

EMPREENDEDORISMO COMUNITÁRIO E GESTÃO ESTRATÉGICA: UM RELATO DE INTERVENÇÃO TÉCNICA COM A ANÁLISE SWOT

Talyne Almeida da Silva 1

Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão - IEMA
admtalyne@gmail.com

Joanderson Marques Silva 2

Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão - IEMA
marquesjoanderson@hotmail.com

Luciana Costa Leite Rebelo 3

Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão - IEMA
lucianacrl22@hotmail.com

Michael Tayllon Sousa Martins 4

Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão - IEMA
michaeltayllonsm07@gmail.com

Catarina Viana Carneiro 5

Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão - IEMA
carneirocatarina369@gmail.com

RESUMO

Este relato analisa a inovação no empreendedorismo comunitário como estratégia de geração de impacto social em pequenos comércios locais. O estudo teve como objetivo investigar como a aplicação da análise SWOT contribui para a identificação de forças, fraquezas, oportunidades e ameaças nos negócios da comunidade. Metodologicamente, a pesquisa caracteriza-se como exploratória e aplicada, com intervenções práticas realizadas junto aos comerciantes, envolvendo a coleta de dados por meio de entrevistas e observações diretas. A matriz SWOT foi aplicada de forma participativa, permitindo a construção coletiva de diagnósticos estratégicos. Os resultados evidenciam que a utilização da ferramenta proporcionou clareza de práticas inovadoras e sustentáveis que favorecem não apenas o desempenho econômico dos negócios, mas também a geração de impactos positivos. Conclui-se que a articulação entre inovação, empreendedorismo e ferramentas de gestão constitui um caminho viável para o desenvolvimento comunitário e a consolidação de negócios de impacto.

Palavras-chave: Inovação. Empreendedorismo. Análise SWOT.

1. DESCRIÇÃO DO TRABALHO

O trabalho teve como objetivo analisar o papel da inovação e do empreendedorismo comunitário como estratégias de impacto social, por meio da

aplicação da análise SWOT Strengths (Forças), Weaknesses (Fraquezas), Opportunities (Oportunidades) e Threats (Ameaças) nos pequenos comércios do bairro Mutirão em Chapadinha/MA. Buscou-se compreender como essa ferramenta pode auxiliar na identificação de forças, fraquezas, oportunidades e ameaças, contribuindo para o fortalecimento dos negócios locais e para a geração de soluções sustentáveis.

Segundo Ferrell e Hartline (2007) a análise SWOT focaliza fatores internos (forças e fraquezas) e externos (ameaças e oportunidades) derivados da análise da situação que proporcionam à empresa certas vantagens e desvantagens na satisfação das necessidades do mercado alvo. Essas forças, fraquezas, oportunidades e ameaças devem ser analisadas em relação as necessidades do mercado e a concorrência, ajudando a companhia a determinar o que ela faz bem e onde precisa melhorar.

A escolha do tema se justifica pela necessidade de promover o desenvolvimento econômico e social da comunidade, valorizando os pequenos empreendedores e oferecendo instrumentos de gestão que ampliem sua competitividade. A análise SWOT é uma ferramenta acessível e eficaz, capaz de orientar estratégias inovadoras que favoreçam tanto o crescimento econômico quanto impactos positivos no ambiente social e ambiental.

A pesquisa foi conduzida com abordagem exploratória, de natureza aplicada, sendo inicialmente realizada a coleta de dados junto aos comerciantes da comunidade por meio de entrevistas semiestruturadas e observações diretas no ambiente dos empreendimentos. Esse procedimento permitiu uma compreensão mais aprofundada da realidade local e das práticas de gestão adotadas pelos participantes.

Na sequência, procedeu-se à aplicação da matriz SWOT de forma participativa, envolvendo os próprios empreendedores no processo de identificação de seus pontos fortes e fracos, bem como das oportunidades e ameaças presentes no ambiente externo. Essa etapa favoreceu não apenas a sistematização das informações, mas também o desenvolvimento de uma visão mais estratégica por parte dos participantes.

O estudo foi desenvolvido ao longo do primeiro bimestre letivo 2026, no Instituto Estadual de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão (IEMA) e foi realizado pelos estudantes da 2ª série do ensino médio do curso técnico em Administração, da

Unidade Chapadinha/MA, envolvendo a comunidade local e seus comércios, sob orientação docente. A atividade integrou as práticas pedagógicas voltadas ao desenvolvimento comunitário, articulando teoria e prática no campo da inovação e do empreendedorismo.

2. RESULTADOS E IMPLICAÇÕES PARA A ADMINISTRAÇÃO

A aplicação da matriz SWOT, construída de forma participativa pelos estudantes, possibilitou a identificação de aspectos concretos da realidade dos pequenos comércios analisados, evidenciando não apenas percepções gerais, mas elementos diretamente ligados ao funcionamento cotidiano desses empreendimentos.

No âmbito das forças, destacaram-se fatores como o atendimento próximo e personalizado ao cliente, a relação de confiança estabelecida com a comunidade e a flexibilidade na negociação e adaptação de produtos. Observou-se também que, mesmo com estruturas simples, muitos comerciantes demonstram conhecimento prático do seu público, o que favorece a manutenção da clientela. Esses aspectos revelam um potencial competitivo baseado no capital relacional, ainda pouco explorado de forma estratégica.

Figura 1 – Matriz SWOT aplicada à pequenos negócios X análise de comércios locais

Análise Interna		Empresa X	
Forças	- Reconhecida pela qualidade e inovação - Fidelidade com uma base de clientes - Vasta gama de produtos (naturais) - Presença online - Projetos sociais	Fraquezas	- Transição para o digital sem fluidez - Alto custo de produção - Produtos relativamente caros - Dificuldade em atrair públicos - Estratégia digital (pouco desenvolvimento)
Oportunidades	- Expansão da presença no mercado - Atuação global - Fortalecimento do marketing - Valorização de produtos naturais no mercado - Possibilidade de conquistar novos públicos	Ameaças	- Pressão da concorrência - Marcas com produtos semelhantes - Concorrentes com preços mais acessíveis - Concorrência de marcas globais

Análise externa

Fonte: Elaborada pelos estudantes do IEMA/Chapadinha no âmbito da pesquisa (2026).

Em relação às fraquezas, a matriz evidenciou limitações mais específicas, como a ausência de controle financeiro sistematizado, dificuldades na organização do estoque, pouca utilização de estratégias de divulgação e fragilidade no planejamento das atividades. Além disso, foi possível perceber uma dependência significativa da experiência empírica, sem apoio em ferramentas de gestão, o que pode comprometer a tomada de decisão em situações mais complexas, uma vez que muitos pequenos

empreendedores iniciam seus negócios sem preparo gerencial estruturado, o que impacta diretamente sua capacidade de gestão e crescimento (DORNELAS, 2018).

No que se refere às oportunidades, os estudantes identificaram possibilidades relacionadas ao uso das redes sociais para ampliar a visibilidade dos negócios, à valorização do comércio local pela própria comunidade e à criação de parcerias entre comerciantes. Também se destacou o potencial de inovação por meio de pequenas mudanças, como melhorias no atendimento, diversificação de produtos e organização do espaço físico, indicando que a inovação, nesse contexto, está mais associada a práticas acessíveis do que a investimentos elevados.

Por outro lado, as ameaças apontadas incluíram a concorrência com supermercados e grandes estabelecimentos, a oscilação nos preços de fornecedores, a instabilidade econômica e a presença de concorrência informal.

A análise desses elementos, quando sistematizada na matriz SWOT, contribuiu para tornar visíveis aspectos que, muitas vezes, não são percebidos de forma estruturada pelos próprios empreendedores. O processo de construção coletiva da ferramenta também favoreceu o desenvolvimento do pensamento crítico, tanto por parte dos estudantes quanto dos comerciantes envolvidos.

Do ponto de vista das implicações para a Administração, os resultados evidenciam que a utilização de ferramentas simples, como a análise SWOT, pode gerar impactos significativos quando aplicada de maneira contextualizada e participativa. A experiência demonstra que a gestão não deve ser compreendida como um conjunto de práticas distantes da realidade dos pequenos negócios, mas como um instrumento acessível e fundamental para sua organização e crescimento.

Por fim, os resultados indicam que o fortalecimento dos comércios locais não depende exclusivamente de grandes investimentos, mas da capacidade de organização, planejamento e adaptação às condições do ambiente.

REFERÊNCIAS

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2018.

FERRELL, O.C.; HARTLINE, Michael D. **Estratégia de Marketing**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2007.