

ANALISE DE MERCADO DA EMPRESA AGROPECUÁRIA PIRAPÓ

BERNARDES, P. V. S¹.; RODRIGUES, L. J.²;

RESUMO

O estudo tem como objetivo analisar os pontos fortes, fracos, ameaças e identificar as oportunidades por meio da matriz SWOT. O diagnóstico empresarial aplicado a empresa de pequeno porte Agropecuária Pirapó, levantou os dados internos e externos a fim de realizar a análise do mercado. A metodologia utilizada foi a pesquisa de campo de caráter qualitativo e o uso da matriz Swot para elaboração de um plano de ação. Pode-se concluir que a pesquisa exerceu um papel de suma importância para o aprimoramento do conhecimento sobre o mercado empresarial e ações para a melhoria e experiência empresarial.

Palavras-chaves: Estudo. Agropecuária. Conhecimento.

ABSTRACT

The study aims to analyze the strengths, weaknesses, threats and identify opportunities through the SWOT matrix and elaboration of the action plan. The business diagnosis applied to small business Agropecuária Pirapó, raised the internal and external data in order to carry out the market analysis. The methodology used was qualitative field research and the use of the Swot matrix to develop an action plan. It can be concluded that research played an extremely important role in improving knowledge about the business market and actions to improve and business experience.

Keywords: Study. Agriculture. Knowledge.

1. INTRODUÇÃO

A Agropecuária Pirapó foi aberta no ano de 2013 pelo fundador Fernando Cavalcante Pelizer, com o intuito de suprir uma demanda de mercado visto que não havia uma agropecuária e pet shop no bairro. Nesse sentido, os moradores tinham que se deslocar para o centro da cidade.

¹ – Pedro Vitor Bernardes. Acadêmico do curso de bacharelado em Administração da Faculdade de Apucarana – FAP. E-mail: pedrovitorb@gmail.com

² – Lucileide Jacinto Rodrigues. Professora do curso de bacharelado em Administração da Faculdade de Apucarana – FAP. E-mail: proflucileidejacinto@gmail.com

A pesquisa consiste na análise do funcionamento da empresa, visando um diagnóstico empresarial com o intuito de compreender os procedimentos relacionados a organização. Nesse sentido, toda organização deve ser observada detalhadamente e analisada para assim compreender sua dimensão, obstáculos, agregar em suas fraquezas e aprender com suas potencialidades.

O processo de observação propiciará apresentar propostas de melhoria ao proprietário, sendo uma delas a melhoria na variedade do banho e tosa e realizar pesquisa de satisfação aos clientes interagindo e buscando alcançar o desejo do cliente e o alcance de metas em longo prazo.

2. OBJETIVO

Analisar os pontos fortes, fracos, ameaças e identificar as oportunidades por meio da matriz SWOT.

3. METODO

De acordo com Lakatos; Marconi (2003) o método é considerado um conjunto de atividades sistemáticas e racionais traçando um caminho a ser seguido para alcançar um objetivo válido e verdadeiro. Para a obtenção de resultados conforme determinados pelo objetivo da pesquisa foi realizado a pesquisa de campo, para conhecer o ambiente, a matriz SWOT.

4. DESENVOLVIMENTO

Para o desenvolvimento realizou-se a análise SWOT, de acordo com Appio e Vieira (2006, p. 127) apud Rossi e Luce (2002, p.3), “a análise SWOT, proposta originalmente por Andrews em 1971, é a combinação da análise do ambiente (externa) e da análise interna”.

Segundo Appio e Vieira (2006, apud Rossi e Luce, 2002), a matriz SWOT enfatiza dois níveis de avaliação uma é a competitiva e a outra é a natureza interna, dentro dela a quatro conceitos, que são eles: oportunidade, que facilita a realização dos objetivos; ameaça, que mostra as dificuldades para realizar os objetivos; ponto

¹ – Pedro Vitor Bernardes. Acadêmico do curso de bacharelado em Administração da Faculdade de Apucarana – FAP. E-mail: pedrovitorb@gmail.com

² – Lucileide Jacinto Rodrigues. Professora do curso de bacharelado em Administração da Faculdade de Apucarana – FAP. E-mail: proflucileidejacinto@gmail.com

forte, é a característica interna da empresa que dá vantagem sobre os concorrentes; ponto fraco, é uma característica interna que gera desvantagem sobre os concorrentes.

Quadro I – Matriz Swot

AMBIENTE INTERNO	AMBIENTE EXTENO
FORÇAS	OPORTUNIDADES
*ENTREGA DE PRODUTOS A DOMICILIO. *BUSCA E LEVA OS ANIMAIS. *PRODUTOS DE OTIMA QUALIDADE.	*ÚNICA AGROPECUARIA E PESHOP DO BAIRRO. *ÚNICO QUE FAZ ATENDIMENTO VETERINARIO DO BAIRRO. *BEM LOCALIZADO.
FRAQUEZAS	AMEAÇAS
*POUCA VARIEDADE EM BANHO E TOSA. *NÃO FAZ ATENDIMENTO CLINICO. (Ex: CIRURGIAS) * NÃO FAZ PESQUISA DE SATISFAÇÃO.	*PESHOP QUE BUSCAM EM OUTROS BAIRROS. *MERCADOS QUE VENDEM RAÇÃO. *COOPERATIVAS QUE VENDEM PRODUTOS PARA COMPO.

Fonte: Autor do trabalho, 2019.

As forças e oportunidades favorecem a empresa tornando-a destaque em relação às demais. A agropecuária oferece a entrega de produtos a domicílio para o cliente. A realização do banho e tosa dos pets acontece na própria agropecuária, porém é um serviço diferenciado, pois fica a cargo de um funcionário buscar os pets em suas residências e entregá-los.

¹ – Pedro Vitor Bernardes. Acadêmico do curso de bacharelado em Administração da Faculdade de Apucarana – FAP. E-mail: pedrovitorb@gmail.com

² – Lucileide Jacinto Rodrigues. Professora do curso de bacharelado em Administração da Faculdade de Apucarana – FAP. E-mail: proflucileidejacinto@gmail.com

Suas fraquezas e ameaças são por ser localizada em um local pequeno não possibilita ter dois veterinários, assim. Quando o veterinário sai para o atendimento em domicílio a agropecuária fica aos cuidados de funcionários .

Mesmo sendo a única agropecuária no distrito, existem alguns produtos que podem ser adquiridos em outras cooperativas, portanto a agropecuária pode trazer produtos de melhor qualidade fazendo como que os clientes não compre em outros lugares.

5. CONCLUSÃO

Através da análise e diagnóstico conclui-se que ocorreram benefícios ao empresário e funcionários, pois foram apresentadas propostas e informações importantes para a empresa, observando possíveis melhorias. A pesquisa contribui para potencializar os processos da empresa e poder melhorar em todos os aspectos, trazendo um melhor serviço para seus clientes e conquistando cada vez mais clientes novos.

REFERENCIAS

APPIO, Jucelia; VIEIRA, Valter Afonso. UMA APLICAÇÃO PRÁTICA DA MATRIZ BCG E ANÁLISE SWOT: UM ESTUDO DE CASO. **Análise Estratégica SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats)**, [s. l.], 2006. Disponível em: <https://www.revistas.unipar.br/index.php/empresarial/article/view/1926/1675>. Acesso em: 6 jul. 2020.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2003.

¹ – Pedro Vitor Bernardes. Acadêmico do curso de bacharelado em Administração da Faculdade de Apucarana – FAP. E-mail: pedrovitorb@gmail.com

² – Lucileide Jacinto Rodrigues. Professora do curso de bacharelado em Administração da Faculdade de Apucarana – FAP. E-mail: proflucileidejacinto@gmail.com

ANALISE DE MERCADO DA EMPRESA AGROPECUÁRIA PIRAPÓ

BERNARDES, P. V. S¹.; RODRIGUES, L. J.²;

RESUMO

O estudo tem como objetivo analisar os pontos fortes, fracos, ameaças e identificar as oportunidades por meio da matriz SWOT. O diagnóstico empresarial aplicado a empresa de pequeno porte Agropecuária Pirapó, levantou os dados internos e externos a fim de realizar a análise do mercado. A metodologia utilizada foi a pesquisa de campo de caráter qualitativo e o uso da matriz Swot para elaboração de um plano de ação. Pode-se concluir que a pesquisa exerceu um papel de suma importância para o aprimoramento do conhecimento sobre o mercado empresarial e ações para a melhoria e experiência empresarial.

Palavras-chaves: Estudo. Agropecuária. Conhecimento.

ABSTRACT

The study aims to analyze the strengths, weaknesses, threats and identify opportunities through the SWOT matrix and elaboration of the action plan. The business diagnosis applied to small business Agropecuária Pirapó, raised the internal and external data in order to carry out the market analysis. The methodology used was qualitative field research and the use of the Swot matrix to develop an action plan. It can be concluded that research played an extremely important role in improving knowledge about the business market and actions to improve and business experience.

Keywords: Study. Agriculture. Knowledge.

INTRODUÇÃO

A Agropecuária Pirapó foi aberta no ano de 2013 pelo fundador Fernando Cavalcante Pelizer, com o intuito de suprir uma demanda de mercado visto que não havia uma agropecuária e pet shop no bairro. Nesse sentido, os moradores tinham que se deslocar para o centro da cidade.

¹ – Pedro Vitor Bernardes. Acadêmico do curso de bacharelado em Administração da Faculdade de Apucarana – FAP. E-mail: pedrovitorb@gmail.com

² – Lucileide Jacinto Rodrigues. Professora do curso de bacharelado em Administração da Faculdade de Apucarana – FAP. E-mail: proflucileidejacinto@gmail.com

A pesquisa consiste na análise do funcionamento da empresa, visando um diagnóstico empresarial com o intuito de compreender os procedimentos relacionados a organização. Nesse sentido, toda organização deve ser observada detalhadamente e analisada para assim compreender sua dimensão, obstáculos, agregar em suas fraquezas e aprender com suas potencialidades.

O processo de observação propiciará apresentar propostas de melhoria ao proprietário, sendo uma delas a melhoria na variedade do banho e tosa e realizar pesquisa de satisfação aos clientes interagindo e buscando alcançar o desejo do cliente e o alcance de metas em longo prazo.

OBJETIVO

Analisar os pontos fortes, fracos, ameaças e identificar as oportunidades por meio da matriz SWOT.

METODO

De acordo com Lakatos; Marconi (2003) o método é considerado um conjunto de atividades sistemáticas e racionais traçando um caminho a ser seguido para alcançar um objetivo válido e verdadeiro. Para a obtenção de resultados conforme determinados pelo objetivo da pesquisa foi realizado a pesquisa de campo, para conhecer o ambiente, a matriz SWOT.

DESENVOLVIMENTO

Para o desenvolvimento realizou-se a análise SWOT, de acordo com Appio e Vieira (2006, p. 127) apud Rossi e Luce (2002, p.3), “a análise SWOT, proposta originalmente por Andrews em 1971, é a combinação da análise do ambiente (externa) e da análise interna”.

Segundo Appio e Vieira (2006, apud Rossi e Luce, 2002), a matriz SWOT enfatiza dois níveis de avaliação uma é a competitiva e a outra é a natureza interna, dentro dela a quatro conceitos, que são eles: oportunidade, que facilita a realização dos objetivos; ameaça, que mostra as dificuldades para realizar os objetivos; ponto forte, é a característica interna da empresa que dá vantagem sobre os concorrentes;

ponto fraco, é uma característica interna que gera desvantagem sobre os concorrentes.

Quadro I – Matriz Swot

AMBIENTE INTERNO	AMBIENTE EXTENO
FORÇAS	OPORTUNIDADES
*ENTREGA DE PRODUTOS A DOMICILIO. *BUSCA E LEVA OS ANIMAIS. *PRODUTOS DE OTIMA QUALIDADE.	*ÚNICA AGROPECUARIA E PETSHOP DO BAIRRO. *ÚNICO QUE FAZ ATENDIMENTO VETERINARIO DO BAIRRO. *BEM LOCALIZADO.
FRAQUEZAS	AMEAÇAS
*POUCA VARIEDADE EM BANHO E TOSA. *NÃO FAZ ATENDIMENTO CLINICO. (Ex: CIRURGIAS) * NÃO FAZ PESQUISA DE SATISFAÇÃO.	*PETSHOP QUE BUSCAM EM OUTROS BAIROS. *MERCADOS QUE VENDEM RAÇÃO. *COOPERATIVAS QUE VENDEM PRODUTOS PARA COMPO.

Fonte: Autor do trabalho, 2019.

As forças e oportunidades favorecem a empresa a tornando destaque com as demais. A agropecuária oferece a entrega de produtos a domicílio para o cliente . A realização do banho e tosa dos pets acontece na própria agropecuária, porém é um serviço diferenciado, pois ficam a cargo de um funcionário buscar os pets em suas residências e entregá-los.

Suas fraquezas e ameaças são por ser localizada em um local pequeno não possibilita ter dois veterinários, assim. Quando o veterinário sai para o atendimento em domicilio a agropecuária fica aos cuidados de funcionários .

Mesmo sendo a única agropecuária no distrito, existem alguns produtos que podem ser adquiridos em outras cooperativas, portanto a agropecuária pode trazer produtos de melhor qualidade fazendo com que os clientes não comprem em outros lugares.

CONCLUSÃO

Através da análise e diagnóstico conclui-se que ocorreram benefícios ao empresário e funcionários, pois foram apresentadas propostas e informações importantes para a empresa, observando possíveis melhorias. A pesquisa contribuiu para potencializar os processos da empresa e poder melhorar em todos os aspectos, trazendo um melhor serviço para seus clientes e conquistando cada vez mais clientes novos.

REFERENCIAS

APPIO, Jucelia; VIEIRA, Valter Afonso. UMA APLICAÇÃO PRÁTICA DA MATRIZ BCG E ANÁLISE SWOT: UM ESTUDO DE CASO. **Análise Estratégica SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats)**, [s. /], 2006. Disponível em: <https://www.revistas.unipar.br/index.php/empresarial/article/view/1926/1675>. Acesso em: 6 jul. 2020.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2003.