

**UNICESUMAR - CENTRO UNIVERSITÁRIO DE MARINGÁ**  
**CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS TECNOLÓGICAS E AGRÁRIAS**  
**CURSO DE GRADUAÇÃO EM ENGENHARIA DE PRODUÇÃO**

**ANÁLISE SWOT COMO FERRAMENTA ESTRATÉGICA EM UMA EMPRESA DO  
RAMO LOGÍSTICO DE GRÃOS**

**EDUARDA FERNANDA DOMINGUES**

MARINGÁ – PR

2019

Eduarda Fernanda Domingues

**ANÁLISE SWOT COMO FERRAMENTA ESTRATÉGICA EM UMA EMPRESA DO  
RAMO LOGÍSTICO DE GRÃOS**

Artigo apresentado ao Curso de Graduação em Engenharia de Produção da UNICESUMAR – Centro Universitário de Maringá como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel(a) em Engenharia de Produção sob a orientação do Prof. Especialista Anderson Rodrigues.

MARINGÁ – PR

2019

**FOLHA DE APROVAÇÃO**  
**EDUARDA FERNANDA DOMINGUES**

**ANÁLISE SWOT COMO FERRAMENTA ESTRATÉGICA EM UMA EMPRESA DO  
RAMO LOGÍSTICO DE GRÃOS**

Artigo apresentado ao Curso de Graduação em Engenharia de Produção da UNICESUMAR – Centro Universitário de Maringá como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel(a) em Engenharia de Produção, sob a orientação do Prof. Especialista Anderson Rodrigues.

Aprovado em: \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_.

BANCA EXAMINADORA

---

Mestre Leandro Thiago Loureiro – Unicesumar

---

Especialista Anderson Rodrigues – Unicesumar

---

# **ANÁLISE SWOT COMO FERRAMENTA ESTRATÉGICA EM UMA EMPRESA DO RAMO LOGÍSTICO DE GRÃOS**

Eduarda Fernanda Domingues

## **RESUMO**

O presente artigo tem como objetivo demonstrar a importância do modelo de Qualidade em uma empresa do ramo logístico de grãos, como, parte estratégica na tomada de decisão. Para isto, utiliza como ferramenta de análise o modelo SWOT através da sua vertente TWOS. A qual se fundamenta no cruzamento de dados obtidos a partir de informações levantadas como referencial de tomada de decisão. Isto porque, tal método permite visualizar as potencialidades e fragilidades em que se apresenta a organização no momento estudado, permitindo assim, apresentar ações concretas que intentam o crescimento, sustentabilidade e desenvolvimento da mesma. Facilitando a visão final através da análise dos gestores da empresa em relação a sua demanda atual e a possibilidade de expansão.

**Palavras-chave:** Qualidade, Ferramentas da qualidade, análise crítica, resultados, interno e externo

## **SWOT ANALYSIS AS A STRATEGIC TOOL IN A LOGISTICS COMPANY**

### **ABSTRACT**

This article aims to link the quality in the company as a strategic part in decision making and present the characteristics of the SWOT analysis tool applied in a logistics company, explains its TWOS aspect where it is based on the intersection of information raised for decision making and was used in data collection in the given company. It also presents the most common method of use of the tool, the result obtained from its application, its main action aimed at the growth and development of the organization and the view of the company's managers about the tool.

**Keywords:** Quality, Quality Tools, Critical Analysis, Results, Internal and External

## 1 INTRODUÇÃO

A Qualidade é uma peça fundamental em uma organização e pode ser definida de várias formas. Todavia, há um consenso entre os autores em definir Qualidade como: uma área estratégica que visa os objetivos da empresa traçando métodos eficientes que buscam melhores resultados. Vejamos abaixo o que apresentam a literatura sobre o assunto.

Conforme (FREITAS, 2009), alguns dos grandes autores definiram qualidade da seguinte forma:

Segundo FEIGENBAUM (1994), "Qualidade é a correção dos problemas e de suas causas ao longo de toda a série de fatores relacionados com marketing, projetos, engenharia, produção e manutenção, que exercem influência sobre a satisfação do usuário."

Segundo JURAN (1992), "Qualidade é ausência de defeitos";

Segundo CROSBY (1986), "Qualidade é a conformidade do produto às suas especificações."

Segundo DEMING (1993), "Qualidade é tudo aquilo que melhora o produto do ponto de vista do cliente".

Segundo ISHIKAWA (1993), "Qualidade é desenvolver, projetar, produzir e comercializar um produto de qualidade que seja econômico, mais útil e sempre satisfatório para o consumidor."

Porém, Qualidade se trata também de uma área subjetiva, pois se adequa conforme a sua determinação. Um exemplo simples desta subjetividade é a sua aplicação dentro dos processos produtivos e nos processos de serviço.

A qualidade voltada a produto e a processo possui um diferencial considerado simples, porém, na prática as dinâmicas são relativamente diferentes. Segundo (GOMES, 2004), a qualidade é fácil de reconhecer, mas é difícil definir, desta forma, a definição varia conforme a missão, visão e valores da empresa baseado no que foi pré-estabelecido para atender o seu respectivo cliente. Já a Qualidade em Serviços "é intangível, não pode ser armazenado, não pode ser inspecionado, não tem tempo médio de vida, envolve relacionamento entre pessoas" (MARTINS J. A., 2012), sendo assim se difere da qualidade de produto que possibilita todas essas atividades.

Em ambas as circunstâncias, podemos notar que o foco sempre está voltado para o cliente, portanto, é papel da Qualidade quanto a gestão assegurar que os clientes sejam atendidos de forma satisfatória, "a Gestão da Qualidade Total é um processo que envolve o monitoramento e a avaliação do alcance de objetivos, utilizando métodos de medição da melhoria e da verificação do funcionamento das ações de processo" (BOHAN, 1994)

Para que haja uma especificação desses objetivos e como deverão ser alcançados através de ações, pode-se utilizar uma ferramenta simples e prática que se aplica neste contexto

e não possui distinção entre produto ou serviço. A análise SWOT<sup>1</sup> (ou matriz FOFA) que, quando aplicada na organização consegue extrair através da visão dos gestores e diretores quais são as principais ações que deverão ser tomadas para que consigam atender as expectativas dos seus clientes e conseqüentemente melhorar os seus resultados. O que justificou a escolha desse método para a análise deste trabalho, o qual teve como objetivo demonstrar a importância do modelo de Qualidade em uma empresa do ramo logístico de grãos, como, parte estratégica na tomada de decisão.

## **2 DESENVOLVIMENTO**

### **2.1. METODOLOGIA**

Como metodologia entende-se os procedimentos de coleta e análise de dados e os materiais que levam à obtenção dos resultados (Roth, 2010). Sendo assim este trabalho analisou os pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças referentes a empresa do ramo de transporte de grãos a partir de uma abordagem quantitativa, apresentando a quantidade de fatores que podem influenciar a empresa e que só foi possível após a aplicação do método de análise SWOT, que quando aplicado, permite visualizar o levantamento dos principais pontos de impacto na empresa bem como realizar o cruzamento das informações permitindo a elaboração do plano de ação.

O estudo também foi desenvolvido a partir de pesquisa bibliográfica, que buscou compreender como deveria ser realizada a aplicação da ferramenta buscando sua excelência nas perspectivas dos autores Jason Bonham, Markus Hofrichter, Heinz Wehrich, entre outros.

Dessa forma, considerando que este trabalho utilizou o cruzamento de informações quantitativas através do método SWOT associadas com as constatações da pesquisa bibliográfica, o modelo de abordagem utilizado para a pesquisa definiu-se quali-quantitativo, pois, apresenta quantidade de itens a serem tratados e a qualidade que os mesmos deverão apresentar perante as ações propostas.

Por fim, este artigo foi dividido em três sessões: a primeira se trata da parte introdutória e metodológica, a segunda se refere ao referencial teórico e a parte final os resultados. Tendo como principal resposta a urgência por parte do local estudado em originar estratégias

---

<sup>1</sup> SWOT: Um conjunto de quatro palavras: "Strengths", "Weaknesses", "Opportunities" e "Threats". Traduzidas para o português, elas significam "Forças", "Fraquezas", "Oportunidades" e "Ameaças".

tecnológicas de comunicação entre cliente e empresa que possam otimizar os processos. O que portará a empresa redução de tempo e custo e consequentemente aumento de produtividade e ganho.

## 2.2. REFERENCIAL TEÓRICO

Com o passar do tempo as empresas começaram a enxergar e entender a importância sobre a efetividade e eficiência da gestão de informações e o que isto pode proporcionar para as mesmas, desta forma, a estruturação das ferramentas que abrangem este assunto vem ganhando espaço perante as organizações visando desenhar suas estratégias empresariais. Porém, encontrar uma ferramenta que contempla qualquer ramo e/ou atividade exercida se torna cada vez mais difícil sendo que a diversidade aumentou consideravelmente com todo o desenvolvimento em que vivemos.

Criada por dois professores da Harvard Business School: Kenneth Andrews e Roland Christensen (FERREIRA, 2009) a análise SWOT tem por objetivo realizar uma análise crítica referente ao ambiente interno e externo da empresa, sendo assim se adequando em qualquer ramo e/ou atividade, pois, todas as organizações possuem essas informações, bastam serem mensuradas. O termo SWOT é o acrônimo para Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats que quando traduzimos para o português temos a sigla FOFA que significa Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças (PAULA, 2015).

A ferramenta de análise SWOT é excelente para que se desenvolva e se entenda uma organização, situação ou processo decisório de todos os tipos de negócio, em nível corporativo ou pessoal (HOFRICHTER, 2017) e quando realizada, pode proporcionar uma visão ampla sobre a organização trazendo assim uma estrutura consolidada para determinação de ações e tomada de decisões.

A ferramenta pode ser utilizada de várias formas desde a mais simples até a mais elaborada que não interferirá no seu resultado final, apenas poderá acrescentar informações e alterar o tipo de aplicação. Na imagem I, apresenta o modelo simples de aplicação.

### **Imagem 1: Modelo de SWOT simples**



Fonte: Site <https://rockcontent.com/blog/como-fazer-uma-analise-swt/>

A análise do ambiente externo ou análise de macroambiente visa identificar as oportunidades e ameaças, que são os principais condicionantes da eficácia organizacional, ou seja, para se ter sucesso deve-se aproveitar as oportunidades e minimizar as ameaças ou converter as ameaças em oportunidades (PIMENTEL, 2007).

Sendo assim, o ambiente externo (oportunidades e ameaças) tem como objetivo identificar possíveis situações que a empresa não possui controle e/ou ações para evita-las ou controla-las. Contudo, com a aplicação da ferramenta, possibilita que a organização realize um estudo perante essas ocorrências que poderão afetar direta ou indiretamente a empresa, possuindo uma estratégia consolidada pré-determinada sendo ela voltada tanto para vantagens e oportunidades quanto para desvantagens e ameaças.

A análise do ambiente interno ou análise de microambiente visa identificar os fatores que a organização entende como cruciais para a execução de sua missão (PIMENTEL, 2007).

Quando analisado o ambiente interno da empresa, valida-se quais são as performances e resultados que estão coerentes com a missão da empresa, sendo assim validando os pontos fortes que estão sendo executados conforme determinado e colaboram para a efetividade da mesma e também os pontos fracos que vão contra o que a empresa espera perante os resultados pré-estabelecidos. Com isto, a aplicação da análise SWOT quando interna tem como alvo determinar quais estratégias devem ser mantidas e/ou aprimoradas para melhoria contínua dos processos.



O grande potencial da ferramenta é quando a mesma está sendo aplicada na área estratégica da empresa, para (MARTINS, 2006) a análise SWOT é uma das práticas mais comuns nas empresas voltadas para o pensamento estratégico e marketing, assim é possível identificar quais são os pontos mais críticos determinando as melhores ações para a organização.

Torres e Torres (2004, p. 28) relata que “a função primordial da SWOT é possibilitar a escolha de uma estratégia adequada – para que se alcancem determinados objetivos – a partir de uma avaliação crítica dos ambientes internos e externos”. Sendo assim a aplicação da análise SWOT permite que os as empresas consigam enxergar de forma mais ágil os pontos críticos.

A ferramenta não possui um padrão de aplicação ou determinação específica para ser realizada, sendo assim, se torna muito fácil e ágil sua utilização e proporciona ainda mais resultados para as empresas que não dispõe de tempo como sua principal ferramenta disponível.

A orientação de aplicação da ferramenta é a realização de um Brainstorming com pessoas estratégicas da empresa, que conforme (Woebcken, 2019):

Brainstorming é uma técnica utilizada para estimular o surgimento de soluções criativas. A partir do compartilhamento de muitas ideias, é possível filtrar os insights mais valiosos e aplicar melhorias em diversos setores da empresa.

Desta forma, os principais colaboradores da empresa contribuem com os conhecimentos que possuem referente aos assuntos tratados bem como com as demandas levantadas, conseqüentemente interagindo com os assuntos nos quais não possuem conhecimento, se tornando integradores e apoiando no momento da tomada de decisão estratégica, de modo que no início das ações façam parte do processo e assim a empresa consiga que as pessoas “chaves” da empresa sejam conhecedoras das estratégias tomadas para melhorias.

Uma das vertentes da ferramenta de análise SWOT é a TOWS sendo a anástrofe do próprio nome da ferramenta, representando assim o intuito da sua correlação. De acordo com Weihrich (1982), a proposta da matriz TOWS é conceber uma estrutura para uma análise sistemática que facilita correspondente no ambiente externo às ameaças e oportunidades com as fraquezas internas e pontos fortes da organização.

Essa vertente da ferramenta possibilita que os fatores internos são utilizados para atingir e/ou defender os fatores externos e assim vice-versa. Desta forma, realiza-se a elaboração das estratégias referente as ações que deverão ser tomadas.

### Imagem 2: Modelo de SWOT TWOS (Cruzamento)

Forças e Fraquezas	No seu negócio	Oportunidades e Ameaças	No seu negócio	Tipo de estratégia	Recomendação
Ex.: O portfólio de produtos/serviços é variado	Ex.: Força	Ex.: Aproveita avanço tecnológico	Ex.: Ameaça	Ex.: Estratégia ofensiva	Ex.: Procure criar planos de ação para desenvolver as vantagens competitivas.

Fonte: <https://blog.luz.vc/como-fazer/swot-cruzada/>

Com a SWOT Cruzada, deve-se cruzar os pontos fortes e fracos com as oportunidades e ameaças, para assim, propor uma estratégia efetiva para o cenário atual da empresa (OLIVEIRA, 2017)

Conforme (ANDRADE, 2019), são quatro estratégias que poderão ser determinadas após a aplicação da ferramenta:

1. Estratégias SO (Forças e Oportunidades). Estratégia Ofensiva: consiste na junção das forças internas com as oportunidades externas. Seu objetivo é aumentar e aperfeiçoar as forças para que as oportunidades sejam bem aproveitadas, se tornando vantagens competitivas.

Quando se cruza uma força com uma oportunidade a estratégia sugerida é ofensiva, pois, apresenta vantagem sobre a informação e deve-se desenvolver ainda mais esses critérios criando maiores e ainda mais assertivas possibilidades.

2. Estratégias ST (Forças e Ameaças)  
Estratégia Confrontativa: consiste na junção das forças internas com as ameaças externas. Nela, são desenvolvidas estratégias de confronto que utilizam os pontos fortes da empresa para diminuir as ameaças.

O cruzamento entre uma força e uma ameaça recomendando uma estratégia de confronto para alterar o ambiente a favor da organização traçando ações que favoreçam a mesma.

3. Estratégias WO (Fraquezas e Oportunidades)  
Estratégia de Reforço: consiste na junção das fraquezas internas e oportunidades externas. Seu objetivo é analisar as fraquezas de forma a tentar superá-las para aproveitar as oportunidades.

Outra situação encontrada é quando se utiliza uma fraqueza cruzando com uma oportunidade assim, definindo uma estratégia de reforço pois, a oportunidade deve ser melhor aproveitada nesse caso e desenvolve-la antes que ocorra a discriminação da mesma.

#### 4. Estratégias WT (Fraquezas e Ameaças)

Estratégia Defensiva: consiste na junção das fraquezas internas e ameaças externas. Nela, são desenvolvidas ações defensivas para proteger a empresa, diminuindo o impacto das ameaças.

Quando cruzado uma fraqueza com uma ameaça, a sugestão de estratégia a ser tomada é defensiva, podendo ser uma mudança de processo ou até mesmo de mercado para se defender do que está ameaçando a empresa, visando assim a proteção da organização.

A partir destas determinações de estratégias, deve-se originar um plano de ação que apresente todas as atividades posteriores ao levante realizado determinando as responsabilidades dos envolvidos bem como seus prazos de entrega para obterem assim assertividade com a aplicação da ferramenta. Pois, os resultados só serão visíveis após a efetivação das estratégias traçadas, estipuladas e aplicadas. Para Fuscaldi e Marcelino (2008, p.2), a gestão estratégica estabelece ganhos para a empresa, como “foco nos resultados, assertividade e velocidade das decisões, eficácia na comunicação, alinhamento organizacional, otimização da alocação de recursos e tradução das estratégias em termos operacionais”.

### **3 RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Conforme aplicação realizada em uma empresa do ramo de transportes e grãos a ferramenta de análise SWOT TWOS (cruzada) obteve grandes resultados, pois, desta forma foi possível identificar dentro dos pontos internos e externos o que necessita de melhoria, implantação e/ou aprimoramento e também preservar as características boas da empresa.

A aplicação foi realizada em uma reunião de análise crítica que é concretizada anualmente visando validar todos os resultados do ano anterior e também determinar qual é a meta a ser atingida do ano vigente. A aplicação durou em média duas reuniões de uma hora e meia completando assim um período de três horas de análise em grupo, pois, anteriormente foi solicitado para os gestores de todas as áreas analisarem os seus setores com criticidade e levassem até a reunião sua visão interna e externa referente a empresa para que fosse realizado um brainstorming.

Conforme os itens eram levantados os mesmos deveriam ser categorizados conforme a sua importância (sem importância, pouco importante, importante muito importante e totalmente importante), intensidade (muito fraca, fraca, média, forte e muito forte) e tendência (piora muito, piora, mantém, melhora e melhora muito) sendo respectivamente realizando um cruzamento dos valores pré-determinado onde os mesmos apresentam uma pontuação referente as classificações apuradas.

O ranking que apresenta a ordem dos pontos levantados por pontuação fica determinado por matriz de risco, conforme imagem 3, retratando todos os itens verificados em cada ponto.

### Imagem 3- Ranking de fatores levantados por pontuação

#### 1. Fatores internos

1.1 Top 5 Forças	550	1.2 Top 5 Fraquezas	356
Foco em resultados	125	Inovação Tecnológica	100
Crescimento da empresa	125	Análise crítica das ações propostas	80
Alinhamento de Objetivos	125	Planejamento de viabilidade	80
Engajamento das pessoas	100	Pessoas despreparadas	60
Comunicação interpessoal	75	Padronização processos filiais	36

#### 2. Fatores externos

2.1 Top 5 Oportunidades	347	2.2 Top 5 Ameaças	357
Aumentar parcela de mercado	100	Avanço tecnológico	125
Identificação de abertura de novas filiais	100	Concorrência	100
Qualificação contínua dos colaboradores	75	Produtividade do Agronegócio	60
Adesão de novos clientes	36	Decisões Governamentais	45
Novos modais de Transporte	36	Políticas fiscais	27

Fonte: Resultado obtido na aplicação da análise SWOT.

Posteriormente a determinação do ranking, foi necessário o assentamento do tipo de estratégia que seria utilizada para desenvolver um plano de ação efetivo e assertivo.

A partir do levantamento das informações referentes a empresa de transportes foi aplicada a ferramenta de análise SWOT TWOS (cruzada), onde a mesma realizou o cruzamento das informações levantadas (pontos internos e externos) visando criar os devidos planos de ação necessários. Todas os gerentes participaram do cruzamento determinando o que era necessário.

Para determinar a estratégia é necessário selecionar uma força ou fraqueza anteriormente levantada e vincular com uma oportunidade ou ameaça (um ponto interno com um ponto externo) criando assim um vínculo entre os dois e determinando as reais

possibilidades. Os tipos de estratégias que poderiam ser determinadas são as mesmas citadas acima conforme (ANDRADE, 2019).

Por fim, foi elaborado um plano de ação, o qual apresenta as atividades necessárias determinando o item de referência ranqueado anteriormente, qual o departamento e/ou gestor responsável pela ação determinando prazo de início e fim para a atividade, assim, atualizando a informação no decorrer do andamento das ações. Desta forma, deve-se atualizar frequentemente o status da ação podendo ser em andamento, pendente ou finalizada.

Após aplicação da ferramenta foi realizada uma pesquisa com os gestores para validarem qual foi a expectativa atingida referente a ferramenta.

Pergunta 1: É importante que as empresas avaliem as decisões gerenciais usando uma análise SWOT, desta forma com a aplicação da ferramenta, diga o que mais gostou?

- Gerente Financeiro: A ferramenta é de fácil uso, o que facilita sua implementação em qualquer cenário ou setor da empresa. Além de ser a base para a revisão ou criação do planejamento estratégico. Tal ferramenta nos dá uma posição bem assertiva no tipo de ambiente/cenário em que a empresa está inserida.
- Gerente Contábil: É uma ferramenta importante, através dela pode-se verificar a posição estratégica da empresa.
- Gerente de Compras: Goste muito da ferramenta pois conseguimos enxergar os pontos fortes e fracos, trabalhamos as oportunidades e ameaças do nosso negócio "transportes".
- Gerente Comercial: Sim, conseguimos identificar nossos pontos fortes e melhorias, a partir disso montar plano de ação
- Gerente Operacional: Proporcionou levantarmos o que temos de pontos fortes perante a concorrência, também nos permitiu identificar os pontos onde somos mais vulneráveis e como podemos trata-los.

Pergunta 2: Você acredita que a aplicação da ferramenta SWOT trouxe benefícios para empresa? Justifique.

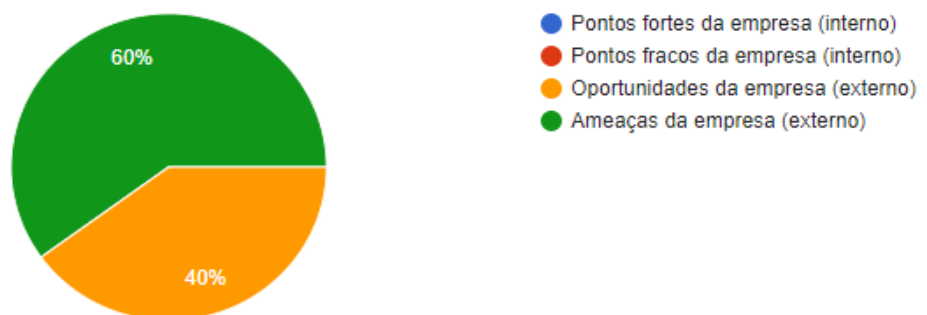
- Gerente Financeiro: Sim, com a análise conseguimos conhecer algumas vulnerabilidades e criar comitês específicos para essas tratativas, dando visibilidade nas oportunidades do nosso negócio.
- Gerente Contábil: Sim, através da análise SWOT, é possível ter um direcionamento maior e mais preciso para planejar as tomadas de decisões. Consegue-se identificar com mais clareza os aspetos positivos e negativos do negócio.
- Gerente de Compras: Sim, pois com o uso da ferramenta conseguimos identificar as ameaças da empresa e estamos em busca de novas tecnologias e inovações para auxiliar no crescimento e desenvolvimento da empresa.
- Gerente Comercial: Sim, nosso negócio é muito dinâmico e muda constantemente com a ferramenta conseguimos organizar muitos processos.
- Gerente Operacional: Sim, nos permitiu identificar os pontos que necessitavam de desenvolvimento e assim podemos direcionar os recursos intelectuais e financeiros.

Pergunta 3: Dentro da ferramenta SWOT, qual foi a análise mais difícil de realizar?

**Gráfico 1** – Resultado da pesquisa referente dificuldade

Dentro da ferramenta SWOT, qual foi a análise mais difícil de realizar?

5 respostas



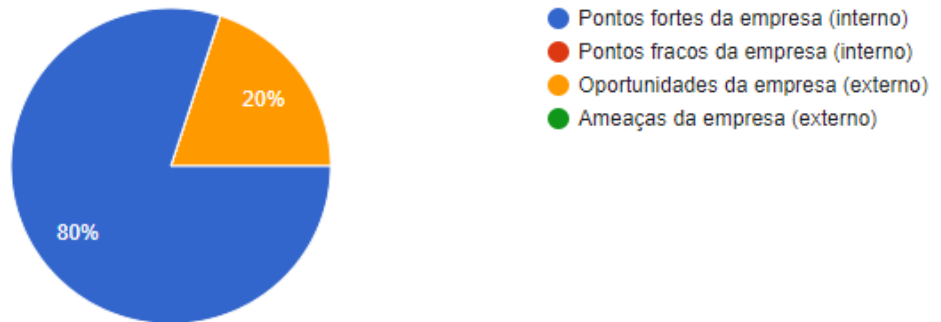
Fonte: Pesquisa realizada com gestores da empresa de transporte

Pergunta 4: Dentro da ferramenta SWOT, qual foi a análise mais difícil de realizar?

**Gráfico 2 - Resultado da pesquisa referente dificuldade**

Dentro da ferramenta SWOT, qual foi a análise mais fácil de realizar?

5 respostas



Fonte: Pesquisa realizada com gestores da empresa de transporte

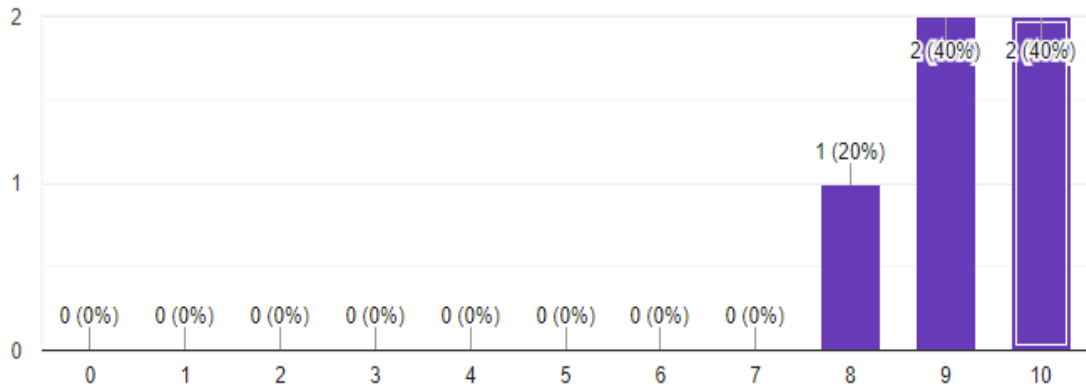
Pergunta 5: De 0 a 10 qual é a sua nota referente a ferramenta?

- Gerente Financeiro: 9
- Gerente Contábil: 10
- Gerente de Compras: 9
- Gerente Comercial: 8
- Gerente Operacional: 10

**Gráfico 3 - Resultado da pesquisa referente a nota da ferramenta**

## De 0 a 10 qual é a sua nota referente a ferramenta?

5 respostas



Fonte: Pesquisa realizada com gestores da empresa de transporte

### 3.1 GANHOS ESPERADOS COM A APLICAÇÃO

Sendo assim os focos principais obtidos foram referentes aos resultados, a área tecnologia e a expansão de mercado.

Conforme visto, tanto em fraqueza quando ameaça ficou a área tecnológica onde sentiram uma deficiência referente ao mercado, pois, hoje em dia os meios de comunicação não são mais burocratizados, mas sim facilitados a um toque com os celulares.

Desta forma, foi determinado que seria criado um comitê de inovação interna para desenvolvimento e aprimoramento das tecnologias conforme evolução do mercado. O comitê tem como objetivo principal analisar a empresa como um macro validando as reais necessidades vividas em cada departamento e assim originar estratégias tecnológicas que possam otimizar os processos trazendo assim para a empresa redução de tempo e custo e aumento de produtividade e ganho.

Para a estruturação do comitê foi alinhado com cada departamento quais seriam os colaboradores estratégicos que participariam, pois assim, toda a estrutura do comitê abrangeria todos dos departamentos bem como as necessidades dos mesmos. Sendo assim, cada gestor determinou no seu departamento um nome para ingressar na equipe e reportar as demandas referentes aos seus respectivos processos.



O plano de ação determinado ao comitê foi estruturado com base na análise das atividades que estavam em aberto validando qual é a real necessidade de cada uma delas, qual colaborador foi o solicitante responsável, sua data de início e o seu andamento. E também quais seriam as principais propostas futuras para desenvolverem a tecnologia em seus processos.

Desta forma, foram determinadas as seguintes perguntas referentes aos projetos: Qual é a proposta; qual sua viabilidade; média de valor a ser investido; período de implantação; responsáveis pelas atividades relacionadas ao projeto; e quais benefícios essa nova tecnologia traria para a empresa. Compondo os principais projetos para apresentação a gestão e diretoria.

### **3 CONCLUSÃO**

A qualidade se trata de uma área muito subjetiva que apresenta diversas definições e abrangências e com o passar do tempo as determinações foram se aprimorando conforme as inovações.

Desta forma, podemos concluir que a ferramenta de análise SWOT é utilizada dentro da área da qualidade desde muito tempo e desde sempre vem conseguindo atingir os resultados esperados.

Seu maior fundamento é validar as informações internas e externas da empresa e possibilitar a tomada de decisões referente a esses levantamentos. Determinando ações estratégicas para atingir um objetivo pré-determinado.

A ferramenta possui uma vertente denominada TOWS (SWOT inverso) que refere-se ao cruzamento dos pontos internos e externos levantados para determinação das estratégias a serem tomadas e posteriormente as ações necessárias sobre as mesmas.

Foi retratado no trabalho um estudo de caso aplicado em uma empresa do ramo logístico que possuiu grandes resultados com a aplicação da ferramenta. Onde os gestores avaliaram a ferramenta conforme a aplicação realizada na empresa.

Foi salientado que o principal ganho foi a identificação da falha referente as inovações tecnológicas que vem surgindo dentro das organizações. Desta forma foi determinado a criação de um comitê que traria as melhorias referente a tecnologia para cada departamento da empresa e assim, supervisionados pelos gestores, conseguiriam aprimorar suas tecnologias internas e se adequarem ao mercado.

Em andamento do comitê foram apresentados continuidade nos projetos de melhoria tecnológica e novas ideias de aprimoramento dentro dos processos visando a otimização dos procedimentos por meio da tecnologia e inovações.

## REFERÊNCIAS

- ANDRADE, L. (30 de Jan de 2019). *ANÁLISE SWOT CRUZADA (TOWS) X ANÁLISE SWOT: QUAL É A DIFERENÇA?* Fonte: siteware: <https://www.siteware.com.br/metodologias/analise-swot-cruzada/>
- BOHAN, P. E. (1994). H. H. H. TQM: strategy and results. Quality Report. *Northeast Ohio Council*, 2-14.
- FERREIRA, D. (20 de jun. de 2009). *Ferramentas de Coaching – Análise Swot*. Fonte: Life Coaching: <https://coachingsp.wordpress.com/2009/06/29/ferramentas-de-coaching-analise-swot/>
- FREITAS, A. (02 de 09 de 2009). *Afinal, o que é Qualidade? (segundo Feigenbaum, Juran, Crosby, Deming e Ishikawa)*. Fonte: Epístolas da Qualidade: [http://alvaro-freitas.blogspot.com/2009/09/afinal-o-que-e-qualidade.html#targetText=\(segundo%20Feigenbaum%2C%20Juran%2C%20Crosby,ao%20ongo%20das%20C3%BAltimas%20d%C3%A9cadas.&targetText=%2D%20Segundo%20CROSBY%2C%2022Qualidade%20C3%A9,exatamente%20aqui](http://alvaro-freitas.blogspot.com/2009/09/afinal-o-que-e-qualidade.html#targetText=(segundo%20Feigenbaum%2C%20Juran%2C%20Crosby,ao%20ongo%20das%20C3%BAltimas%20d%C3%A9cadas.&targetText=%2D%20Segundo%20CROSBY%2C%2022Qualidade%20C3%A9,exatamente%20aqui)
- GOMES, P. (2004). A evolução do conceito de qualidade. *Cadernos BAD Vol.2*, 6-18.
- HOFRICHTER, M. (2017). *Análise SWOT: quando usar e como fazer*. Simplíssimo.
- MARCELINO, G. F. (2008). Análise Swot: O caso da Secretaria de Política. Em K. D. FUSCALDI, *Análise Swot*: (p. 2). Rio Branco: Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e.
- MARTINS, J. A. (6 de 11 de 2012). *Qualidade em serviços*. Fonte: Blog da Qualidade: <https://blogdaqualidade.com.br/qualidade-em-servicos/>
- MARTINS, L. (2006). *Marketing: Como se tornar um profissional de sucesso*. São Paulo : 1. ed. Digerati Books .
- PAULA, G. B. (17 de 08 de 2015). *Matriz SWOT ou Matriz FOFA: utilizando a Análise SWOT para conhecer as cartas do jogo e aumentar as chances de vitória de sua empresa!* Fonte: Treasy: <https://www.treasy.com.br/blog/matriz-swot-analise-swot-matriz-fofa/>
- PIMENTEL, F. (2007). Construção do Planejamento e Gestão Estratégica. *MANUAL DE PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO* (pp. A-4). São Paulo: ICSS.
- Roth, D. M. (2010). *Produção Textual na Universidade*. São Paulo: Parábola.
- Sara TORRES e M.C.S. & TORRES. (2004). *A. P. Administração Estratégica*. Rio de Janeiro : Reichmann e Affonso Editores .
- Wehrich, H. (1982). The TOWS Matrix: a tool for situational analysis. Em H. Wehrich, *The TOWS Matrix: a tool for situational analysis* (pp. 54-66.). USA: Journal of Long Range.

Wobcken, C. (10 de Jun de 2019). *O que é brainstorming e as 7 melhores técnicas para a tomada de decisões inteligentes*. Fonte: rockcontent.com: <https://rockcontent.com/blog/brainstorming/>