

## APRESENTAÇÃO E A APLICABILIDADE DA FERRAMENTA MATRIZ SWOT

**Patrick Francisconi de Melo**

Graduando em Administração pela UniEVANGÉLICA-GO  
[Patrick\\_f\\_melo@hotmail.com](mailto:Patrick_f_melo@hotmail.com)

**Jair José de Oliveira Neto**

Graduando em Administração pela UniEVANGÉLICA-GO  
[administrativo@codigoz.com.br](mailto:administrativo@codigoz.com.br)

**Me. Juliana Luiza Moreira Del Fiaco**

Profª Orientadora- UniEVANGÉLICA-GO  
[Juliana.fiaco@unievangelica.com.br](mailto:Juliana.fiaco@unievangelica.com.br)

### Resumo

Este trabalho é resultado de um estudo sobre a ferramenta Análise de Swot, desenvolvido na disciplina de Atividades Interdisciplinares VIII sob orientação da professora Juliana Luiza. O trabalho foi realizado por meio de pesquisa bibliográfica e os resultados mostraram a eficiência de aplicação dessa ferramenta em atividades de gestão.

Palavras-chave: ferramentas, qualidade, Matriz Swot

### 1. INTRODUÇÃO

Criada por Albert Humphrey, consultor em gestão do instituto de pesquisas da Universidade de Stanford na década de 1960, a matriz ou análise SWOT estuda os ambientes internos e externos da organização através de quatro principais variáveis: Strengths (forças); Weaknesses (fraquezas); opportunities (oportunidades) e threats (ameaça).

A análise SWOT é uma ferramenta usada para a realização de análise de ambiente e serve de base para planejamentos estratégicos e de gestão de uma organização. A SWOT serve para posicionar ou verificar a situação e a posição estratégica da empresa no ambiente em que atua. (MCCREADIE, 2008).

Segundo Kotler (2006), uma coisa é perceber oportunidades atraentes, outra coisa é ter capacidade de tirar o melhor proveito delas. Cada negócio precisa avaliar periodicamente suas forças e fraquezas internas. Para assim, ter a condição de atuar efetivamente em cada um desses pontos.

No presentecaso, a SWOT foi utilizada para um plano anual de marketing, serviu para nortear as ações na organização, entender seu público-alvo e principalmente sua posição diante de seus concorrentes, como essa relação seria uma oportunidade ou uma ameaça e o que fazer para melhorar, tanto na visão externa e interna.

Foi uma experiência marcante tanto para a empresa quanto para quem aplicou por se tratar da primeira ferramenta de gestão e análise implementada na organização que é familiar e ainda muito pequena, e na visão de aluno do curso de Administração foi importante, também poder tangibilizar os ensinamentos até ali adquiridos. A análise SWOT foi exercitada no terceiro período do curso e foi fundamental para o aprendizado e aplicação de outras ferramentas e práticas de gestão estratégica

## **2. REFERENCIAL TEÓRICO**

As avaliações estratégicas realizadas a partir da matriz SWOT são muito usadas em gestões estratégicas competitivas. Basicamente trata-se de relacionar ameaças e oportunidades do ambiente externo e as forças e fraquezas do ambiente interno. Tal ferramenta tem se tornado essencial para toda e qualquer organização independente de seu tamanho, no que tange ao seu planejamento de curto ou longo prazo. As quatro zonas servem como indicadores da situação da organização. Como é mostrado na figura abaixo. Segundo Chiavenato e Sapiro (2003), sua função é cruzar as oportunidades e as ameaças externas à organização com seus pontos fortes e fracos.

**Figura 1:** Análise SWOT



**Fonte:** Adaptado de SILVA (2009)

O ambiente interno é de suma importância para que a organização conheça suas forças (são vantagens internas da organização em relação aos concorrentes) e suas fraquezas (são as desvantagens internas da organização em relação aos concorrentes). (OLIVEIRA, PEREZ, SILVA, 2005).

Já o ambiente externo permite que a organização possa conhecer e monitorar suas oportunidades (pontos positivos da organização que auxilia para o crescimento da vantagem competitiva) e suas ameaças (pontos negativos da organização que auxilia para a compreensão da vantagem competitiva).

Para Martins (2006), a análise SWOT é uma das práticas mais comuns nas empresas voltadas para o pensamento estratégico e marketing, é algo relativamente trabalhoso de produzir, contudo a prática constante pode trazer ao profissional uma melhor visão de negócios, afinal de contas, os cenários onde a empresa atua estão sempre mudando. Contudo a análise feita a partir dos levantamentos apresentados pela matriz, traz ao administrador uma visão objetiva de seu negócio e também uma visão similar de quem está fora do negócio uma visão as vezes do consumidor e dos stakeholders. Por isso muitas vezes as análises SWOT estão associadas a planos de marketing.

### **3 METODOLOGIA**

Com objetivo da aplicação da análise SWOT como ferramenta de gestão estratégica na organização, foi utilizado de pesquisa bibliográfica no presente trabalho, que caracterizada de acordo com Boccato (2006, p. 266) a pesquisa bibliográfica busca a resolução de um problema (hipótese) por meio de referenciais teóricos publicados, analisando e discutindo as várias contribuições científicas.

Segundo Fachin (2006) a pesquisa bibliográfica em termos genéricos, é um conjunto de conhecimentos reunidos em obra de toda natureza. Tem como finalidade conduzir o leitor à pesquisa de determinado assunto, proporcionando o saber.

Também foi aplicada pesquisa de campo, utilizando questionário não estruturado com 10 entrevistados e análise qualitativa dos dados para aplicação dos fatores externos na SWOT.

### **4 RESULTADOS**

#### **Apresentação da Empresa:**

Criada em 2000, em Anápolis Goiás, a Boot Wear é uma marca voltada para o público que valoriza bom gosto e tradição.

Qualidade, estilo e durabilidade. Os três pilares da Boot Wear representam o estilo da marca, voltada para o público que deseja conforto e qualidade, mas sem deixar de lado a beleza e as novas tendências mundiais.

Temos linhas direcionadas pra homens, mulheres, adolescentes, crianças e bebês. Todos os modelos são fabricados em couro legítimo com peles selecionadas, e pensando no seu bem-estar, nós fazemos pesquisas de materiais para sempre oferecer o que há de melhor.

Nossa marca produz calçados nos estilos mais diversos, temos produtos específicos para serviço e trabalhos pesados, botas country's do cano baixo e alto masculinas e femininas, botinas para uso diário, botinas sociais com sola de couro, botinas e sapatos com "sistemas anti-stress" ou "24 horas", boots para motociclistas e passeios na natureza, coturnos e botas militares para

SAMU, bombeiros, polícia militar, vigilantes e também botinas e botinhas para bebês e recém-nascidos.

Todos nossos produtos são fabricados dentro do mais rígido controle de qualidade isso garante a você e seus pés uma vida útil, saudável e com qualidade. Porque a Boot Wear quando faz um calçado, faz pensando em você!

**Figura 2:** Análise SWOT aplicada na empresa Boot Wear

	Potencialidades	Fragilidades
<b>AMBIENTE INTERNO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Não possui dívidas.</li> <li>- Produto de qualidade.</li> <li>- Desburocratizada.</li> <li>- Maquinário de ponta.</li> <li>- Mão de obra qualificada.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Atraso na entrega</li> <li>- Espaço físico</li> <li>- Informalidade</li> </ul>
<b>AMBIENTE EXTERNO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Poder de barganha</li> <li>- Concorrentes.</li> <li>- Demográfico.</li> <li>- Sócio cultural.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fatores naturais, econômicos e políticos legais.</li> <li>- Mão de obra.</li> <li>- Concorrência</li> </ul>
	<b>Oportunidades</b>	<b>Ameaças</b>

**Fonte:** Resultados de pesquisa (2019)

**Empresa:**

- **Potencialidades:**
  - Não possui dívidas, pois tem a política de comprar sempre à vista e trabalhar com o próprio capital.

- Possui produtos de qualidade, pois tem como filosofia de trabalho e missão entregar ao mercado o que há de melhor dentro do seu ramo.

- É uma empresa desburocratizada, pois possui poucos funcionários e parte da liderança composta por familiares.

- Possui um maquinário de ponta, pois para se obter produtos de qualidade é preciso ter também boas condições de trabalho

- A mão de obra é qualificada visando também a qualidade do produto.

- **Fragilidades:**

- Há um atraso na entrega devido à falta organização no recebimento dos pedidos e falta de prioridade na entrega.

- A empresa por enquanto é localizada no mesmo local de sua fundação, local onde já foram realizadas inúmeras ampliações, mas ainda é longe do ideal.

- A empresa acaba sendo informal pelos mesmos motivos de ser desburocratizada, poucos funcionários e parte familiar.

**Mercado:**

- **Oportunidades:**

- Possui em certo poder de barganha por sempre comprar à vista, ter qualidade e estar a um bom tempo no mercado.

- Os concorrentes acabam sendo uma oportunidade devido ao poder de barganha e a qualidade superior.

- Fator demográfico se torna uma oportunidade pois a fábrica está localizada no centro do país entre duas grandes capitais.

- Nas regiões onde a fábrica mais atua ocorrem varia festa de rodeios e folias que estão ligadas aos principais produtos da marca.

- **Ameaças:**

- Fatores naturais e econômicos podem ser ameaças pelo fato que as matérias primas ou depende diretamente da estabilidade do clima ou por exemplo da cotação dólar e poder de compra das populações.

- A mão de obra se torna uma ameaça pois apesar da empresa estar bem localizada na visão de venda e escoamento de mercadoria, está longe dos

polos calçadistas do país onde há um número muito maior de trabalhadores do ramo.

- Há no ramo alguns concorrentes que compartilham da mesma filosofia de trabalho e possuem também produtos de qualidade e competitivos

## **CONCLUSÃO**

No presente trabalho pode-se concluir que a ferramenta apresentada e utilizada traz a quem aplica uma visão geral da organização, de seus departamentos e também de todo o macro ambiente em que empresa está inserida, evidenciando as forças, fraquezas, potencialidades e fragilidade.

Nos resultados vemos que a empresa estuda apresenta fragilidades e fraquezas em seus aspectos de estrutura física, planejamentos, e mão de obra. E têm como suas oportunidades e forças sua qualidade dos produtos, capital de giro e posição geográfica. Analisando os resultados obtidos na aplicação da análise SWOT fica evidente como a ferramenta engloba toda a empresa e o cenário externo.

## **REFERENCIAS**

BOCCATO, Vera Regina. **Metodologia da pesquisa bibliográfica na área odontológica e o artigo científico como forma de comunicação**. Revista de Odontologia da Universidade Cidade de São Paulo, São Paulo, 2006.

CHIAVENATO, Idalberto; SAPIRO, Arão. **Planejamento Estratégico: fundamentos e aplicações**. 13ª tiragem. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

FACHIN, Odilia. **Fundamentos de metodologia**. 5. ed. [rev.] - São Paulo: Saraiva, 2006.

KOTLER, P. KELLER, K. L., **Administração de marketing**. 12. Ed. São Paulo: Pearson Hall, 2006.

MARTINS, Leandro. **Marketing: Como se tornar um profissional de sucesso**. São Paulo: Digerati Books, 2006.

MCCREADIE, Karen. **A Arte da Guerra SUN TZU: uma interpretação em 52 ideias brilhantes**: 1. ed. São Paulo: Globo, 2008.

OLIVEIRA, L. M.; PEREZ JR., J. H.; SILVA, C. A. S. **Controladoria Estratégica**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2005.