

# ANÁLISE MERCADOLÓGICA: INDÚSTRIA E CONFECÇÃO DE ARTIGOS PROMOCIONAIS NO NORTE PARANAENSE

KOVALCZUK, Carolina Ravaneda; GUIMARÃES, Ana Paula; GONÇALVES, Leandro Vicente; MONTEIRO, Eduardo Lemes

**Palavras-chave:** Tomada de decisões. Planejamento Estratégico. Matriz BCG.

## INTRODUÇÃO

A pesquisa apresentada trata-se do diagnóstico empresarial de uma indústria de confecções (bonés e camisetas), identificada pelo nome fictício de ABC Bonés, objeto de estudo abordado na investigação.

A motivação para esta pesquisa surgiu da significativa importância do polo de confecções na região, já que é um dos que mais empregam os brasileiros, de acordo com a Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (ABIT) (2020). Na perspectiva paranaense, a Federação das Indústrias do Estado do Paraná (FIEP) (2022), a indústria têxtil e de confecção é uma das que mais tem gerado empregos no estado, com 1.788 admissões em 2021.

A empresa é sediada em cidade adjacente a Apucarana - PR. Esta última é amplamente reconhecida, em âmbito nacional, como a 'Cidade do Boné', devido a sua importância no ramo têxtil.

Tal fato é reforçado pelo reconhecimento oficial do Arranjo Produtivo Local (APL) pelo Ministério da Indústria e Comércio (2014). Consequentemente, a relevância da pesquisa é notável, especialmente, para as empresas que estão localizadas no Vale do Ivaí, uma vez que podem acessar as análises propostas aqui, como recurso para a tomada de decisões, a partir da matriz BCG (*Boston Consulting Group*), a fim de gerar vantagem competitiva para com seus concorrentes.

## **OBJETIVO**

Sendo assim, o objetivo geral do trabalho foi analisar a matriz BCG dessa indústria, localizada no polo têxtil de referência nacional. Portanto, os objetivos específicos englobaram:

- i. avaliar seu portfólio de produtos e identificar quais contribuem significativamente para os lucros e se tornaram obsoletos;
- ii. alocar recursos eficientemente, propondo estratégias específicas para cada produto apresentado em um determinado quadrante;
- iii. entender a taxa de crescimento de mercado em que operam e adaptar suas estratégias conforme as tendências mercadológicas.

## **MÉTODO**

Para coletar os dados necessários e cumprir com os objetivos estudados, analisou-se qualitativamente o objeto de estudo, por meio da matriz BCG, aplicação de questionários e entrevista com a parte concedente, para compreensão da dinâmica empresarial e resultados de produtos da ABC Bonés.

## **DESENVOLVIMENTO**

De acordo com Kotler e Armstrong (2003), é bastante comum que empresas operem a sua gestão sem ter um plano formal para isso. No entanto, os autores informam que o ato de planejar pode levar ao sucesso das empresas, sejam elas grandes ou pequenas, sendo este um recurso que deve ser utilizado por todos, já que, segundo Kotler e Armstrong (2003, p. 33) “O planejamento encoraja a administração a pensar sistematicamente no que aconteceu, no que está acontecendo e no que acontecerá”.

Sob esse viés, a matriz BCG, segundo Ambrosio e Ambrosio (2005), é uma matriz de crescimento-participação que foi criada por executivos da *Boston Consulting Group* (BCG), sendo usada para “[...] criação de políticas investimento e administração de caixa em empresas que comercializam diversos produtos (diversificadas)” (AMBROSIO; AMBROSIO, 2005, p. 93).

Assim, o modelo é composto por seis elementos essenciais, de acordo com Ambrosio e Ambrosio (2005), sendo:

- 1º. o eixo horizontal, que representa a participação de mercado da empresa em relação ao seu principal concorrente;
- 2º. uma linha que cruza a matriz horizontalmente em  $1,0x$ , em que 'x' representa a participação de mercado desse concorrente;
- 3º. o eixo vertical, que representa a taxa de crescimento do setor, excluindo os efeitos da inflação;
- 4º. uma linha que cruza a matriz verticalmente, definindo um crescimento real de 10%;
- 5º. os quadrantes que compõem a matriz, os quais indicam diferentes oportunidades de investimento com base no fluxo de caixa;
- 6º. os círculos, que simbolizam os produtos e serviços da empresa.

Cada posição dos círculos sugere uma estratégia de investimento distinta. Contudo, segundo Ambrosio e Ambrosio (2005), os componentes mais significantes são os quadrantes, descritos pelos produtos estrelas, vaca leiteira ou gerador de caixa, animal de estimação/abacaxi/cachorro e interrogação.

Nesse sentido, conforme pontuam Ambrosio e Ambrosio (2005), produtos:

- Estrelas: possuem alta participação de mercado e alto crescimento de vendas, embora rentáveis, o fluxo de caixa é praticamente nulo, devido ao alto investimento.
- Vaca leiteira: é um gerador de caixa para a empresa, dada a sua alta participação de mercado e investimento já estabilizado para produção do mesmo, diminuindo seu custo quando comparado aos produtos “estrela”.
- Abacaxi: são aqueles com baixa participação de mercado e com baixa taxa de crescimento, tendo alto custo para o fluxo de caixa. Quando o fluxo de caixa ficar negativo em relação a esse produto, deve-se analisar a retirada dele do mercado, a fim de evitar prejuízos.
- Ponto de Interrogação: são aqueles que apresentam alta taxa de crescimento e participação de mercado ainda muito baixa. Geralmente, são produtos que acabaram de ser lançados no mercado.

Portanto, a matriz BCG da empresa se comportou de acordo com a figura 1.

**Figura 1 – Matriz BCG empresarial**



Fonte: Adaptado do google (2023).

No quadrante mercado com um ponto de interrogação, encontra-se o chapéu de juta, um produto recente com custos de produção elevados e uma demanda ainda limitada. A empresa não tem certeza se este produto será bem-sucedido no mercado.

Por outro lado, o boné se encaixa no quadrante das 'estrelas', pois requer um investimento substancial, mas tem uma alta saída, apesar dos custos fixos mais elevados.

A camiseta, por sua vez, se classifica no quadrante das 'vacas leiteiras', devido aos seus baixos custos de produção e ao fato de ser um dos produtos mais vendidos, garantindo um fluxo constante de caixa para a empresa.

No quadrante 'abacaxi', encontram-se os produtos que saem apenas quando há demanda em grande quantidade. Quando a viabilidade de produção é comprometida, a empresa tem a liberdade de recusar a produção, especialmente em casos de encomendas especiais.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Em suma, a Matriz BCG é uma ferramenta valiosa para orientar as decisões estratégicas, alocar recursos eficientemente e maximizar o desempenho geral dos produtos de uma empresa.

A aplicação desta destaca a pesquisa de campo na gestão e negócios. Ao analisar a participação de mercado e a taxa de crescimento do mercado de diferentes produtos, a ela oferece uma abordagem pragmática para a tomada de

decisões estratégicas. Nesse caso, busca-se identificar a viabilidade de continuar com alguns artigos.

A interpretação cuidadosa dos dados fornecem às organizações uma compreensão profunda de seu portfólio, permitindo alocação eficiente de recursos e planejamento estratégico informado.

## REFERÊNCIAS

AMBROSIO, Aluisio; AMBROSIO, Vicente. **A Matriz BCG Passo a Passo. Revista da Espm**, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 92-102, ago. 2005. Disponível em: <<https://docplayer.com.br/2192124-A-matriz-bcg-passo-a-passo-a-matriz-bcg-revista-da-espm-julho-agosto-de-2005.html>>. Acesso em: 08 set. 2023.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA TÊXTIL E DE CONFECÇÃO (Brasil) (ed.). **MUITO MAIS FORÇA PARA O SETOR E PARA O BRASIL**. 2020. Disponível em: <<https://www.abit.org.br/cont/quemsomos>>. Acesso em: 08 set. 2023.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006. 739 p.

MINISTÉRIO DA INDÚSTRIA E COMÉRCIO. **Plano de desenvolvimento do arranjo produtivo local**: Bonés de Apucarana. Ministério da Indústria e Comércio. Disponível em: <[https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/observatorioapl/biblioteca-apl/planos-de-desenvolvimento-dos-apls/pd\\_pr\\_bones\\_de\\_apucarana-cleaned.pdf](https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/observatorioapl/biblioteca-apl/planos-de-desenvolvimento-dos-apls/pd_pr_bones_de_apucarana-cleaned.pdf)>. Acesso: 08 set. 2023.

NOGUEIRA, Cleber Suckow (org.). **Planejamento Estratégico**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015. 116 p.

PARANÁ. FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO PARANÁ (FIEP). (ed.). **Pela primeira vez no ano, indústria do PR supera geração de empregos de 2021**. 2022. Disponível em: <<https://agenciafiep.com.br/2022/06/29/pela-primeira-vez-no-ano-industria-do-pr-supera-geracao-de-empregos-de-2021/>>. Acesso em: 08 set. 2023.