D.O.I 10.47592/MUNDEC09016022

ARTIGO 4

TÉCNICAS GERENCIAIS EM EMPREENDEDORISMO: aplicação da metodologia SWOT em Startups

Stéfany Machado de Lima[1]
Andrea Caroline Santos Silva Melo[2]
Maria Eugenia R. Araujo[3]

RESUMO
O empreendedorismo tem-se fortalecido no Brasil por meio da abertura de startups. Segundo o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, muitas empresas desaparecem antes dos dois anos de vida devido à ausência de conhecimento de empreendedores sobre metodologias favoráveis ao gerenciamento para lidar com o investimento de modo a torná-lo crescente. A matriz SWOT é a metodologia que permite a empresa olhar para o ambiente em que está circunscrita. Por essa metodologia são verificados os fatores Strengths (Forças), Weaknesses (Fraquezas), Opportunities (Oportunidades) e Threats (Ameaças) para compreender o ambiente interno e externo da empresa, apontando cenários a partir da interação entre esses ambientes e favorecendo a tomada de decisão. O objetivo desta pesquisa é demonstrar como a matriz SWOT pode no momento de criação das startups favorecer a competitividade e continuidade destas. A pesquisa é bibliográfica e descritiva, adota análise de conteúdo e deseja despertar motivação sobre esta metodologia ao levar o leitor a refletir sobre um fenômeno de mercado: a crescente busca pelo empreendedorismo no modo de startups. Como resultado do estudo, afirma-se que o modelo matriz SWOT ajuda o empreendedor em startup, obter eficácia no seu investimento.

Palavras-chave: Empreendedorismo; *Startups;* Contabilidade Gerencial.

ABSTRACT
The opening of Startups has strengthened entrepreneurship in Brazil. According to the Micro and Small Business Support Service, many companies close their doors before two years of life due to entrepreneurs not having the proper knowledge about methodologies that favor management and dealing with the investment in order to make it grow. The SWOT matrix is the methodology that allows the company to look at the environment in which it operates. This methodology verifies the factors Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats to understand the internal and external environment of the company, pointing out scenarios built from the interaction between these environments,favoring decision-making. The objective of this research is to demonstrate how the SWOT matrix can, at the time of Startups creation, favor competitiveness and help its continuity in the long term. This research is bibliographical and descriptive, adopting content analysis and intends to motivate the reader to reflect on this methodology and on a market phenomenon: the growing search for entrepreneurship in the operandi mode of startups. As a result of the study, it is stated that the SWOT matrix model helps entrepreneurs in their Startups to get efficiency in their investments.

Keywords: Entrepreneurship; Startups; Management accounting.

[1] Discente do 7ª período do curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal do Maranhão (UFMA).
E-mail: stefany.lima@discente.ufma.br
[2] Discente do 7ª período do curso de Ciências Contábeis da UFMA.
E-mail: andrea.melo@discente.ufma.br
[3]Docente do curso de Ciências Contábeis da UFMA.
E-mail: eugenia.maria@ufma.br

1 INTRODUÇÃO

Em 2021, conforme dados do Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas-(SEBRAE), o empreendedorismo de micro e pequenas empresas tem sido responsável por 71% da geração de empregos no país[1].

No contexto de criação de novas empresas e novos postos de trabalho refletidos na economia, pela abertura de empresas responsáveis pela comercialização, produção de produtos e serviços, são identificadas variáveis envolvidas no ambiente empresarial. O empreendedorismo se firma em características diferenciadas no mercado, como mudança de paradigma, inovação, identificação de problemas, transformação de ideias em oportunidades, investimento, intensificação de habilidades e competências. O empreendedorismo é um dos pilares do desenvolvimento econômico das sociedades, porque traz possibilidades de inovação que causam mudanças econômicas e sociais as quais desenvolvem benefícios e oportunidades, resultantes da tecnologia.

No crescente empreendedorismo que o Brasil tem alcançado, destacam-se as empresas constituídas como *Startup*. A startup é uma empresa em estágio inicial e na maioria das vezes em processo de concretização e organização das suas atividades, podendo ainda não ter começado as negociações dos seus serviços e/ou produtos, embora já esteja em processo final de instalação (TABORDA, 2006). O foco principal das *startups* está relacionado "[...] à pesquisa, investigação e desenvolvimento de ideias inovadoras" (BARROCA, 2012, p. 22). Por outro lado, as startups não são empresas digitais, o que as define não é o uso de tecnologia, mas o empreendedorismo voltado para novas soluções e novos produtos ainda não existentes no mercado (RIBEIRO; ESPEJO, 2020). Isso justifica o fato de uma grande parcela das startups fazer parte do nicho de mercado em tecnologia, pois os custos em uma empresa do setor de tecnologia são menores durante a sua implantação.

Nessas considerações apresentadas acerca do empreendedorismo e startups, aponta-se como problemático a necessidade de conhecimento que o novo empreendedor precisa identificar em sua estratégia de negócio, o ambiente, cujos fatores internos e externos levam a tomada de decisão. Desse modo, aplicar uma metodologia de estratégia é desafiador para o início de uma atividade empresarial. Entretanto, é necessário considerar

1 Disponível em: https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/tipoconteudo/empreendedorismo.

fatores e características do negócio a ser investido, assim como os limites do próprio investimento, tais como mercado em que se localiza versus recursos disponíveis. Tais fatores são passiveis de controle ou atenção por parte do empreendedor. A partir dessas questões é que a limitação desta pesquisa ocorre, pois muitas ferramentas e modelos de decisões existem na literatura, entretanto a direção da pesquisa é para apontar que a metodologia SWOT aplicada após a abertura de empresa pode apoiar o empreendedor no início da atividade com um padrão estruturado e autorregulado na sua atividade.

Na literatura sobre gerenciamento de negócios, encontra-se a metodologia SWOT Strengths (Forças), Weaknesses (Fraquezas), Opportunities (Oportunidades) e Threats (Ameaças). A elaboração da matriz SWOT é atribuída a Albert Humphrey, da Stanford University, e foi ele quem liderou um projeto de pesquisa nos anos 1960-1970 com base na Fortune 500 dos Estados Unidos. Nessa pesquisa foi encontrada a discrepância de 35% entre as empresas quanto aos seus objetivos e o que era executado por elas (KROUGERUS; TSCHAPPELER, 2017), o que refletiu o comportamento de empresas.

Segundo Porter (1986), o comportamento da empresa deriva da estratégia adotada que está relacionada à estrutura da indústria na qual ela está inserida. O autor ainda acrescenta que a empresa, através de suas tomadas de decisão, pode intervir no significado da indústria e influenciar a concorrência a seu favor, esperando melhor desempenho.

O comportamento de empresas é tratado na abordagem gerencial, razão pela qual os novos empreendedores precisam contar com uma metodologia de análise de cenário que possibilite conhecer o ambiente interno e externo do negócio em que opera para desenvolver no mercado a sua atividade econômica. Por isso, a análise SWOT pode ser experimentada no empreendedorismo.

Nesta pesquisa, os procedimentos metodológicos visam na revisão de literatura sistemática identificar a viabilidade da pesquisa ao reunir na metodologia SWOT as características desse tipo de empresa. Nesse sentido, busca-se o significado que possa favorecer o crescimento recente de startups e aumentar a reflexão e o conhecimento do que já existe na literatura sobre o tema. A pesquisa é bibliográfica e descritiva e adota análise de conteúdo para entender como as startups podem valer-se de modelos para fortalecer o empreendedorismo.

2 OBJETIVOS

A pesquisa tem como objetivo demonstrar e identificar quais fatores compõem a matriz SWOT, que estão presentes nas características das Startups, desde criação das mesmas, e possam favorecer a competitividade e continuidade do negócio.

3 METODOLOGIA

A pesquisa descritiva é conhecida como método de pesquisa observacional, pois nenhuma das variáveis que fazem parte do estudo influencia a análise de conteúdo e não se constitui numa simples técnica, mas é considerada um método analítico em constante revisão que se destaca pela vasta amplitude de estudos, publicações e pesquisas nas diversas áreas das ciências humanas e sociais. A análise de conteúdo aqui aplicada respalda-se em Bardin (2011).

Por esta análise, se buscou pelos fatores da matriz SWOT alinhar as características das startups identificadas como conceito de novas soluções e novos produtos (RIBEIRO,; ESPEJO, 2020), estágio inicial (TABORDA, 2006) voltado à pesquisa, investigação e desenvolvimento de ideias inovadoras (BARROCA, 2012).

Segundo método de Bardin (2011), os conceitos apresentados pela literatura sobre startup são significados nesta pesquisa como características. Os conceitos apresentados na matriz SWOT gerou as categorias de análise. Adotada essa classificação, aplica-se a interação dos fatores da matriz SWOT: ambiente interno composto pelas Forças e Fraquezas relacionadas ao ambiente externo — oportunidades e ameaças.

4 RESULTADO

Feita essa interação entre os ambientes e fatores, percebe-se que na Interação 1, Força e Ameaça, representada pelas características desenvolvimento de ideias inovadoras *versus* estágio inicial da empresa, o desenvolvimento de ideias inovadoras ajuda em novas soluções e redime a ameaça do estágio inicial da empresa. Na Interação 2, Fraquezas, o foco na pesquisa leva a Oportunidade, gerando novas soluções, e pode implicar descobertas ainda que a empresa esteja em estágio embrionário, que tem sido alvo de sucesso nas startups.

Como resultado de aprofundamento na literatura sobre empreendedorismo e análise SWOT em startup, chega-se aos resultados:

1 — O empreendedorismo fortalece a abertura de startups;

2 — A análise SWOT permite visualizar com clareza a startup na sua implementação;

3 — O raciocínio recíproco do ambiente interno com o ambiente externo torna claro como o desempenho de uma startup pode ser desenvolvido.

5 CONCLUSÃO

O empreendedorismo é a base da criação de Startups. A aplicação da metodologia da matriz SWOT levou ao cumprimento do objetivo, pois essa metodologia comprova que pode ser aplicada no momento de criação das startups e ajudar a favorecer a competitividade e a continuidade delas. A partir do estudo realizado, foi possível aplicar o método de análise de conteúdo para entender o significado dos fatores da matriz SWOT. Na interação entre os fatores da matriz SWOT, infere-se que estes são propulsores positivos na aceleração do crescimento do modelo de negócio startups.

A problemática que motivou esta pesquisa foi verificar a necessidade de conhecimento que o novo empreendedor precisa ter para identificar, em sua estratégia de negócio, os fatores internos e externos que influenciam a tomada de decisão no ambiente. Como resposta, infere-se que a análise SWOT permite visualizar com clareza a startup em sua implementação e que a interação entre o ambiente interno e externo da startup torna claro como o desempenho pode ser desenvolvido. Acrescenta-se ainda que, com a atual crise econômica, inúmeras pessoas estão optando por constituir uma empresa e desenvolver atividades com o objetivo de lucro e inovação. Nesse sentido, muitas empresas estão surgindo e desconhecendo as técnicas de gerenciamento, o que pode levá-las a perder a competitividade e, consequentemente, sair do mercado.

REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo.** São Paulo: Edições 70, 2011.

BARROCA. João Pedro Tomásia. **O sucesso das *Startups* em tempos de crise**. 2012. 76 f. Dissertação (Mestrado) - Instituto Universitário de Lisboa, Lisboa, 2012. Disponível em: http://hdl.handle.net/10071/6272. Acesso em: 22 out. 2021.

KROUGERUS, Mikael; TSCHAPPELER, Roman. **O livro da decisão.**1. ed. Rio de Janeiro. Best Busines, 2017.

PORTER, Michael E. **Estratégia Competitiva:** técnicas para análise de indústrias e da concorrência. Rio de Janeiro: Campos, 1986.

RIBEIRO, Alexandre Coradini; ESPEJO, Marcia Maria dos Santos Bortolocci. Controle gerencial em startups: uma revisão sistemática. **Revista Desafio Online**, Campo Grande, v. 10, n. 1, p. 180-199, 2020.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Sebrae incentiva jovens ao universo do empreendedorismo.** Brasília, DF, 2015. Disponível em: http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/Sebrae-incentivajovens-ao-universodoempreendedorismo. Acesso em: 1 set. 2021.

TABORDA, Ana. **O que é uma start up?** [S. l.: s. n.], 2006. Disponível em: http://www.gesentrepreneur.com/pdf/o_que_e_uma_start_up.pdf. Acesso em: 22 out. 2021.