

FACULDADE CATÓLICA DOM ORIONE

CURSO DE TECNÓLOGO EM GESTÃO FINANCEIRA

LEANDRO ALVES CLEMENTE

**ANÁLISE SWOT – PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO PARA GERENCIAMENTO DE
CONTROLE INTERNO EM UMA EMPRESA DE SEGURANÇA ELETRÔNICA**

ARAGUAÍNA

2021

LEANDRO ALVES CLEMENTE

**ANÁLISE SWOT – PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO PARA GERENCIAMENTO DE
CONTROLE INTERNO EM UMA EMPRESA DE SEGURANÇA ELETRÔNICA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado a Faculdade Católica Dom Orione, como requisito parcial para obtenção do grau de Tecnólogo em Gestão Financeira

Orientador: Prof. Esp. Paulo Augusto Morais Negres.

ARAGUAÍNA

2021

LEANDRO ALVES CLEMENTE

**ANÁLISE SWOT – PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO PARA GERENCIAMENTO DE
CONTROLE INTERNO EM UMA EMPRESA DE SEGURANÇA ELETRÔNICA**

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi julgado adequado para obtenção do Grau de Tecnólogo em Gestão Financeira da Faculdade Católica Dom Orione e aprovado em sua forma final em:

Apresentado à Banca Examinadora composta pelos professores:

Profº. Esp. Paulo Augusto Morais Negres
Orientador

Profº MSc. Flávio Rafael Bonamigo
Examinador

Profº Esp. Agenor Neto Cabral da Cruz
Examinador

ANÁLISE SWOT – PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO PARA GERENCIAMENTO DE CONTROLE INTERNO EM UMA EMPRESA DE SEGURANÇA ELETRÔNICA

SWOT ANALYSIS - STRATEGIC PLANNING FOR INTERNAL CONTROL MANAGEMENT IN AN ELECTRONIC SECURITY COMPANY

Leandro Alves Clemente¹

Paulo Augusto Morais Negres²

RESUMO

Este artigo científico visa analisar como a ferramenta SWOT, pode auxiliar no processo de gerenciamento e controles internos de uma empresa familiar da cidade de Araguaína-TO. O estudo tem por objetivo demonstrar o processo de identificação e gerenciamento de fatores que necessitam de melhoria ou inovação a partir das forças, fraquezas, oportunidades e ameaças da empresa estudada. A metodologia consiste na utilização da análise SWOT, pesquisa bibliográfica e estudo de caso. Os resultados apontaram que concorrência e falta de aplicação tecnológica estão entre as principais fraquezas da empresa. O estudo concluiu que a análise SWOT agregou conhecimento, informações e dados, que possibilitarão o gestor obter sucesso, pois, o gerenciamento estratégico é fundamental para o êxito de qualquer negócio.

Palavras chave: Análise SWOT. Estratégia. Gerenciamento.

ABSTRACT

This scientific article aims to analyze how the SWOT tool can help in the management process and internal controls of a family business in the city of Araguaína To. The study aims to demonstrate the process of identifying and managing factors that need improvement or innovation based on the strengths, weaknesses, opportunities and threats of the studied company. The methodology consists of the use of SWOT analysis, bibliographical research and case study. The study concluded that the SWOT analysis added knowledge, information and data, which will enable the manager to be successful, as strategic management is essential for the success of any business.

¹ Graduando em Tecnologia em Gestão Financeira pela Faculdade Católica Dom Orione.

² Graduado em Administração de Empresas pela Faculdade Católica Dom Orione, com MBA em Gestão Financeira Controladoria e Auditoria, Possui CPA-20 Certificações de Análise de investimentos, bancário em Banco Bradesco e Professor Da Faculdade Católica Dom Orione – FACDO.

Key words: SWOT analysis. Strategy. Management.

1 INTRODUÇÃO

Com o vasto crescimento das empresas, os administradores e gestores começaram a se preocupar com as diversas atividades, e observaram que é necessário o acompanhamento contínuo das operações e desempenho, mas para que isso ocorra, é necessário a criação de certos procedimentos de controle e gerência, abrangendo toda a sua administração.

Segundo Attie (2010), a importância do controle interno fica evidente no momento em que se torna impossível garantir a continuidade do fluxo de operações e a confiabilidade dos resultados gerados por esse fluxo. Quanto maior a empresa, maiores e mais complexas se tornam as operações, ficando inviável a inexistência de um controle.

A escolha desse tema tem por base a importância do controle interno para as empresas e para a sociedade, pois parte do insucesso das empresas, pode ser percebido pelo fato das mesmas não deterem um plano de controle que possa impedir erros e fraudes antes que aconteçam, esses erros podem ser evitados com controle e eficiência na gestão.

O objetivo deste artigo é demonstrar a importância de implementar e adaptar controle interno no setor operacional e administrativo da empresa, de modo que possa haver segurança em seus processos, definindo formas simples e eficazes de evitar erros e fraudes, possibilitando um gerenciamento e melhoria contínua.

Nesse contexto busca-se de forma específica, analisar a importância dos controles internos, explicar o que é a análise SWOT, definir a abrangência da análise SWOT, e realizar um estudo de caso exploratório em uma empresa de segurança da cidade de Araguaína-TO.

A metodologia utilizada, consiste em pesquisa documental, através de sites e de documentos da empresa estudada, bibliográficos que traz a conceituação e posicionamentos dos autores a respeito do tema. Será feito um estudo de caso em uma

empresa de segurança na cidade de Araguaína-TO sobre a aplicabilidade do controle interno e sua eficácia, para isso também consideraremos a análise SWOT, da empresa objeto de pesquisa.

A princípio será explanado um referencial teórico a respeito do tema, trazendo bibliografias que visam elucidar o estudo, posteriormente serão apresentadas as particularidades da empresa estudada na análise dos resultados, e por fim será apresentada as considerações sobre o tema pesquisado.

2 CONCEITOS E DEFINIÇÕES

A seguir apresentaremos discussões e definições a respeito dos controles internos nas empresas, do planejamento estratégico e de fatores que levam a aplicação da análise SWOT nas empresas.

2.1 Controle Interno

Conforme o American Institute of Certified Public Accountant - AICPA (1995) *apud* Corbari e Macedo (2012), o controle interno compreende o plano de organização e o conjunto coordenado dos métodos e medidas, adotados pela empresa, para proteger seu patrimônio, verificar a exatidão e a fidedignidade de seus dados contábeis, promover a eficiência operacional e encorajar a adesão à política traçada pela administração.

Afirma Colella (1986, p.3), que controlar é preciso porque “o indivíduo está sujeito a fatores adversos, tais como fraqueza, incapacidade etc.”. Em virtude disso, o controle suprime e norteia o indivíduo em suas ações. Com base nessa definição, muitas organizações têm adotado o sistema de controle interno com o intuito de definir e padronizar os procedimentos necessários para obter mais controle de seu negócio, bem como, na organização de sua empresa, garantindo maior confiabilidade do seu negócio e melhores resultados.

De modo geral, os conceitos e definições a respeito do controle interno estão relacionados ao planejamento organizacional que envolve processos administrativos e contábeis, visando organizar a empresa e fazer com que seus colaboradores respeitem

e deem continuidade às políticas traçadas pela administração.

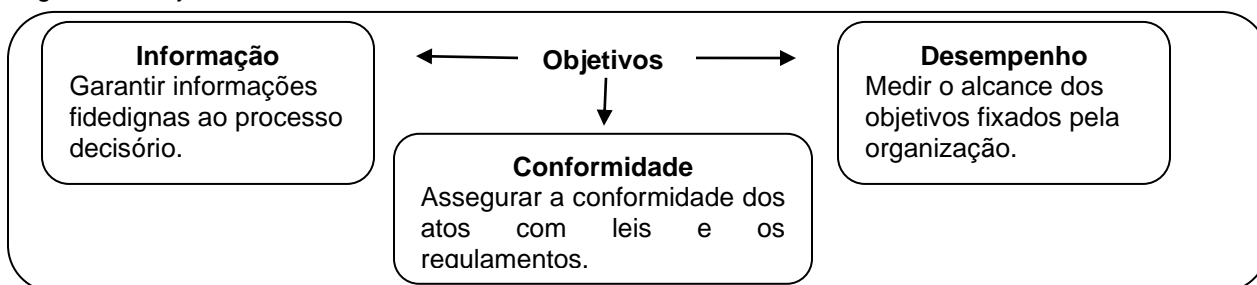
Não obstante, Almeida (2003, p.63), considera que “o controle interno representa o conjunto de procedimentos, métodos ou rotinas com objetivos de proteger os ativos, produzir dados contábeis confiáveis e ajudar a administração na condução ordenada dos negócios da empresa”.

Conceito esse que é ratificado por Guimarães (2001), quando o autor afirma que esse controle é instrumento que visa à consistência de procedimentos técnicos e administrativos, assegurando-se os meios indispensáveis ao acompanhamento das ações planejadas e análise dos resultados desejados.

Pereira (2009), cita três principais objetivos do processo do controle interno: objetivos de desempenho; objetivos de informação, e objetivos de conformidade.

Na figura abaixo demonstra três principais objetivos dos controles internos e a função de cada um deles, vejamos:

Figura 2.1 Objetivos do controle interno.



Fonte: Adaptado (Pereira, 2009).

Nesse sentido cabe explanar que os objetivos do controle interno consistem em ter objetivos e informações confiáveis, para assim ter desempenho nas organizações acima do aceitável, e trazer resultados para a empresa.

3 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

3.1 Definição de Planejamento

Planejamento estratégico é um processo de formulação e execução de estratégias organizacionais para buscar a competição bem-sucedida da organização e

de sua missão e visão no ambiente onde ela atua, (CHIAVENATO, 2020).

O planejamento estratégico é o processo contínuo de, com o maior conhecimento possível do futuro considerado tomar decisões atuais que envolvem riscos futuros aos resultados esperados, organizar as atividades necessárias à execução das decisões, e através de uma reavaliação sistemática, medir os resultados face às expectativas alimentadas, (DRUCKER, 1984, p.133-136).

O planejamento estratégico visa assumir padrões decisivos para o direcionamento das atitudes da organização em relação ao seu plano, de modo a proporcionar uma previsão acerca do futuro da empresa, independentemente do seu porte. Contudo, não há um modelo pré-estabelecido para auxiliá-la no desenvolvimento desse planejamento, de forma que cada organização deve adequá-lo de acordo com as suas especificidades, mediante certa flexibilidade no processo de elaboração, pois readequações de novas estratégias podem surgir no decorrer da execução.

Oliveira (2003), afirma que o planejamento estratégico é a ação administrativa que define a melhor direção que a empresa deve seguir com o intuito de otimizar o seu grau de interação entre os ambientes interno e externo, o que acarreta desempenhar as suas atividades de maneira inovadora e diferenciada, sendo capaz de influenciar todos da organização.

3.2 Conceito de Estratégia

O conceito de estratégia vem modificando-se ao longo do tempo em decorrência de diversos fatores, como “o desenvolvimento de determinados paradigmas estratégicos, a difusão de modelos para análise ambiental, a utilização de ferramentas para gerenciar a mudança e a reciclagem de ideias anteriores” (LOBATO et al., 2008, p. 15).

Segundo Meirelles (1995), uma das primeiras utilizações da palavra estratégia foi feita há aproximadamente 3.000 anos pelo estrategista chinês Sun Tzu, que defendia que todos os indivíduos são capazes de enxergar as táticas pelas quais se obtém o triunfo, mas ninguém consegue visualizar a estratégia a partir da qual grandes conquistas são alcançadas.

Mintzberg (2006) explica que, no tempo de Péricles (450 a.C.), a palavra

estratégia correspondia às habilidades administrativas ou gerenciais, ou seja, à capacidade de liderança, poder, oratória e administrativa. Mais adiante, na época de Alexandre (330 a.C.), o seu significado passou a corresponder às habilidades utilizadas para vencer um adversário e criar um sistema global de governabilidade.

Thompson Junior e Strickland (2000), definem estratégia como um grupo de mudanças competitivas e táticas comerciais que os gestores realizam para alcançar o melhor desempenho da organização, ou seja, trata-se do planejamento do jogo da alta cúpula da administração para fortalecer a posição da instituição no mercado, além de proporcionar a satisfação dos consumidores e alcançar as metas de desempenho.

Segundo Oliveira (2003), independentemente do conceito dado ao termo estratégia, algumas palavras chaves se destacam, diminuindo a amplitude desses conceitos e tornando os sinônimos, como:

- missão;
- objetivos;
- mudanças;
- integração;
- desempenho;
- resultados;
- competitividade;
- adequação organizacional, e
- posicionamento.

A evolução da estratégia foi de grande auxílio para o âmbito empresarial. É claro que uma organização pode optar por elaborar ou não estratégias, entretanto, no momento em que não existe um caminho definido a seguir, qualquer direção servirá, podendo ocorrer percalços que poderiam ser evitados se houvesse um planejamento estratégico, guiando a empresa para um rumo mais assertivo. A partir de metas organizadas e bem aproveitadas, é possível visualizar o que está sendo realizado e o que poderá ser alcançado (GUAZZELLI, 2018).

3.2.1 Execução da estratégia

A execução constitui a etapa mais demorada, difícil e complexa de todo o

processo de planejamento estratégico e depende da maneira como este foi formulado e implementado. A execução constitui a etapa que define o sucesso ou fracasso do plano estratégico. Mais vale a estratégia conduzida e praticada nas mãos e corações das pessoas do que simplesmente imaginada e concebida na cabeça dos dirigentes. O segredo maior está em fazer com que as pessoas sejam protagonistas e não simplesmente expectadores do processo, (OLIVEIRA, 2001).

O processo de planejamento estratégico não muda apenas o modelo de fazer negócios ou os processos de trabalho da organização, ele muda também, e principalmente a cultura organizacional, e talvez seja esta a sua principal finalidade nos tempos atuais: mudar o modelo mental que predomina nas organizações.

A mudança cultural – diferentemente da mudança organizacional ou da mudança em produtos, serviços, processos, tecnologias – é lenta e demorada. Ela sofre resistências de todos os tipos e de todos os lados. Mas a mudança da cultura organizacional não somente é possível e desejável, como também indispensável e fundamental para o sucesso organizacional, levando-se em conta que a organização atua em ambientes altamente dinâmicos, mutáveis, instáveis e em constante transformação, (PARNELL, 2000).

A maioria dos fracassos estratégicos ocorrem exatamente na fase da execução da estratégia, mesmo com estratégias maravilhosamente idealizadas. É que, boa parte das vezes, o impulso dado pelo líder estratégico não chega ao nível tático e operacional e quase sempre a estratégia morre no meio do caminho e se esvanece no ar.

Simplesmente, a estratégia não acontece na prática, pois a base da organização não tem a mínima ideia do que fazer, por falta de comunicação e treinamentos adequados. A forte separação entre a formulação (aqueles que tomam decisões a respeito do futuro da organização) e a execução (aqueles que irão executá-las) provoca um hiato que impede a sua viabilidade, (CAMPOS, 1996).

4 ANÁLISE DE SWOT

Análise de SWOT dos termos em inglês *strengths*, *weaknesses*, *opportunities* and *threats*, trata-se da avaliação global de forças, fraquezas, oportunidades e

ameaças, monitorando os ambientes externo e interno das organizações variáveis conhecidas como: Strengths (Forças), Weaknesses (Fraquezas), Opportunities (Oportunidades) e Threats (Ameaças), (KOTLER; KELLER, 2006).

Com estas quatro variáveis, pode ser feita a inventariação das forças e fraquezas da empresa, das oportunidades e ameaças do meio em que a empresa é atuante. (RODRIGUES, et al 2005).

As ameaças e as oportunidades são vistas como faces de uma mesma moeda. Quando existe ameaça, existe também oportunidade, e vice-versa, uma vez que ambas são decorrência de mudanças nas conjunturas de mercado, da tecnologia, da concorrência, dos sindicatos etc. (ZACCARELLI, 2013).

O que forças e fraquezas têm em comum? Elementos internos à organização. Esses são fatores controláveis por ela. Já as ameaças e oportunidades são reflexos do que acontece no mundo externo à organização, mas que representam alguma possibilidade de impacto na referida empresa. Sendo assim, temos dimensões interna/externa. As forças e as fraquezas de uma organização referem-se aos fatores internos, já as oportunidades e as ameaças de uma organização referem-se aos fatores externos, (SERRA et al, p. 37).

A análise SWOT é um instrumento muito útil na organização do planejamento estratégico. Por intermédio dela pode-se relacionar metodicamente em um gráfico, quais são as forças, as fraquezas, as oportunidades e as ameaças que rondam a empresa, ajudando a gerenciá-la para melhorar o desempenho (SERRA et. al. (2004, p. 86).

Conquanto, ao compararmos as dimensões interna e externa de uma organização, podemos notar aspectos que são desejáveis e aspectos desagradáveis em relação às possibilidades futuras da organização. Temos: Dimensão positiva/negativa nesta dimensão, o que observamos é a relação entre as forças, as fraquezas, as oportunidades e as ameaças.

A relação entre as forças e as oportunidades é positiva e revela as oportunidades de alavancar o desempenho da organização. Ela representa de que forma a empresa pode utilizar suas forças para aproveitar as oportunidades que se apresentam. Proporciona escolher o melhor caminho para alcançar os objetivos propostos na visão. Por exemplo, se uma empresa possui mão de obra qualificada e

surge a oportunidade de usá-la para realizar um trabalho com fortes especificações técnicas, notamos aqui uma informação positiva revelada pela Análise SWOT.

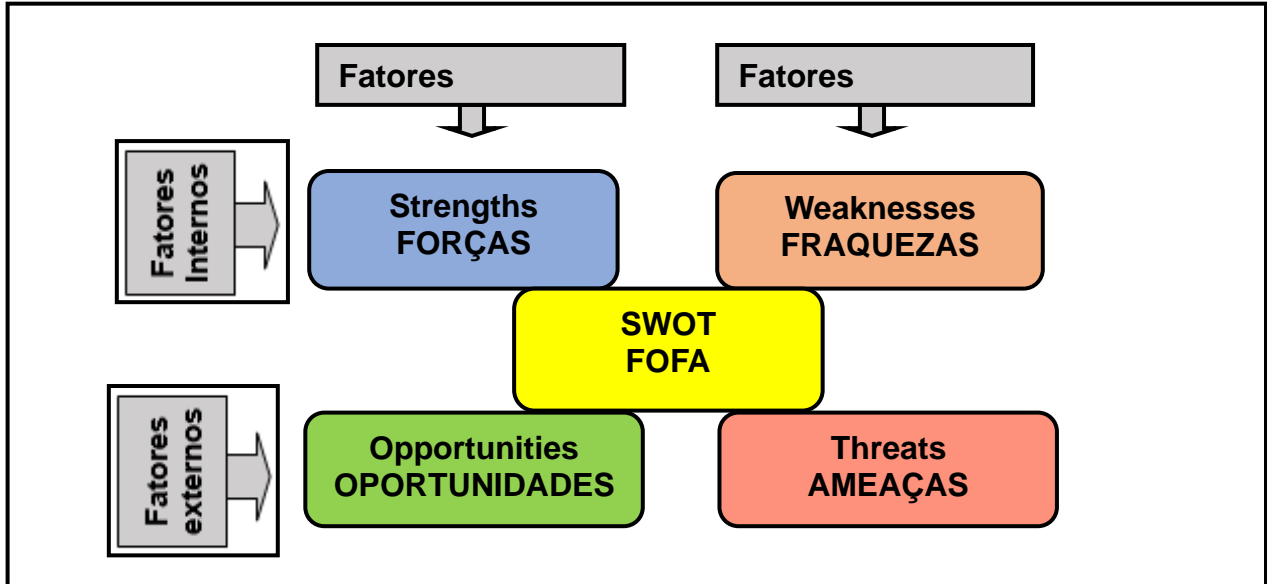
Por outro lado, a relação entre as fraquezas e as ameaças é negativa e revela os problemas enfrentados por uma organização. Nesse ângulo de análise, você encontra possíveis problemas que a empresa virá a enfrentar. A exemplo, uma empresa tem a fraqueza de estar com escassez de recursos para investimentos. A crescente abertura para o mercado internacional faz com que um novo concorrente, com fortes disponibilidades de investimento se insira no mercado em que essa empresa atua. Tal ameaça, aliada à limitação de recursos financeiros, representa um claro problema para essa organização. Essa análise apresenta sérios problemas que a empresa poderá enfrentar, revelando, portanto, aspectos negativos para a referida empresa.

Uma vez que a Análise SWOT é a comparação entre os ambientes interno (forças e fraquezas) e externo (oportunidades e ameaças) de uma organização, essa análise não deve se resumir a comparar forças/oportunidades e fraquezas/ameaças, como fizemos nos dois últimos parágrafos. O que falta fazer? Sim, comparar forças/ameaças e fraquezas/oportunidades

Vamos por partes. O que identificamos se compararmos as oportunidades que se apresentam para uma organização e suas fraquezas? Essa análise permite identificar as limitações em um negócio. Em resumo, ela permite avaliar quais são as oportunidades que se apresentam para uma organização que não podem ser aproveitadas por ela em razão de determinadas limitações que ela possui. Um exemplo seria um terreno interessante que está à venda e uma imobiliária que gostaria de comprá-lo, mas não possui recursos para tal aquisição.

E a comparação entre ameaças e forças? O que essa análise permite revelar? Vamos ver um exemplo: se uma empresa possui uma marca forte (força) e enfrenta a ameaça da chegada de um concorrente no seu mercado que possui uma marca muito forte em âmbito mundial, podemos notar a presença de uma vulnerabilidade. Portanto, se alguém pergunta a você o que a Análise SWOT permite encontrar por meio da comparação entre ameaças e forças, a resposta é: as vulnerabilidades do negócio. Podemos ter visualização de como funciona passa a passo da análise SWOT na figura abaixo.

Figura 4.1 Sequencia da análise SWOT



Fonte: Adaptado (Casarotto, 2019).

Através desse sequencial pode ser formado o modelo de estudo que deseja efetuar com SWOT. Exemplo é o questionário onde pode ser demonstrado os requisitos para formação de uma estratégia.

5 RESULTADOS E DISCUSSÕES

De acordo com Mascarenhas (2012, p. 43), o método de pesquisa e investigação são divididos de acordo com as bases lógicas; abordagem dada ao problema; o objetivo da pesquisa e segundo o procedimento técnico utilizado. Para a pesquisa em questão foi adotado como base o controle interno empresarial, a partir da abordagem dada ao problema para atingir seus objetivos.

O estudo foi realizado em uma empresa do ramo de segurança eletrônica, situada na cidade de Araguaína, localizada no norte do estado do Tocantins, com cerca de 186.245 habitantes, e considerada capital econômica do estado.

A empresa Sistemak, vem a 16 anos atendendo a área de instalação e manutenção de equipamento de segurança eletrônica. Atualmente possui 1 colaborador, sendo essa de gerenciamento familiar desde de sua fundação.

O estudo de caso foi realizado objetivando a melhoria do gerenciamento

interno, para resultar na melhoria do processo gerencial. O estudo foi proposto após algumas visitas a uma empresa de um familiar, onde foi verificada a necessidade de formular uma estratégia para melhoria do gerenciamento interno.

Tendo como princípio uma estratégia para resultados nítidos e de fácil compreensão do proprietário, foi necessário o uso da análise de SWOT, possibilitando assim, a demonstração de todas as forças e fraquezas que a empresa demonstrava no requisito gerenciamento interno.

Outrossim, o estudo foi elaborado usando um questionário com perguntas que possibilitam fazer análise de SWOT, na figura abaixo pode ser verificado o questionário.

Figura 5.1 Questionário de forças e fraquezas

Aspectos internos	Strengths (FORÇAS)	Weaknesses (FRAQUEZAS)
	<ol style="list-style-type: none"> 1) Somos bons em quê? 2) Qual é a nossa vantagem competitiva? 3) Qual é o nosso diferencial? 4) Quais recursos temos à nossa disposição? 5) Quais vantagens oferecemos aos nossos funcionários? 6) Do que os nossos clientes mais gostam em nós? 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Não somos bons em quê? 2) O que a concorrência faz melhor do que nós? 3) Nossos clientes reclamam de quê? 4) Quais desvantagens a nossa equipe enfrenta? 5) O que impede o nosso desenvolvimento? 6) Estamos em falta de quais recursos?

Fonte: Adaptado (Pereira, 2009).

Figura 5.1 Oportunidades e Ameaças.



Fonte: Adaptado (Pereira, 2009).

Através do questionário foi possível identificar as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças.

5.1 Forças

- ✓ Atendimento com agilidade;
- ✓ Disponibilidade para atender os clientes;
- ✓ Preocupação de dono com atendimento prestado aos clientes;
- ✓ Mão de obra terceirizada;
- ✓ Reconhecimento e valorização profissional;
- ✓ Qualidade e agilidade na prestação do serviço.

5.2 Fraquezas

- ✓ Inexistência de um sistema de gerenciamento interno;
- ✓ Não possui sistema de monitoramento;
- ✓ Pouca mão de obra;
- ✓ Falta de investimento.

5.3 Oportunidades

- ✓ Acessibilidade econômica;
- ✓ Baixa de preço do produto;
- ✓ Ineficiência da segurança pública;
- ✓ Aumento imobiliário em locais ermos.

5.4 Ameaças

- ✓ Mudanças políticas;
- ✓ Alteração na legislação que norteia o setor;
- ✓ Entrada de um concorrente de grande porte no mercado;
- ✓ Instabilidade no mercado financeiro/ aumento de preço;
- ✓ Baixa procura pelo produto/serviço;
- ✓ Inovações tecnológicas que possibilitem monitoramento autônomo (app de monitoramento).

Com questionário foi possível efetuar a análise e demonstrar pontos de melhoria e formação estratégica para o gerenciamento interno.

Nas fraquezas foram identificados, falta de sistema para controle de fluxo de caixa, estoque, gerenciamento de serviços e produtos, demonstrando assim, que é necessário investimento de um software para um melhor gerenciamento. Outro ponto é a mão de obra, pois, com a alta demanda de serviços, essa não é suficiente para um controle interno e externos das obrigações da empresa. Conquanto, verificou-se, que a falta de investimento é uma das principais fraquezas.

Na análise das ameaças, pontos externos, mas com influência em todo gerenciamento interno, foram apontadas as mudanças na gestão pública, sendo este um dos principais fatores que alteram a econômica, pois, influência o modo de viver e pensar de uma sociedade. Outro fator ameaçador, são as empresas de grande porte, pois possuem maior poder de compra, o que as possibilitam comprar mais, com menos, e ofertar o produto com valores menores.

Dentre os pontos, verificou-se que, as inovações tecnológicas, podem possibilitar monitoramento autônomo, ou seja, que os clientes por conta própria sejam capazes de realizar o monitoramento do seu patrimônio.

Contudo, essas ameaças podem ser contidas, através da busca de fidelização do cliente, prestação de um serviço com eficácia e sempre realizando feedback com estes.

Por conseguinte, analisando as forças e oportunidades, pode-se elencar alguns pontos, como: bom atendimento ao cliente e valorização profissional, pois, acredita-se, serem indispensáveis ao sucesso de uma gestão empresarial. Ademais, foi listado ainda como oportunidade, a crescente demanda, em face da ineficiência da segurança pública e do aumento imobiliário em locais ermos, tendo em vista que, a segurança é um dos fatores de maior relevância a uma sociedade.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pequenas e médias empresas não se preocupam muito com planejamento estratégico para o gerenciamento, ou mesmo para a tomada de decisões, pois, tendem a focar apenas nas rotinas diárias, sem se atentarem ao futuro, ou a traçar objetivos e metas a longo prazo.

A análise SWOT pode colaborar no processo de elaboração de uma boa estratégia de melhoria no gerenciamento, através da identificação de suas forças, fraquezas, ameaças e oportunidades existentes no ambiente empresarial em que for aplicada, e dessa forma tende a proporcionar maior competitividade organizacional.

O estudo pode concluir que essa ferramenta pode realizar um diagnóstico da empresa, trazendo um panorama completo do que precisa ser modificado e melhorado, além de contribuir na tomada de decisão, mitigando possíveis equívocos e possibilitando um planejamento robusto e eficiente, dessa forma fraquezas podem ser corrigidas, e forças tendem a ser valorizadas e exploradas.

De posse de informações pormenorizadas, o gestor poderá gerir a empresa de acordo com as necessidades da empresa, pois terá dados e informações para o subsidiar no estabelecimento de metas, prioridades, planos e estratégias a curto, médio e longo prazo, afinal o controle interno aliado ao planejamento estratégico só são possíveis se o gestor possuir ferramentas de coletas de informações eficientes, e se estas informações se mostrarem coesas e fidedignas as reais situações da empresa.

Em síntese, essa metodologia demonstra ser eficiente e eficaz, pois traz

realidades e oportunidades que um olhar simples não traria, como é o caso do estudo em tela, que explicitou as principais necessidades da empresa, bem como, os pontos de sucesso, possibilitando assim, uma estratégia para continuidade dos pontos positivos e melhoria daquele que deteriorariam o resultado da organização.

Ademais, foi possível concluir que a empresa necessita de investimento para melhoria no gerenciamento interno, pois precisa da implementação de um sistema de monitoramento e da contratação de mão de obra. Conquanto, a demanda existente, corresponderia tal investimento, tornando assim a aquisição destes, fundamental ao sucesso da empresa, e assim aumentar seus recebíveis e possibilitar longevidade no processo produtivo da empresa.

Deste modo, a ferramenta ora aplicada, elucidou informações essenciais para um planejamento estratégico, trazendo à tona as principais necessidades e oportunidades da empresa, possibilitando assim, traçar estratégias, criar planos e verificar quais devem ser suas prioridades na gestão. Em suma, ao cruzar e/ou analisar as informações, a empresa poderá planejar seus próximos passos, e assim, potencializar suas forças, diminuir suas fraquezas, utilizar as oportunidades e encarar as ameaças.

Assim, a análise SWOT agregou conhecimento, informações e dados, que possibilitarão o gestor obter sucesso, pois, o gerenciamento estratégico é fundamental para o êxito de qualquer negócio, e aplicar a ferramenta na empresa como nas demais deve ser pautado na seriedade em que os gestores tratam a informação, pois somente com qualidade na gestão se colhe frutos positivos da execução do planejado.

Por fim, levaremos o resultado dessa análise ao proprietário da empresa analisada, a fim de que, de posse das informações apresentadas, ele possa ter indicativos que o ajudem a melhorar o desempenho de sua empresa e conseqüentemente, proporcionar melhores resultados.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Marcelo Cavalcanti. **Auditoria: um curso moderno e completo**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

ATTIE, W. **Auditoria: conceitos e aplicações**. 6. ed São Paulo : Atlas, 2011.

CASAROTTO FILHO, N.; KOPITTKKE, B. H. **Análise de investimentos: matemática financeira, engenharia econômica, tomada de decisão, estratégia empresarial**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

CAMPOS, V. F. **Gerenciamento pelas diretrizes**. Belo Horizonte: QFCO, 1996.

CUNHA, P. R.; BEUREN, I. M.; PEREIRA, E. **Análise dos pareceres de auditoria das demonstrações contábeis de empresas de Santa Catarina registradas na Comissão de Valores Mobiliários**. Revista de Informação Contábil. Recife/PE, v. 3, n. 4, p. 44-65, 2009.

CHIAVENATO, I.; SAPIRO, A. **Planejamento estratégico: fundamentos e aplicações**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.415p.

CHIAVENATO, I. **Planejamento Estratégico - Da Intenção aos Resultados**. 4. ed. 2020.

COLELLA, Victor. **Auditoria: controle interno**. 2. Ed. São Paulo: Saraiva, 1986.

CORBARI, E. C.; MACEDO, J. D. J. **Controle Interno e Externo na Administração Pública**. ed. InterSabers, 2012.

CRISANTE, N. B.; CRESTO, V. **Risco operacional: o porquê de se registrarem perdas**. Resenha BM&F n. 156. Artigo técnico.

DRUCKER, P. F. (1984). **Prática de Alimentação de Empresa**. São Paulo, Pioneira.

GUAZZELLI, C.S., Cunha, C.B. (2018). **Exploring K-best solutions to enrich network design decision-making**. Omega, 78, 139-164.

GUIMARÃES, Rafaela dos Santos. **A importância do controle interno para êxito das empresas**. Revista Brasileira de Contabilidade, n. 127, p. 62-65, jan./fev. 2001. [S.l.]

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

LOBATO, D. M.; MOYSÉS-FILHO, J.; TORRES, M. C. S.; RODRIGUES, M. R. A.

Estratégia de empresas. 9. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2009. 208 p.

MASCARENHAS, S. A. (2012). **Metodologia científica.** São Paulo: Pearson.

MINTZBERG, Henry. **A estrutura das Organizações.** São Paulo: Dom Quixote, 2006.

MEIRELLES, A. M. ; Gonçalves, C. A. **O planejamento estratégico no Banco Central do Brasil e a viabilidade estratégica em uma unidade descentralizada da autarquia:** um estudo de caso. UFMG. 1995.

OLIVEIRA, L. M.; PEREZ JR., J. H.; SANTOS SILVA, C. A. **Controladoria estratégica.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

OLIVEIRA, D. P. R. **Planejamento estratégico:** conceitos, metodologias e práticas; 19. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

OLIVEIRA, D. P. R. Planejamento estratégico: conceitos, metodologia e práticas. 33. ed. São Paulo: Atlas, 2015. 347 p.

PARNELL, J. **Administração estratégica:** conceitos. São Paulo: Atlas, 2000.

RODRIGUES, Jorge Nascimento; et al. **50 Gurus Para o Século XXI.** 1. ed. Lisboa: Centro Atlântico.PT, 2005

SÉRGIO BAPTISTA ZACCARELLI. Administração estratégica da produção, São Paulo: Atlas, 2013.

SERRA, F. A. R.; TORRES, M. C. S.; TORRES, A. P. **Administração estratégica:** conceitos, roteiro prático e casos. 1. Ed. Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso editores, 2004. 178 p.

THOMPSON JR., A. A.; STRICKLAND III, A. J. (2000) **Planejamento Estratégico: elaboração, implementação e execução.** São Paulo, Pioneira.

WALLAUER, N. **Análises estratégicas no setor público.** Administradores, 3 nov. 2014. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/negocios/analises-estrategicas-no-setor-publico/82379/>>. Acesso em: 20 set. 2021.

WRIGHT, P.; KROLL, M. J.; PARNELL, J. **A Administração estratégica:** conceitos. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2000.