



CURSO TÉCNICO EM
ADMINISTRAÇÃO



PROFESSOR (A):

EDER FABENI



CONTEÚDO:

**MELHORIA CONTÍNUA
GESTÃO DE
QUALIDADE**



DATA:

18.05.2020

MELHORIA CONTÍNUA

FERRAMENTAS DE GESTÃO DA QUALIDADE :

- BALANCED SCORECARD (BSC).
- CICLO PDCA
- DIAGRAMA DE ISHIKAWA (CAUSA E EFEITO).
- MATRIZ SWOT.

BALANCED SCORECARD

01 – DEFINIÇÃO:

O BSC é um sistema de gestão baseada em um conjunto de indicadores de desempenho que proporcionam aos gerentes uma visão rápida e abrangente de toda a empresa.

Traduzido como cartão de marcação balanceado e também como cenário balanceado, essa ferramenta ou modelo de gestão tem sua ênfase no controle de metas estratégicas. Propõe às empresas maior engajamento de seu planejamento estratégico com o dia-a-dia de suas operações.

BALANCED SCORECARD

Segundo Padovese (2003), balanced scorecard é um sistema de informação para o gerenciamento da estratégia empresarial. Traduz a missão e a estratégia da empresa em um conjunto abrangente de medidas de desempenho financeiras e não-financeiras que serve de base para um sistema de medição e gestão estratégica.

O BSC traduz a missão e a estratégia em objetivos e medidas, organizados segundo quatro perspectivas diferentes: **financeira, do cliente, dos processos internos e do aprendizado e crescimento.**

BALANCED SCORECARD

O que é BSC - “balanced”?

Decorre do fato do modelo procurar refletir o equilíbrio entre:

- Objetivos de curto e de longo prazo;
- Indicadores financeiros e não financeiros;
- Indicadores de resultado e de ação;
- Perspectivas internas e externas

BALANCED SCORECARD

02 – Alinhamento das ações às estratégias:

Para Kaplan e Norton, o Balanced Scorecard pode ser a pedra angular do sistema gerencial de uma organização, desde que alinhe e apoie processos-chave, como:

- ✓ Esclarecimento e atualização da estratégia.
- ✓ Comunicação da estratégia a toda a organização.
- ✓ Alinhamento das metas de departamentos e indivíduos à estratégia.
- ✓ Identificação e alinhamento das iniciativas estratégicas.
- ✓ Associação dos objetivos estratégicos com as metas de longo prazo e os orçamentos anuais.
- ✓ Alinhamento das revisões estratégicas e operacionais.
- ✓ Obtenção de feedback para fins de conhecimento e aperfeiçoamento da estratégia

BALANCED SCORECARD

03 – Ampliação do Conceito:

Kaplan e Norton (2001, p. 147-156), ampliam o conceito do Balanced Scorecard, quando colocam os cinco princípios que devem ser seguidos para que uma organização tenha um foco estratégico:

- ✓ Traduzir a estratégia para linguagem operacional – a estratégia seria um ponto de referência para a organização e seus membros;
- ✓ Alinhar a organização à estratégia – os mais diversos setores da organização devem estar cientes das estratégias que são articuladas e medidas pelo Balanced Scorecard



BALANCED SCORECARD

- ✓ Fazer com que a estratégia faça parte do dia-a-dia de todos – a participação de todos os níveis da organização é fundamental para a consecução da estratégia; uma visão holística da organização é igualmente necessária;
- ✓ Fazer da estratégia um processo contínuo – três pontos importantes: é recomendável que a estratégia esteja relacionada aos processos orçamentários; reuniões periódicas devem ser realizadas para acompanhamento dos processos; e deve-se fomentar um processo de aprendizagem e adaptação com relação à estratégia; e
- ✓ A liderança executiva deve mobilizar a mudança – como processo de mudança, a implementação do Balanced Scorecard deve gradualmente se tornar parte da cultura da organização, até que se integre ao seu sistema de governança.

BALANCED SCORECARD

04 - Balanced Scorecard – Setor Público vs. Setor Privado:

	Setor Privado	Setor Público
Fator crítico de sucesso.	Valor para o acionista.	Desempenho no cumprimento da Missão.
Objetivos financeiros.	Valor, rentabilidade, quota de mercado, etc.	Produtividade, eficiência, redução de custos, etc.

BALANCED SCORECARD

05 – Proposta do BSC:

- Simplificar a estratégia;
- Comunicar a estratégia a toda a organização;
- Alinhar a organização com a estratégia;
- Ligar a estratégia ao plano e orçamento anual;
- Medir o desempenho da organização.

BALANCED SCORECARD

06 – Objetivos da medição:

Segundo Kaplan e Norton (1997) “não se pode melhorar o que não se pode medir”. Assim, medidas devem ser desenvolvidas baseadas nas prioridades do plano estratégico, que fornece o foco da empresa, os critérios e as estratégias gerenciais mais importantes para o momento.

Medir a estratégia permite que você confirme ou ponha de lado as ações de causa e efeito assumidas quando você estabeleceu a estratégia. É uma informação vital.

BALANCED SCORECARD

Importante:

A sua estratégia está baseada no que você acredita que vai criar valor para a sua organização. Se isso não ocorre, então as suposições em que sua estratégia estavam baseadas podem estar erradas e você terá que rever a estratégia estabelecida.

Ao medir você obtém a informação necessária para livrar do fracasso ou para confirmar uma boa estratégia.

BALANCED SCORECARD

07 – Perspectivas – BSC :O modelo clássico do BSC tem quatro perspectivas.

7.1 Financeira: É a mais importante. A estratégia financeira é o carro chefe de todo negócio. Assim, a implementação dos indicadores de desempenho financeiro deve apontar se a execução da estratégia empresarial está realmente contribuindo para os resultados financeiros esperados. Quando isso não ocorrer, a administração deve reexaminar as premissas básicas de sua missão e estratégia.

Os objetivos financeiros representam a meta em longo prazo da empresa, que é gerar retornos superiores a partir do capital investido. O BSC permite tornar os objetivos financeiros explícitos e ajustá-los nas diferentes fases do ciclo de crescimento do negócio.

BALANCED SCORECARD

7.2 Cliente: A perspectiva dos clientes possibilita à empresa alinhar suas medidas de resultado à satisfação deles, conquistar sua fidelidade, promover a retenção da marca no segmento e, com isso, aumentar a captação e lucratividade.

Assim, as empresas que não compreenderem as necessidades dos clientes estarão sujeitas a perderem seus consumidores para o concorrente, que oferece produtos ou serviços mais adequados aos anseios deles.

Uma empresa deve oferecer a seus clientes um grupo de medidas essenciais, conforme:

BALANCED SCORECARD

- I. Participação de mercado:** reflete a proporção de negócios em um determinado mercado, em termos de clientes, valores gastos ou volume unitário vendido;
- II. Captação de Clientes:** mede, em termos absolutos ou relativos, a intensidade com que uma unidade de negócios atrai ou conquista novos clientes ou negócios;
- III. Retenção de Clientes:** controla, em termos absolutos ou relativos, a intensidade com que uma unidade de negócios retém ou mantém relacionamentos contínuos com seus clientes;

BALANCED SCORECARD

IV. Satisfação dos Clientes: mede o nível de satisfação dos clientes de acordo com critérios específicos de desempenho dentro da proposta de valor;

V. Lucratividade dos Clientes: mede o lucro líquido de cliente ou segmentos, depois de deduzidas as despesas específicas necessárias para sustentá-los.

BALANCED SCORECARD

Importante: Existem, ainda, atributos comuns adotados em scorecards, independentes da atividade da empresa, que podem ser alocados em três grupos distintos, conforme:

- Atributos dos produtos/serviços;
- Relacionamento com os clientes;
- Imagem e reputação.

Assim, o BSC pode ser aplicado a praticamente todas as áreas da empresa e a toda organização, qualquer que seja seu objetivo social.

BALANCED SCORECARD

7.3 Processos internos: Tendo por base os objetivos e medidas das Perspectivas Financeiras e de Clientes, as empresas formulam os processos internos que conduzirão aos objetivos dos acionistas e clientes.

Nesse sistema, há uma valorização das estratégias voltadas para o atendimento das expectativas dos acionistas e clientes-alvo.

Apesar da necessidade de avaliar cada situação isoladamente, podemos constatar uma cadeia de valor genérica como um modelo geral, composto de três processos principais:

BALANCED SCORECARD

- ✓ **Processo de Inovação:** constituído de duas fases, sendo a primeira aquela em que os gerentes realizam pesquisas para conhecerem e delimitarem o mercado, e a segunda fase, na qual se busca a satisfação do cliente;
- ✓ **Operação:** é aquela que se inicia com o recebimento do pedido do cliente e termina com a entrega do produto ou serviço;
- ✓ **Serviço Pós-venda:** trata-se de uma fase da cadeia na qual se inclui garantia, correção de defeitos, devoluções etc.

BALANCED SCORECARD

Nota: Contudo, somente o atendimento das necessidades dos clientes não basta. Se os executivos perceberem que os processos internos estão sendo realizados regularmente, mas não estão atingindo os objetivos financeiros, devem repensar toda a estratégia e redirecioná-la.

O importante é que as empresas consigam demonstrar que melhorias, como qualidade, ciclo de produção, prazos de espera e de entregas, entre outras, trouxeram ampliação das vendas e mais participação no mercado.

BALANCED SCORECARD

7.4 Aprendizagem e crescimento:

Os gastos alocados em treinamento e capacitação profissional são difíceis de sustentar em momentos de dificuldades financeiras. Eliminar essas despesas certamente gerará ganho de resultados operacionais em um momento inicial, mas em médio e longo prazo, os objetivos estratégicos da organização sairão prejudicados.

Segundo Campos (1998), o aprendizado e crescimento são as forças que vão mover a empresa para criar a infra-estrutura que a organização precisa para alcançar os ambiciosos objetivos definidos nas perspectivas financeiras, dos clientes e dos processos internos.

BALANCED SCORECARD

Importante:

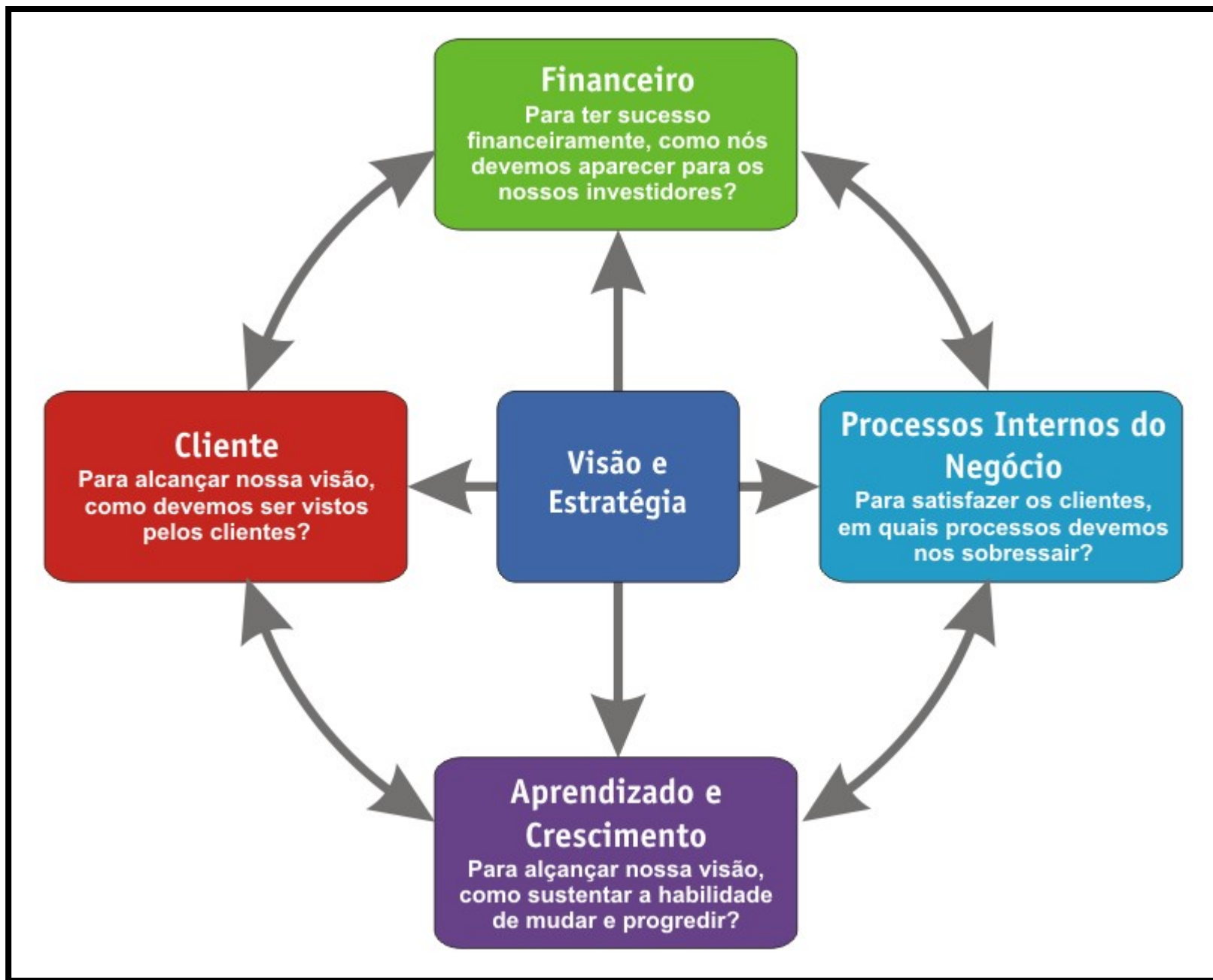
As quatro perspectivas estão explicitamente relacionadas:

Boa performance nos objetivos da aprendizagem induz...

melhorias nos processos internos, gerando por sua vez...

melhorias na organização aos olhos dos clientes e finalmente...

impacto positivo nos resultados financeiros.



BALANCED SCORECARD

08 – Componentes do BSC:

- **Mapa estratégico:** Descreve a estratégia da empresa através de objetivos relacionados entre si e distribuídos nas quatro dimensões (perspectivas).
- **Objetivo estratégico:** O que deve ser alcançado e o que é crítico para o sucesso da organização.
- **Indicador:** Como será medido e acompanhado o sucesso do alcance do objetivo.
- **Meta:** O nível de desempenho ou a taxa de melhoria necessários.
- **Plano de ação:** Programas de ação-chave necessários para se alcançar os objetivos.



CURSO TÉCNICO EM **ADMINISTRAÇÃO**



PROFESSOR (A):

EDER FABENI



CONTEÚDO:

**MELHORIA CONTÍNUA
GESTÃO DE
QUALIDADE**



DATA:

19.05.2020

CICLO PDCA

01 - O que é o Ciclo PDCA?

O Ciclo PDCA se trata de uma **ferramenta de gestão** muito conhecida na administração geral. **De forma ampla, ele visa controlar e melhorar os processos e produtos de uma forma contínua**, visto que atua como um processo que não possui intervalos, nem interrupções.

CICLO PDCA

NOTA: Uma curiosidade sobre o Ciclo PDCA é que ele também pode ser conhecido como **ciclo de Deming** ou **ciclo de Shewhart**. Isso ocorre porque em 1930, Walter Shewhart apresentou um ciclo aplicável sobre a administração da qualidade, e este era o PDCA. Entretanto, foi somente ao longo dos anos 50, através de William Edwards Deming e suas palestras no Japão, que o **Ciclo PDCA** se tornou amplamente conhecido ao redor do mundo.

CICLO PDCA



CICLO PDCA

IMPORTANTE:

Como já expomos acima, o PDCA tem por objetivo a melhoria contínua das etapas de um processo, por isso, ele se encontra vinculado aos fundamentos da Filosofia **Kaizen** (cultura japonesa referente à melhoria contínua e um dos pilares da administração da qualidade). Assim como a Filosofia Kaizen, uma das finalidades do Ciclo **PDCA é a celeridade e o aperfeiçoamento dos processos de uma empresa, identificando as causas de seus problemas e implementando soluções para os mesmos.** É importante ressaltar também, que devido a ferramenta se fundamentar em um ciclo, todo o seu processo é formado por atividades planejadas e recorrentes, com a teoria de que ele não possui um fim pré-determinado.

CICLO PDCA

02 - As etapas do Ciclo PDCA:



CICLO PDCA

O ciclo PDCA tem seu início pela etapa de planejamento (**Plan**), nessa etapa o objetivo é focar na parte estratégica do ciclo, ou seja, no levantamento e análise das informações. Em seguida ocorre a execução (**Do**), onde tudo aquilo previamente planejado é executado, gerando a necessidade de avaliar a qualidade do que está sendo feito e nos levando à etapa do processo de checagem (**Check**). Nessa etapa temos a verificação de tudo o que foi feito, comparando o que havia sido planejado com o resultado final e com consequentes problemas e falhas que possam ter ocorrido durante o processo. Por fim, toda essa análise implica na necessidade de ação (**Act**) e na correção dos problemas e divergências encontradas.

CICLO PDCA

IMPORTANTE: É importante lembrarmos que as mudanças implementadas pelo **Ciclo PDCA** possuem dois tipos a serem considerados, que são: **as mudanças reversíveis e as mudanças irreversíveis**. As alterações reversíveis de um processo, são as mudanças que podemos retornar ao estágio inicial, ou seja, ao seu estado de origem. São aquelas que mesmo tendo ocorrido, podem ser revertidas sem deixar nenhum vestígio no sistema ou processo, como por exemplo, alterações num determinado procedimento. Já as mudanças irreversíveis, são as alterações que uma vez implementadas nunca mais poderão ser desfeitas (o estágio anterior não pode mais ser atingido). Nós podemos citar, as alterações na estrutura organizacional de uma empresa como um exemplo de mudança irreversível.

CICLO PDCA

03 - Vantagens e cuidados na utilização do Ciclo PDCA:

Seu modelo intuitivo é realmente fácil de aplicar e traz ganhos reais para toda e qualquer empresa que fizer uso dele. No geral, devemos lembrar que o PDCA se trata de um ciclo e, portanto, **deve continuamente "rodar"**. Para isso acontecer, **todas as suas fases devem ocorrer sem exceção**, pois a omissão de uma das fases (qualquer uma) pode causar prejuízos e falhas no processo como um todo. Sendo assim, ao fazer uso do **Ciclo PDCA** você deve evitar tomar atitudes como: fazer sem planejar; parar após o ciclo completar uma volta; fazer e não checar; planejar, fazer, checar, mas não agir corretivamente; definir metas e não ter o pessoal preparado para executá-las ou definir metas, mas não saber os métodos para atingi-las.

CICLO PDCA

Além de induzir melhoramentos e otimizar as diretrizes de controle, o Ciclo PDCA parte do pressuposto de que as coisas podem sempre melhorar além do parâmetro em que já se encontram. Por isso, deve-se sempre estar atento aos possíveis desvios e estratificações de baixa qualidade em relação ao planejamento pré-elaborado. Caso isso ocorra, a equipe que esteja aplicando o PDCA deverá agir de modo a manter o andamento do ciclo ao máximo dentro do que fora planejado, a fim de sustentar sua eficiência em relação ao melhoramento dos processos organizacionais. Vale lembrar também, que para aumentar as vantagens do ciclo, o mesmo pode ser utilizado em conjunto com as outras ferramentas da qualidade, como por exemplo, **a Análise SWOT e o 5W2H.**

CICLO PDCA

03 – Conclusão:

Em resumo, cada vez que um problema é identificado e solucionado, o processo trabalhado pelo Ciclo PDCA passa para um novo patamar de qualidade, uma vez que os problemas que antes afligiam o processo em questão passam a ser vistos como oportunidades de melhorias sobre o mesmo. Este ciclo permite integrar as etapas de modo relativamente simples, já que sua utilização pode acontecer em qualquer processo organizacional (não necessariamente em processos de negócios).

DIAGRAMA DE ISHIKAWA – CAUSA E EFEITO

01 - Conceito do Diagrama de Ishikawa:

O diagrama que tem a forma de uma espinha de peixe é um gráfico cuja finalidade é organizar o raciocínio e a discussão sobre as causas de um problema prioritário e analisar as dispersões em seu processo e os efeitos decorrentes disso. Considerada uma das sete ferramentas da qualidade, o diagrama de ishikawa também é conhecido por **diagrama 6M**, **espinha de peixe**, ou ainda **diagrama de causa e feito**. Ele foi desenvolvido para ser usada pelos círculos da qualidade e para estudar os problemas identificados como prioritários pela análise do Diagrama de Pareto.

DIAGRAMA DE ISHIKAWA – CAUSA E EFEITO

A ferramenta foi desenvolvida através da ideia de fazer as pessoas pensarem sobre as causas e possíveis razões que fazem com que um problema ocorra. Por isso, os problemas estudados por meio do **diagrama de ishikawa** são enunciados geralmente como uma pergunta, que possui a seguinte estrutura: "por quê ocorre este problema?" ou "quais as causas deste problema?". Como o diagrama de ishikawa faz parte do grupo das sete ferramentas da qualidade, ela é considerada como sendo uma ferramenta gráfica da administração, utilizada no gerenciamento e controle da qualidade organizacional.

DIAGRAMA DE ISHIKAWA – CAUSA E EFEITO

02 - Diagrama de Ishikawa (análise da causa e efeito):

A composição do diagrama de ishikawa considera que os problemas podem ser classificados em **seis tipos diferentes de causas**, que são: **o método** (utilizado para executar o trabalho), **a máquina** (que pode ser a falta de manutenção ou operação errada da mesma), **a medida** (as decisões sobre o processo), **o meio ambiente** (qualidade ou não do ambiente corporativo), **a mão-de-obra** (refere-se ao nível de qualificação do executor do processo) e **o material** (baixo nível de qualidade da matéria prima usada no processo).



DIAGRAMA DE ISHIKAWA – CAUSA E EFEITO

NOTA: É justamente devido à classificação dessas seis principais causas, que o **diagrama de ishikawa** também é chamado de **diagrama 6M**. Entretanto, ainda podemos considerar a existência de um **sétimo M**, que tem sua origem na palavra em inglês **Management**, a qual encontra-se relacionada à palavra gestão. É importante lembrar também, que **nem todos os M's são aplicáveis na execução do diagrama de ishikawa**, uma vez que eles nem sempre serão compatíveis com o estudo de causa e efeito abordado. O sistema proposto pelo diagrama de causa e efeito **permite estruturar hierarquicamente as causas potenciais de um determinado problema**, como também uma oportunidade de melhoria e seus efeitos sobre a qualidade de um produto.

DIAGRAMA DE ISHIKAWA – CAUSA E EFEITO

03 - Como fazer o diagrama de ishikawa:

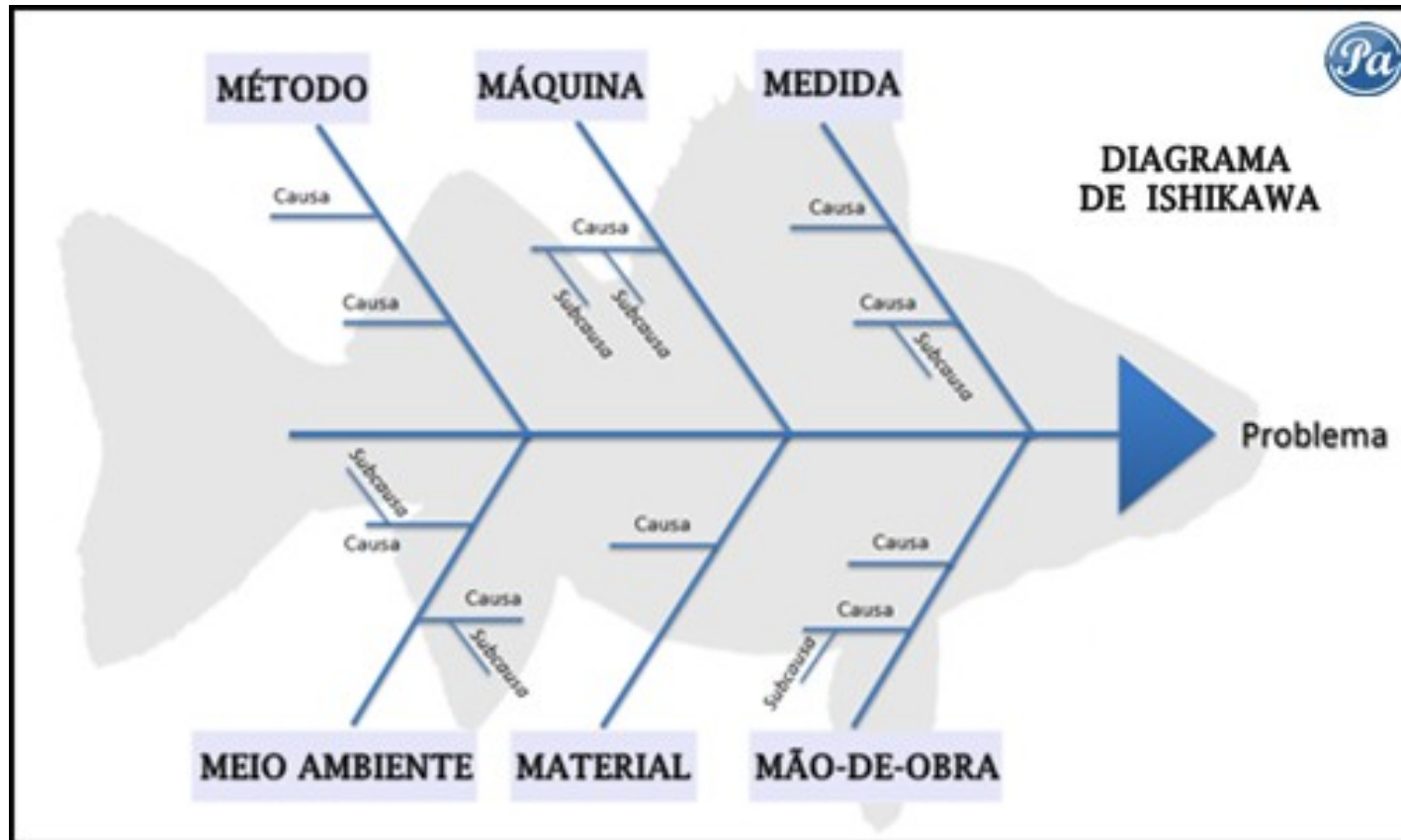


DIAGRAMA DE ISHIKAWA – CAUSA E EFEITO

1 - Definição do Problema: Primeiramente, deve-se determinar o problema que será analisado no diagrama de ishikawa, assim como o objetivo que se espera alcançar através dele. O mais importante é evitar ser superficial, focando no problema de forma objetiva e em termos de qualidade que possa ser mensurável de alguma forma.

2 - Estruturação do Diagrama: Após a primeira etapa, o executor do diagrama de ishikawa deve juntar todas as informações necessárias a respeito do problema em questão. Ele pode também, por exemplo, descrever o problema à ser analisado na "cabeça" do peixe, a fim de facilitar sua visualização.

DIAGRAMA DE ISHIKAWA – CAUSA E EFEITO

3 - Agrupamento das informações: Após reunir uma equipe que possa ajudar na criação do diagrama, a mesma deve apresentar as informações agrupadas por meio de uma sessão de brainstorming. É interessante trazer para o brainstorming pessoas que estejam relacionadas diretamente com o problema, assim como de outras áreas, com perspectivas diferentes que agreguem valor ao diagrama e ao processo.

4 - Classificação das Causas: Deve-se ordenar todas as informações da melhor maneira possível, apontando as principais causas e eliminando as informações dispensáveis. É muito importante fazer uma análise profunda das causas, com o intuito de detectar quais delas impactam mais no problema e quais seriam suas possíveis soluções. Após a análise das causas, deve-se elaborar um plano de ação e definir os responsáveis, como também um prazo para a conclusão de cada ação.

DIAGRAMA DE ISHIKAWA – CAUSA E EFEITO

5 - Conclusão do Diagrama: Por fim, desenhe o diagrama, levando em consideração as causas que devem estar de acordo com os 6M's. Nesta etapa é importante dividi-las de acordo com as categorias (máquina, mão-de-obra, meio ambiente, material, etc.). Vale salientar que não se deve esquecer de definir também as sub-causas dos problemas. O diagrama completo deve conter os seguintes componentes: cabeçalho, efeito, eixo central, categoria, causa e sub-causa.

DIAGRAMA DE ISHIKAWA – CAUSA E EFEITO

04 - Conclusão - Diagrama de Ishikawa e a análise de causa e efeito:

No geral, o diagrama de ishikawa é uma das mais importantes ferramentas da qualidade para o meio empresarial, sua facilidade em permitir o agrupamento e a fácil visualização das várias causas de um problema o transformaram numa ferramenta altamente reconhecida por administradores e engenheiros do mundo todo. O diagrama apresenta visualmente as causas potenciais de um problema e seus efeitos que impactam diretamente na qualidade do que se produz. Ele também contribui para o melhoramento dos processos e do trabalho em equipe, reunindo os colaboradores e promovendo uma série de discussões em torno dela. O **diagrama de ishikawa** representa a forte relação que existe entre um determinado resultado de um processo qualquer (efeito) e os diversos fatores (causas) que conseqüentemente contribuem para esse resultado específico.

Matriz SWOT

01 – Conceito: O termo "**SWOT**" é um acrônimo das palavras *strengths*, *weaknesses*, *opportunities* e *threats* que significam respectivamente: forças, fraquezas, oportunidades e ameaças, mas é bastante comum aqui no Brasil algumas pessoas usarem a sigla FOFA, ao invés da tradicional. Conceitualmente falando, a Análise SWOT se trata de uma ferramenta estrutural da administração, que possui como principal finalidade avaliar os ambientes internos e externos, formulando estratégias de negócios para a empresa.

Matriz SWOT

Dica: A **Análise SWOT** também é utilizada para identificar os pontos fortes e fracos de uma organização, assim como as oportunidades e ameaças das quais a mesma está exposta. Essa ferramenta é geralmente aplicada durante o planejamento estratégico, promovendo uma análise do cenário interno e externo, com o objetivo de compilar tudo em uma matriz e assim facilitar a visualização das características que fazem parte da sigla.

Matriz SWOT

02 – Características da Análise SWOT:

Em seu desenvolvimento a Análise SWOT divide-se em dois ambientes: o interno e o externo. O primeiro ambiente se refere basicamente a própria organização e conta com as forças e fraquezas que a mesma possui. Já o segundo ambiente refere-se às questões externas, ou seja, questões de força maior, que estão fora do controle da empresa. As forças e fraquezas são avaliadas a partir do momento atual da organização. Elas serão seus pontos fracos, recursos, experiências, conhecimentos e habilidades. As oportunidades e ameaças serão as previsões de futuro que estão ligadas direto ou indiretamente aos fatores externos.

Matriz SWOT

➤ **Forças:** Está relacionado as vantagens que sua empresa possui em relação aos concorrentes. Podemos dizer que são as aptidões mais fortes de sua empresa. Para ajudar a defini-las, é possível fazer uso de algumas perguntas:

- ✓ Quais as suas melhores atividades?
- ✓ Quais seus melhores recursos?
- ✓ Qual sua maior vantagem competitiva?
- ✓ Qual o nível de engajamento dos clientes?

O principal aspecto é a vantagem competitiva que tais forças podem trazer para o negócio. Quanto mais vantagem em relação à concorrência ela trouxer, mais relevante ela será para a Análise SWOT.

Matriz SWOT

- **Fraquezas:** As fraquezas são as aptidões que interferem ou prejudicam de algum modo o andamento do negócio. É muito importante haver sinceridade nesta etapa da análise. Pode-se encontrar as fraquezas de acordo com as seguintes perguntas:
- ✓ A mão-de-obra é capacitada?
 - ✓ Existem lacunas de treinamento?
 - ✓ Por quê a concorrência foi escolhida?
 - ✓ Por quê meu engajamento não funciona?

As fraquezas encontradas precisam ser examinadas e observadas de forma isolada, para que assim, seja possível nulificar os problemas que ocasionam. Se não for possível corrigir as fraquezas a curto prazo, o ideal é que sejam estudados métodos para minimizar seus efeitos ou tentar contorná-los de modo que se tornem forças relevantes para o negócio.

Matriz SWOT

Ameaças: Ao contrário das oportunidades, as ameaças são forças externas que influenciam negativamente a empresa. Devem ser tratadas com muita cautela, pois podem prejudicar não somente o planejamento estratégico da companhia, como também, diretamente em seus resultados.

Oportunidades: São forças externas que influenciam positivamente a empresa. Não existe controle sobre essas forças, pois elas podem ocorrer de diversas formas, como por exemplo - mudanças na política econômica do governo, alterações em algum tributo, investimentos externos, ampliação do crédito ao consumidor, etc. Porém, podem ser feitas pesquisas ou planejamentos que preveem o acontecimento desses fatos.

Matriz SWOT

Importante: A Análise SWOT deve ser desenvolvida e interpretada de forma com que consiga unir os principais componentes que atuam como elementos da análise externa e interna. O seu "diagnóstico", por assim dizer, deve ser confiável na informação que oferece, integrando as necessidades apresentadas no gestão estratégica com o intuito de fundamentar o planejamento de médio e longo prazo da organização. Essa ferramenta da administração, auxilia a empresa em diversos aspectos, principalmente, na tomada de decisão. O **SWOT** consegue maximizar as oportunidades do ambiente através dos pontos fortes da empresa e ainda minimizar as ameaças e pontos fracos que a mesma possui.

Matriz SWOT

03 - 5 regras simples para uma Análise SWOT bem sucedida:

- 1** - A análise SWOT deve distinguir o momento atual e o momento futuro da empresa;
- 2** - A análise deve ser feita em áreas específicas. Áreas de atuação da empresa;
- 3** - Deve sempre ser aplicada levando em conta a concorrência (fazendo comparações);
- 4** - Deve ser curta e simples, evitando complexidade;
- 5** - É importante lembrar que se trata de uma análise subjetiva e não objetiva.

Matriz SWOT

04 - Conclusão - Matriz de Análise SWOT:

Resumindo, nós conseguimos perceber que a Análise SWOT se trata de uma ferramenta para uma ampla análise ambiental corporativa, que atua como um pilar de sustentação da gestão e do planejamento estratégico de uma organização. É válido ressaltarmos que devido a sua simplicidade a Matriz pode ser usada em empresas de qualquer porte ou tamanho, não sendo exclusiva de grandes corporações ou multinacionais. Ela também pode ser usada de uma maneira que ficou conhecida por **SWOT cruzada**, onde as informações dos quatro quadrantes se cruzam, possibilitando assim delinear inúmeras estratégias para o futuro da empresa.

SWOT CRUZADA

		Análise Interna	
		S (strengths) Pontos fortes	W (Weaknesses) Pontos fracos
Análise Externa	O (opportunities) Oportunidades	SO (maxi-maxi) Tirar o máximo partido dos pontos fortes para aproveitar ao máximo as oportunidades detectadas.	WO (mini-maxi) Desenvolver as estratégias que minimizem os efeitos negativos dos pontos fracos e que em simultâneo aproveitem as oportunidades emergentes.
	T (Threats) Ameaças	ST (maxi-mini) Tirar o máximo partido dos pontos fortes para minimizar os efeitos das ameaças detectadas.	WT (mini-mini) As estratégias a desenvolver devem minimizar ou ultrapassar os pontos fracos e, tanto quanto possível, fazer face às ameaças.

SWOT CRUZADA

➤ DESENVOLVIMENTO = OPORTUNIDADES + PONTOS FORTES

MAXI-MAXI = ALAVANCAGEM

➤ CRESCIMENTO = OPORTUNIDADES + PONTOS FRACOS

MINI-MAXI = LIMITAÇÕES/DEBILIDADES

➤ MANUTENÇÃO = AMEAÇAS + PONTOS FORTES

MAXI-MINI = VULNERABILIDADE

➤ SOBREVIVENCIA = AMEAÇAS + PONTOS FRACOS

MINI-MINI = PROBLEMAS

Matriz SWOT

Dica: Portanto, fica claro que as possibilidades permitidas através da **Análise SWOT** são imensas e essenciais. Ela deve ser usada por qualquer empresa que deseja se tornar competitiva no mercado em que atua. A matriz consegue produzir uma capacidade clara e transparente de visualização externa e interna da organização, possibilitando ao seu gestor maximizar suas atividades de forma que consiga tirar proveito das oportunidades e ao mesmo tempo se proteger das ameaças que possam surgir. Toda empresa que deseja minimizar suas dificuldades deve fazer uso desse tipo de análise, principalmente, para estabelecer uma posição estratégica forte e conseguir atingir o maior controle possível sobre as variáveis que rodeiam seu ambiente.