

*LINO, Brenda Carolina.
*CARMO, Diego Vicente.
*SILVA, Franciele Andrade.
*SILVA, Laís Bernardes.
**GRASSI, Jose Augusto.

brendacarolina.lino@gmail.com.br
diego.vicente.cafe@hotmail.com.br
francieleandrade15@yahoo.com.br
laisbernardes@gmail.com.br
jose.grassi@gmail.com

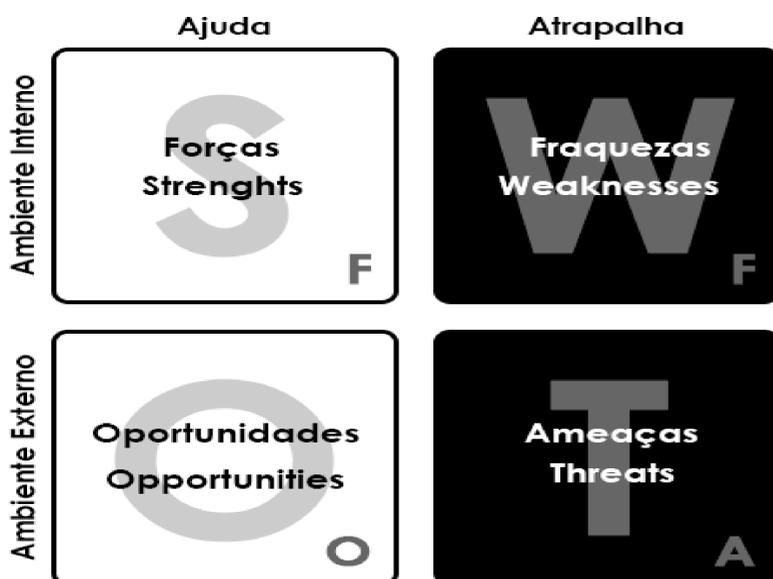
*Acadêmico Curso de Administração de Empresas
*Acadêmico Curso de Administração de Empresas
*Acadêmico Curso de Administração de Empresa
*Acadêmico Curso de Administração de Empresas
**Docente Curso de Administração de Empresas

INTRODUÇÃO

Diante da complexidade no cenário empresarial, é cada vez maior o número de empresas que buscam ferramentas e técnicas administrativas que auxiliem no processo gerencial.

Devido à importância econômica das pequenas e médias empresas e as dificuldades em se fortalecer no mercado competitivo, foi criada a análise SWOT que é uma ferramenta de gestão empresarial utilizada para o estudo interno e externo da empresa, identificando seus pontos fortes e fracos, oportunidades e ameaças às quais ela está exposta.

(CHIAVENATO et al., 2004) A análise SWOT minimiza os riscos de insucesso das ações organizacionais, fazendo com que a força de trabalho do gestor não apareça somente no operacional, mas também na área estratégica, evidenciando fatores importantes que de um modo geral passam despercebidos pelos mesmos



DESENVOLVIMENTO

Ela pode ser desenvolvida da seguinte forma, com o estudo do ambiente interno e externo.

De acordo com Rezende (2008), as forças ou pontos fortes da organização são as variáveis internas e controláveis que propiciam condições favoráveis para a organização em relação ao seu ambiente. São características ou qualidades da organização, que podem influenciar positivamente o desempenho da organização.

As fraquezas são consideradas deficiências que inibem a capacidade de desempenho da organização e devem ser superadas para evitar falência da organização (MATOS, MATOS, ALMEIDA, 2007).

Conforme Martins (2007), são aspectos mais negativos da empresa em relação ao seu produto, serviço ou unidade de negócios. Devem ser fatores que podem ser controlados pela própria empresa e relevantes para o planejamento estratégico.

Para Martins (2007), oportunidades são aspectos mais positivos do produto/serviço da empresa em relação ao mercado onde está ou irá se inserir. São fatores que não podem ser controlados pela própria empresa e relevantes para o planejamento estratégico.

(REZENDE, 2008) As oportunidades para a organização são as variáveis externas e não controladas, que podem criar as condições favoráveis para a organização, desde que a mesma tenha condições ou interesse de utilizá-las.

As ameaças são situações ou fenômenos externos, atuais ou potenciais, que podem prejudicar a execução de objetivos estratégicos (CALLAES, BÔAS, GONZALES, 2006).

(MARTINS, 2007) Ameaças são aspectos mais negativos do produto/serviço da empresa em relação ao mercado onde está ou irá se inserir. São fatores que não podem ser controlados pela empresa e são relevantes para o planejamento estratégico.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Planejamento Estratégico vem acrescentar à gestão das empresas trazendo informações internas e externas para que, tanto a alta gerência quanto os colaboradores possam se orientar diante do mercado de trabalho fazendo que tome atitudes proativas perante seus concorrentes. Nesta visão a análise SWOT se torna uma ferramenta de extrema necessidade dentro do planejamento estratégico das empresas, pois analisa seus pontos fortes, pontos fracos oportunidades e ameaças, fazendo com que a empresa conheça a sua verdadeira situação no mercado e no que será preciso concentrar suas formas para sobreviver no mercado.

Com o auxílio da Análise SWOT, obtém-se um simples e eficiente caminho para o desenvolvimento de estratégias cruciais para a sobrevivência e crescimento de qualquer empresa.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CHIAVENATO, Idalberto; SAPIRO, Arão. Planejamento Estratégico: fundamentos e aplicações. 1. ed. 13ª tiragem. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- REZENDE, Denis Alcides. Planejamento Estratégico para Organizações: públicas e privadas. 1. ed. Rio de Janeiro: Brasport, 2008.
- MATOS, José Gilvomar R.; MATOS, Rosa Maria B.; ALMEIDA, Josimar Ribeiro de. Análise do Ambiente Corporativo: do caos organizado ao planejamento. 1. ed. Rio de Janeiro: E-papers, 2007.
- MARTINS, Marcos Amâncio P. Gestão Educacional: planejamento estratégico e marketing. 1. ed. Rio de Janeiro: Brasport, 2007.
- planejamento. 1. ed. Rio de Janeiro: E-papers, 2007.
- CALAES, Gilberto Dias.; VILLAS BÔAS, Roberto C; GONZALES, Arsenio. Planejamento Estratégico, Competitividade e Sustentabilidade na Indústria Mineral: dois casos de não metálicos no Rio de Janeiro. 1. ed. Rio de Janeiro: Cyted, 2006.