vale do Itajaí

Alexandre Feustel Baehr



Sequência da Apresentação

- Introdução e Objetivos
- Fundamentação teórica
- Especificações da ferramenta
- Desenvolvimento e Operacionalidade da ferramenta
- Resultados e Discussões
- Conclusões
- Extensões



Introdução

- Cenário de constantes mudanças;
- Necessidade do planejamento estratégico de marketing nas organizações;
- A Análise SWOT como uma ferramenta do planejamento estratégico de marketing;
- A realidade das micro e pequenas empresas do Vale do Itajaí.

Objetivos

- Desenvolver uma ferramenta que auxilie no planejamento estratégico de marketing, utilizando uma técnica com base na Análise SWOT, nas pequenas e médias empresas do Vale do Itajaí.

Marketing

- Conceito Variável;
- Ligar a organização com o meio ambiente, valores, normas e cultura geral da sociedade;
- Função empresarial que identifica as necessidades e mede a magnitude e o potencial de rentabilidade;
- Variação de tendências e alto poder de modificação.

Análise Ambiental

- Identificação das forças macro e micro ambientais;
- As forças macro ambientais constituem aos do **ambiente externo** da organização;
- As forças micro ambientais, aos do **ambiente interno**.

Ambiente Externo

- Fatores externos que exerçam pressão direta ou indireta sobre a organização;
- Aspectos a serem avaliados como meio externo:
 - ❖ Mudanças no comportamento e preferências dos consumidores;
 - ❖ Constantes inovações tecnológicas;
 - ❖ Novidades no que se refere a legislação;
 - ❖ Tendências do mercado internacional;
 - ❖ Desenvolvimento no plano político.
- São as oportunidades e ameaças.

Ambiente Interno

- Avaliação crítica do ambiente interno em relação aos seus objetivos, desempenho, alocação de recursos e características naturais;
- As áreas que devem ser levadas em consideração:
 - ❖ Aspectos organizacionais;
 - ❖ Aspectos de marketing;
 - ❖ Aspectos financeiros;
 - ❖ Aspectos de pessoal;
 - ❖ Aspectos de produção.
- São os pontos fortes e fracos da organização.

Planejamento Estratégico de Marketing

- Desenvolvimento de ações programadas que visam atingir os objetivos da organização através do processo de análise e seleção das melhores oportunidades;
- Deve ser um processo integrado e contínuo;
- Otimiza os recursos da empresa, estabelece responsabilidades, unifica esforços, mensura os resultados, auxilia na chegada às metas da empresa.

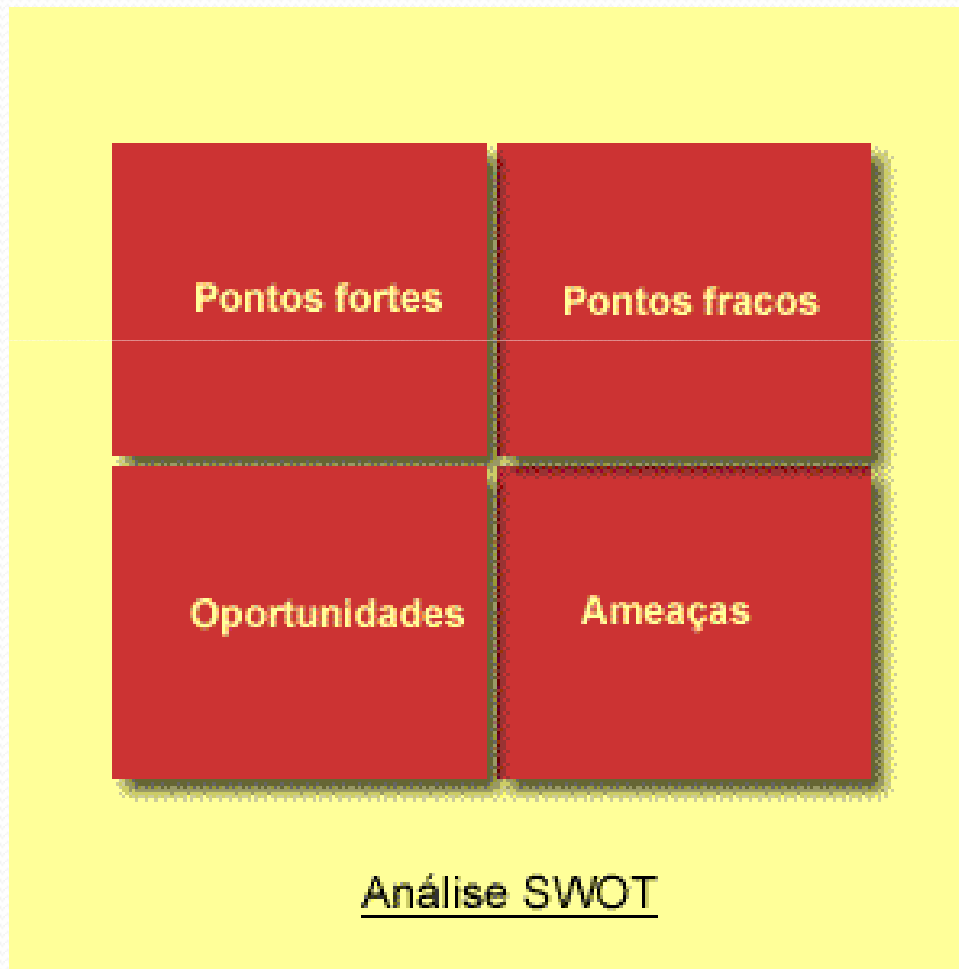
Análise SWOT

- A análise SWOT é um dos componentes do planejamento estratégico de marketing;
- Avaliação ambiental crítica dos itens que a organização julga serem importantes;
- Avaliação global das Forças (**S**trengths), Fraquezas (**W**eaknesses), Oportunidades (**O**pportunities) e Ameaças (**T**hreats).

Elementos da Análise SWOT

- Separação das questões internas e externas da organização;
- Divisão em:
 - ❖ Ambiente interno: Forças e Fraquezas;
 - ❖ Ambiente externo: Oportunidades e Ameaças.

Elementos da Análise SWOT



Análise da Matriz SWOT - Magnitude

- O tamanho da grandeza que o item possui na organização;
- São pontuados de -3 a +3 com a variação de critérios, conforme quadro abaixo:

Elementos positivos (Forças ou Oportunidades)	Elementos negativos (Fraquezas ou Ameaças)
+3 (Magnitude Alta)	-3 (Magnitude Alta)
+2 (Magnitude Média)	-2 (Magnitude Média)
+1 (Magnitude Baixa)	-1 (Magnitude Baixa)

Análise da Matriz SWOT - Importância

- A prioridade a qual o item possui na organização;
- A pontuação é de 1 a 3 em todas as áreas, conforme quadro abaixo:

Nível de Importância
3 (importância grande)
2 (importância média)
1 (importância baixa)

Subáreas de avaliação

FORÇAS	FRAQUEZAS	OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
Consumidores	Consumidores	Momento	Momento
Competidores	Competidores	Consumidores	Consumidores
Stakeholders	Stakeholders	Forças de Mercado	Forças de Mercado
Colaboradores	Colaboradores	Competidores	Competidores

Cálculo de Ranqueamento

- Cálculo para o ranqueamento dos itens, pelo nível de significância para a organização;
- É o produto da magnitude pela importância:

MAGNITUDE X IMPORTÂNCIA

As micro e pequenas empresas do Vale do Itajaí

- Na região 99,1% das empresas são consideradas micro ou pequenas;
- Empregam 54% da mão de obra ativa;
- O setor Terciário de Comércio e Serviços responde pela maioria das MPEs;
- Baixa competitividade, falta de visão dos Sistemas de Informação, inabilidade frente as constantes mudanças são marcas dessas empresas na região.

Trabalhos Correlatos

- Tristão (2005) propõe uma fundamentação teórica e prática de uma metodologia de planos e projetos estratégicos voltados para empresas de pequeno porte no estado de Santa Catarina;
- Artigo de Azambuja, Dalfovo, Dias e Rodrigues (2001), apresenta um estudo sobre a falta de planejamento estratégico das MPEs da região.

Trabalhos Correlatos

- SWOT Expert da Kinetic Windson:
 - ❖ Permite cadastrar uma organização;
 - ❖ Informar conforme as subáreas demonstradas anteriormente os itens;
 - ❖ Não possui quantificação de magnitude e importância;
 - ❖ Demonstra a avaliação gráfica da Análise SWOT.

Especificações da Ferramenta

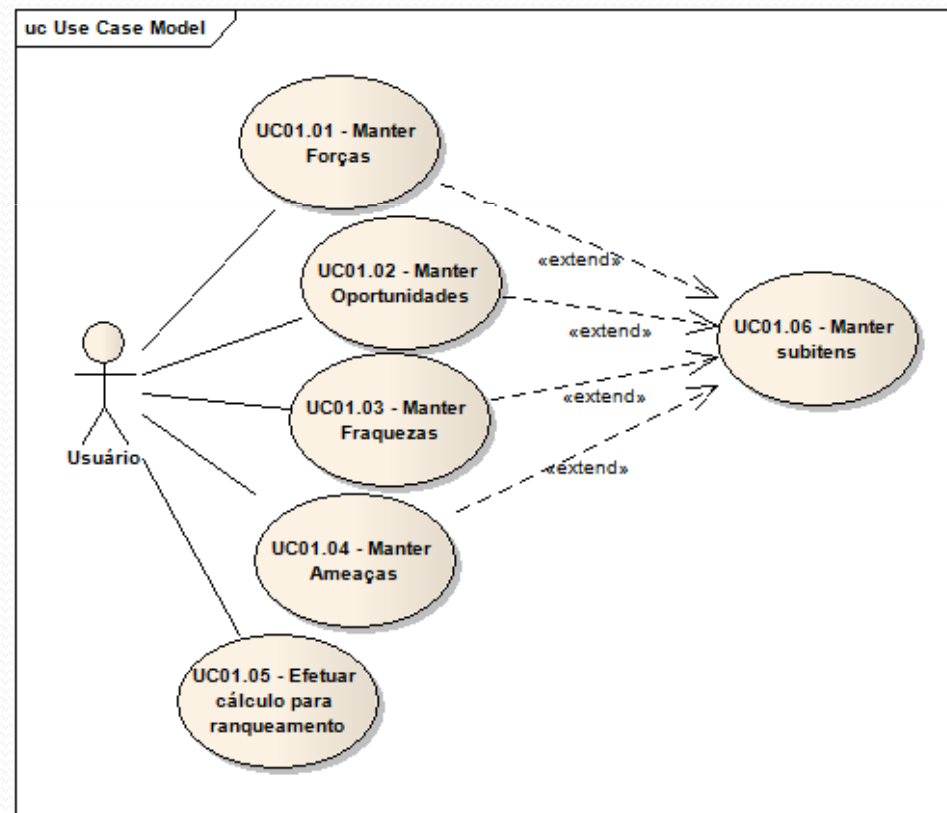
- Principais Requisitos Funcionais:
 - ❖ A ferramenta deverá permitir ao usuário manter área de forças;
 - ❖ A ferramenta deverá permitir ao usuário manter área de fraquezas;
 - ❖ A ferramenta deverá permitir ao usuário manter área de oportunidades;
 - ❖ A ferramenta deverá permitir ao usuário manter área de ameaças;
 - ❖ A ferramenta deverá efetuar o cálculo para o ranqueamento dos itens avaliados em cada uma das áreas;
 - ❖ A ferramenta deverá permitir ao usuário visualizar a análise SWOT dos itens.

Especificações da Ferramenta

- Requisitos não-funcionais:
 - ❖ Somente um usuário terá acesso a ferramenta em área restrita, a qual o mesmo será previamente cadastrado;
 - ❖ A ferramenta será desenvolvida em ambiente PHP versão 5;
 - ❖ O sistema deverá utilizar banco de dados MySQL;
 - ❖ A ferramenta deve ser acessível via browser IE versão 7 ou superior, Google Chrome versão 7 ou Mozilla Firefox 3.6;
 - ❖ A ferramenta deverá conter visualização de tela 1024x768.

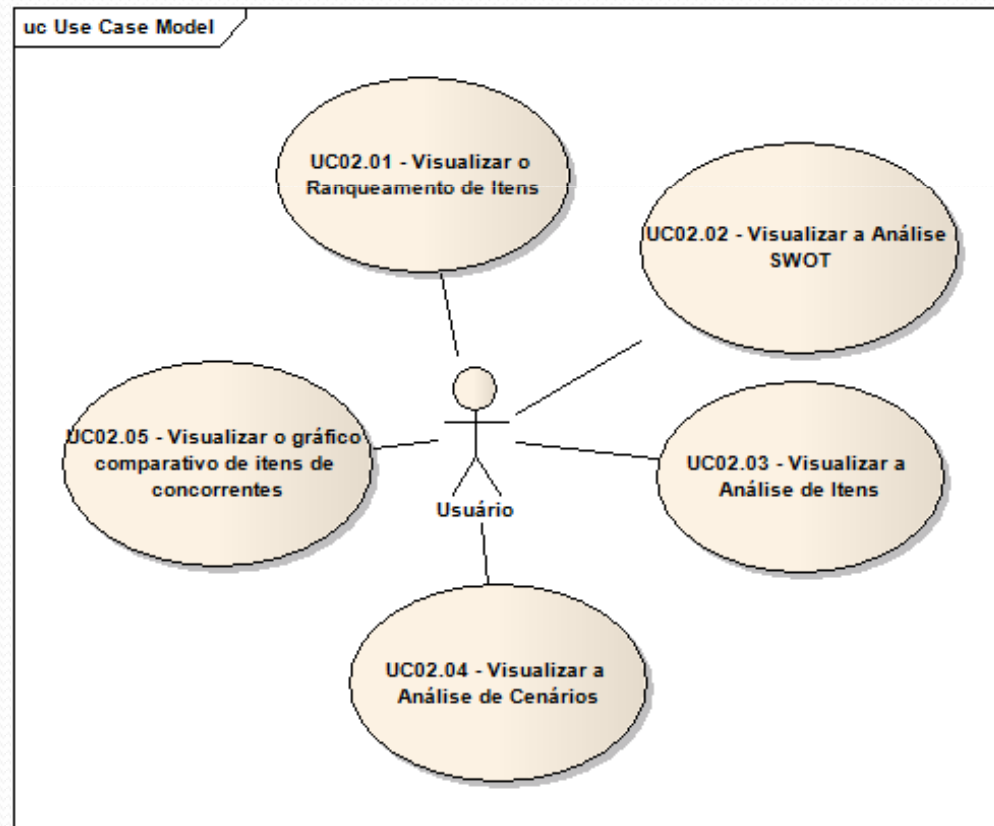
Especificações da Ferramenta

- Diagrama de Caso de Uso do Fluxo Principal:



Especificações da Ferramenta

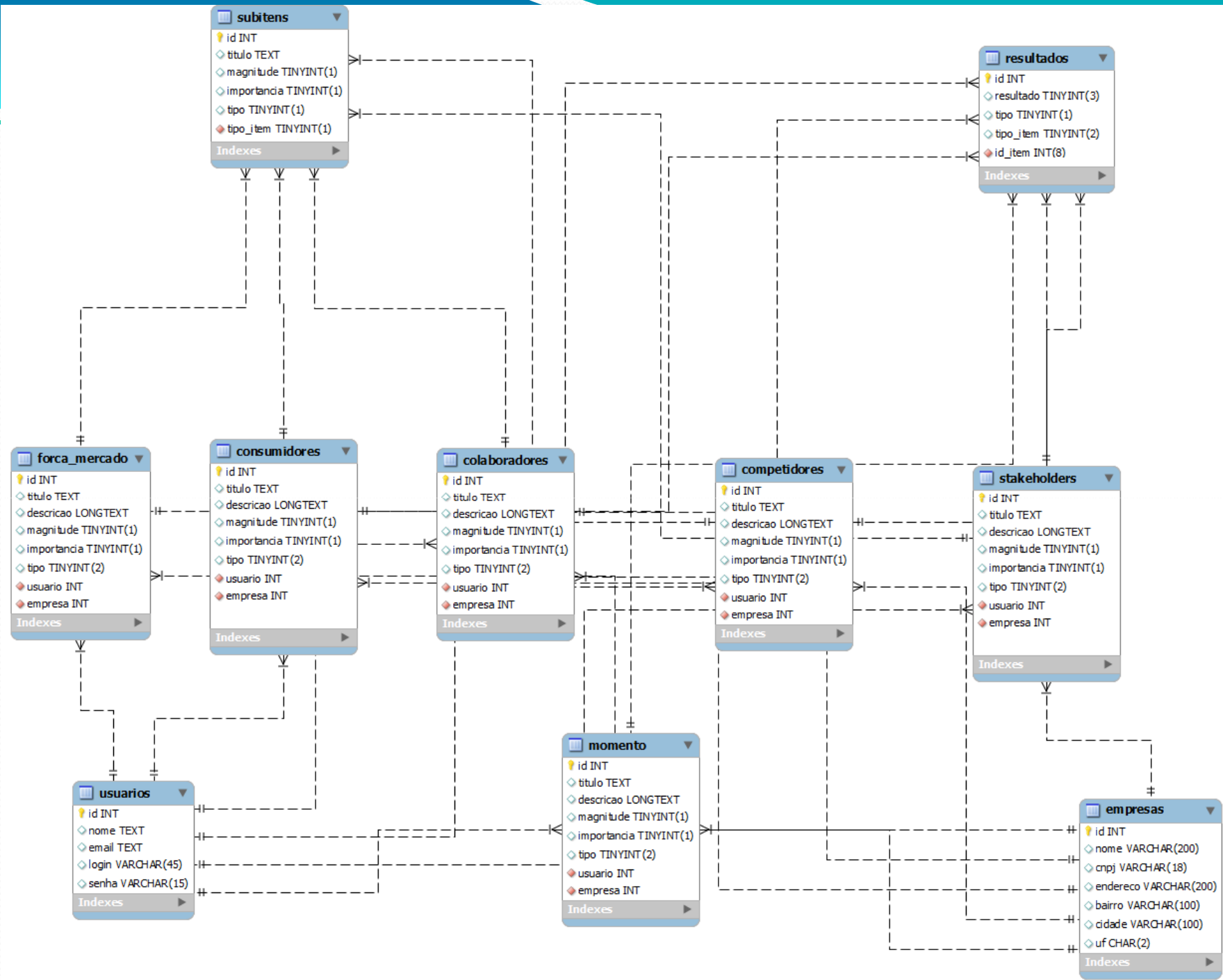
- Diagrama de Caso de Uso das Visualizações:





Especificações da Ferramenta

- Modelo Entidade-Relacionamento (MER):



Desenvolvimento e Operacionalidade da Ferramenta

- Ferramentas utilizadas para o desenvolvimento:
 - ❖ Macromedia Dreamweaver 8;
 - ❖ WAMP 5:
 - ❖ APACHE 2.2.6;
 - ❖ MySQL 5.0.45;
 - ❖ PhpMyAdmin 2.10.1;
 - ❖ PHP 5.2.5.
 - ❖ HTML + CSS + JAVASCRIPT;
 - ❖ MySQL Workbench 5.1;
 - ❖ Enterprise Architect 7.0.

Operacionalidade da ferramenta

- Tela principal da ferramenta

The screenshot shows a web browser window with the following elements:

- Browser Tab:** ANÁLISE SWOT ..
- Address Bar:** localhost:8090/tcc/app/home/home.php
- Search Bar:** Deseja que o Google Chrome salve a sua senha? (Buttons: Salvar senha, Nunca para este site)
- Header:**
 - Logo: S | W | O | T | **ANÁLISE SWOT** | Trabalho de Conclusão de Curso
 - Logo: **FURB** | UNIVERSIDADE REGIONAL DE BLUMENAU
- User Profile:** Alexandre Feustel Baehr
- SAIR** button
- Main Content Area:**
 - Rankejamento dos itens (Icon: 3D bar chart)
 - Análise de itens (Icon: Pie chart)
 - SWOT Matrix:**
 - Top-Left (S): Forças
 - Top-Right (W): Fraquezas
 - Bottom-Left (O): Oportunidades
 - Bottom-Right (T): Ameaças
 - Análise SWOT (Icon: 2x2 grid)
 - Análise de Cenários (Icon: Line graph)
 - Análise da Concorrência (Icon: Trucks)
 - Termômetro da Empresa (Icon: Thermometer)

Operacionalidade da ferramenta

- Tela com o ranqueamento dos itens

The screenshot shows a web browser window displaying a SWOT analysis tool. The page title is "ANÁLISE SWOT" and the subtitle is "Trabalho de Conclusão de Curso". The user is logged in as "Alexandre Feustel Baehr". The main content area is titled "Ranqueamento dos itens" and displays four tables: FORÇAS, FRAQUEZAS, OPORTUNIDADES, and AMEAÇAS. Each table lists items with their Magnitude, Importância, and Resultado.

FORÇAS

Título	Magnitude	Importância	Resultado
Excelente Carteira de Consumidores	3	3	9
Tradição de marca em relação a competidores	3	3	9
Excelente formação profissional de colaboradores	3	3	9
Os fornecedores são pró-ativos nos processos da organização	3	2	6

FRAQUEZAS

Título	Magnitude	Importância	Resultado
Baixa fidelidade à marca	-3	3	-9
Defasagem no departamento de marketing	-3	3	-9
Baixo relacionamento interpessoal entre colaboradores	-3	3	-9
Baixa Integração com o marketing dos fornecedores	-2	2	-4

OPORTUNIDADES

Título	Magnitude	Importância	Resultado
Consumidores dispostos a pagar mais com produtos de qualidade.	3	3	9
Aumento de demanda por produtos do nosso setor	3	3	9
Taxa Alta de Crescimento da Economia Brasileira	2	3	6
Competidores mais receosos em apostar no mercado	3	2	6

AMEAÇAS

Título	Magnitude	Importância	Resultado
Mudança de mentalidade do consumidor	-3	3	-9
Competidores diminuíram o preço	-3	3	-9
Muita oferta de produtos do nosso setor	-2	3	-6
O mercado ainda está oscilante devido a crise	-2	2	-4

At the bottom of the interface, there are three navigation icons: "Análise de itens", "Análise SWOT", and "Análise de Cenários".



Resultados e discussões

- Foco nos itens de relevância da organização;
- Análise minuciosa dos itens, conforme análise do usuário;
- Utilização de linguagem código aberto;
- Diferenciação em relação ao software concorrente no que concerne a quantificação de Magnitude e Importância e ranqueamento de itens.

Conclusão

- São necessários mecanismos que aumentem a competitividade de micro e pequenas empresas (MPEs);
- Necessidade de viabilização do planejamento estratégico de marketing nas MPEs do Vale do Itajaí, bem como implementação na cultura dessas organização;
- Objetivos foram além do proposto, com a inclusão de mais áreas de análises.

Extensões

- Incrementar a ferramenta utilizando dados das vendas, fornecendo um “termômetro” dos produtos ou serviços mais e menos vendidos;
- Integrar a um Sistema de Informação de planejamento estratégico de marketing;
- Maiores possibilidades de uso da Análise de Concorrência, dimensionando suas ações de marketing.



OBRIGADO!