



ANTONIA EVELIENE DA S. OLIVEIRA¹

FRANCISCA NATHALY S. DE SOUZA²

OHANA DE AQUINO³

ANGELITA MOCELIN BETT⁴

APLICAÇÃO DA ANÁLISE SWOT NA ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

APPLICATION OF SWOT ANALYSIS IN BUSINESS STRATEGY

ARTIGO 1

08-17

1 Bacharel em Administração da Uniasselvi, Indaial, SC, eveliene.s.oliveira@gmail.com

2 Bacharel em Administração da Uniasselvi, Indaial, SC, nathalysouza750@gmail.com

3 Bacharel em Administração da Uniasselvi, Indaial, SC, ohana.aquino92@gmail.com

4 Mestre em Administração pela Universidade do Estado de Santa Catarina UDESC, Florianópolis, SC, admangel1@hotmail.com

Resumo: A Análise SWOT é uma ferramenta utilizada no planejamento estratégico, para identificar oportunidades, fraquezas, forças e ameaças relacionadas à competitividade nos negócios ou em planejamento de projetos. O presente trabalho tem como objetivo a aplicação da Análise SWOT em uma empresa do setor de Utilities, especializada em soluções de serviços, aplicados na automação, controle, supervisão e segurança de sistemas elétricos e revenda de equipamentos de telecomunicação. A pesquisa se embasou na pergunta: Como a aplicação da Análise SWOT pode auxiliar a empresa AMTK Energia nas estratégias de negócio? O método utilizado foi a pesquisa qualitativa, com base em revisão bibliográfica, seguida pelo diagnóstico empresarial realizado por meio de entrevista com uso de questionário, sendo o respondente o sócio-diretor administrativo da empresa. Posterior à análise dos dados, realizou-se a aplicação da Matriz SWOT, evidenciando, então, o posicionamento da empresa diante dos ambientes externo e interno. Externamente, as ameaças estão na limitação do mercado de atuação. Contudo, essa condição permite crescimento dentro do nicho, por meio de parcerias e novos fornecedores de equipamentos e softwares. Internamente, a empresa apresenta fraquezas como a falta de planejamento de médio e longo prazo. Em contrapartida, seu potencial está em ser a única revendedora autorizada da linha Ruggedcom na América Latina e no investimento contínuo na capacitação de seu capital humano. Conclui-se que a aplicação da Análise SWOT oferece à direção uma visão integral do negócio, possibilitando a criação de estratégias gerais e específicas, favorecendo decisões assertivas e o atendimento às prioridades críticas. O planejamento estratégico deve ser contínuo, com controle e monitoramento das metas, visando a consolidação no mercado.

Palavras-chave: Planejamento estratégico. Análise SWOT. Diagnóstico.

Abstract: SWOT Analysis is a tool used in strategic planning to identify opportunities, weaknesses, strengths, and threats related to business competitiveness or project planning. This paper aims to apply the SWOT Analysis to a company in the Utilities sector, specialized in service solutions applied to automation, control, supervision, and safety of electrical systems, as well as the resale of telecommunications equipment. The research was guided by the question: How can the application of SWOT Analysis assist AMTK Energia in its business strategies? The method used was qualitative research, based on a literature review, followed by a business diagnosis carried out through an interview using a questionnaire, with the respondent being the company's administrative managing partner. After data analysis, the SWOT Matrix was applied, thus highlighting the company's positioning in relation to its external and internal environments. Externally, the threats lie in the limitation of its market scope. However, this condition allows for growth within the niche,

through partnerships and new suppliers of equipment and software. Internally, the company shows weaknesses such as the lack of medium- and long-term planning. On the other hand, its potential lies in being the only authorized reseller of the Ruggedcom product line in Latin America and in its continuous investment in the development of its human capital. It is concluded that the application of the SWOT Analysis provides management with a comprehensive view of the business, enabling the creation of both general and specific strategies, supporting assertive decision-making and addressing critical priorities. Strategic planning should be continuous, with goal tracking and monitoring, aiming for market consolidation.

Keywords: Strategic planning. SWOT analysis. Diagnosis.

INTRODUÇÃO

De acordo com Becker *et al.* (2016, p. 3), “As organizações estão inseridas em um mercado em constantes transformações econômicas, tecnológicas, mudanças de comportamento e exigências dos clientes, fatores estes que exigem que as organizações também mudem e se ajustem às novas exigências”.

Esses fatores e condições permitem determinar se um mercado específico pode contribuir para o sucesso do negócio, portanto, a análise externa e interna do negócio é vital para a manutenção da organização.

Diante da competitividade, frente às mudanças da organização, primeiramente deve ser definido pela entidade onde querem chegar, a partir disso, devem ser definidos os caminhos e estratégias para que sejam alcançados (Becker *et al.*, 2016)

“A estratégia é ferramenta fundamental para que a organização consiga atingir suas metas e objetivos. Pensar de forma estratégica possibilita que a organização se atente às oportunidades e às ameaças que cercam a organização.” (Becker *et al.*, 2016, p. 13).

Corrêa explica, as necessidades que a empresa busca:

Considerando que cada vez mais organizações, em qualquer nível, têm se tornado mais complexas, observa-se nos cenários dos negócios que tal situação tem exigido das organizações uma capacidade maior de formulação e implementação de estratégias que possibilitem superar os desafios de mercado e atingir seus objetivos a médio e longo prazo. A análise de qual estratégia adotar pode ser formulada a partir da análise do ambiente externo da organização (Corrêa, 2020, p. 20).

A análise SWOT é uma ferramenta multidimensional para a análise estratégica, a qual consiste em: identificar os fatores internos de uma organização (pontos fortes e fracos) e os fatores ligados ao seu ambiente (fraquezas e ameaças); permite às organizações dar prioridade aos fatores em termos de impacto esperado, que sejam positivos ou negativos, sendo eles internos ou externos (Speth, 2023, p.2).

O presente trabalho proposto pelo curso de administração do Centro Universitário Leonardo da Vinci – UNIASSELVI, tem como objetivo a aplicação da Análise SWOT em uma empresa do setor de utilities, a AMTK Energia, a fim de elencar seus pontos fortes e fracos, bem como as possíveis oportunidades e ameaças, permitindo demonstrar como a aplicação dessa ferramenta pode auxiliar na estratégia empresarial. O trabalho proporcionará a aplicação prática do conhecimento teórico adquirido em aula. A empresa AMTK Energia LTDA atua no setor de Utilities, que se refere aos serviços essenciais, os quais mantêm a infraestrutura básica de uma sociedade em funcionamento. Esses serviços incluem água, eletricidade, gás, saneamento, telecomunicações e outros recursos cruciais para o dia a dia.

A AMTK Energia foi fundada em 2011 na incubadora da Universidade Federal de Itajubá e, em 2023, inaugurou uma filial em Jundiaí. Atua com soluções em automação de sistemas elétricos, incluindo subestações, redes de comunicação, supervisão, controle, segurança e desenvolvimento de *software*. É distribuidora oficial da linha Ruggedcom Siemens no Brasil e tem como visão ser reconhecida como uma das maiores fornecedoras nacionais para os setores de energia e industrial.

Segundo pesquisa do ManpowerGroup, o setor de energia e *Utilities* figuram entre as maiores criadoras de empregos em 2024, Brasil ocupa posição no ranking global para novas contratações (Canal Energia, 2024).

A abordagem metodológica adotada para atingir os objetivos propostos na realização da pesquisa partiu de um diagnóstico organizacional, por meio da aplicação de questionário

estruturado em formato de entrevista com o sócio-diretor administrativo da empresa. A partir da análise das informações obtidas, aplicou-se a Matriz SWOT, possibilitando a identificação e avaliação dos fatores internos (forças e fraquezas) e externos (oportunidades e ameaças) que influenciam o desempenho da AMTK Energia. A análise permitiu compreender o posicionamento estratégico da organização frente ao seu ambiente, contribuindo para o delineamento de ações que favoreçam sua competitividade e sustentabilidade no setor de utilities.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O planejamento estratégico é necessário para que as empresas se tornem sólidas e obtenham resultados eficazes. Ao longo dos anos, vem ganhando força e trazendo consigo análises e diagnósticos de grande importância para o desenvolvimento.

“Os movimentos estratégicos adotados pelas empresas, em sua maioria, têm como foco a busca por competitividade no ambiente econômico e frente a seus concorrentes, e, com isso, almejam sempre alcançar melhores resultados sustentáveis.” (Corrêa, 2020, p. 05).

Uma das ferramentas utilizadas para definição desta análise é a matriz SWOT. Segundo (Chiavenato e Sapiro (2003), “A matriz SWOT [Figura 1] proporciona uma análise estratégica que permite perceber como a organização pode lidar com tendências, oportunidades, coações e ameaças provenientes do ambiente externo, utilizando suas fortalezas”.

Figura 1. Matriz SWOT



Fonte: Chiavenato e Sapiro (2003, p. 131).

A análise SWOT/FOFA, segundo Zimmerman (2015), a simplicidade permite que seja utilizada para qualquer tipo de análise de cenário, com a identificação de aspectos internos positivos (forças) e negativos (fraquezas), e aspectos externos que podem melhorar suas fraquezas (oportunidades) e também prejudicar suas forças (ameaças) em determinado cenário. “A análise SWOT se divide em quatro fatores: forças e fraquezas, que se referem ao ambiente interno da organização; e oportunidades e ameaças, que se relacionam ao ambiente externo onde ela está inserida” (Silva Filho, 2016, p. 5).

“As forças representam vantagens internas que a organização possui em relação aos seus concorrentes, enquanto as fraquezas são desvantagens internas que a prejudicam. Já as oportunidades consistem em condições externas favoráveis, e as ameaças, em condições externas que colocam a empresa em risco” (Esri, 2022, on-line).

A Análise SWOT é utilizada como um instrumento de tomada de decisão e para facilitar o desenvolvimento de planos estratégicos (Speth, 2023). Pode-se observar que a formulação das

políticas realizada a partir da matriz SWOT é uma das práticas mais utilizadas no processo de planejamento estratégico (Chiavenato; Sapiro, 2003, p. 129). A análise de cada uma dessas dimensões proporcionará um conjunto de informações que retratam o contexto em que a empresa está inserida.

As questões são: como estão organizados os principais processos e áreas de negócio; quanto a tecnologia da informação está facilitando as operações; como estão agrupadas e lideradas as pessoas que colaboram com a empresa; qual a saúde financeira e perspectivas de longo prazo; como é a sistemática de informações gerenciais, seus conteúdos, seus públicos e grau de efetividade; quais aspectos de infraestrutura que não estão condizentes com a cultura e perfil da empresa e como poderiam ser otimizados (Gomes *et al.*, 2007, p. 20).

“O diagnóstico organizacional é uma atividade que os gestores das empresas executam visando determinar quais as questões mais relevantes que precisam ser resolvidas [...]” (Gomes *et al.*, 2007, p. 17). De acordo com Sebrae (2021), ao fazer o diagnóstico, o empresário saberá como proceder para aprimorar a utilização das ferramentas oferecidas para o seu negócio, visando o aumento da competitividade, e ao completá-lo receberá dicas para, efetivamente, planejar ações inovadoras que farão toda a diferença.

Utilizando essas ferramentas, a empresa promove a base de um bom planejamento estratégico e traz os resultados para um diagnóstico que possibilita a tomada de decisão de forma precisa em relação às forças, fraquezas, oportunidades e ameaças, tornando-o um diagnóstico eficaz. No entanto, o diagnóstico organizacional abrange todos os setores da mesma, apontando as ações necessárias, para obtenção de resultados positivos.

METODOLOGIA

A presente pesquisa adotou uma abordagem qualitativa, fundamentada em revisão bibliográfica e diagnóstico empresarial, com o objetivo de identificar as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças da empresa AMTK Energia.

O enfoque qualitativo está relacionado à resolução de um problema ou resposta a uma pergunta em que existe uma relação dinâmica entre o pesquisador e o contexto, entre a subjetividade de quem observa e o que faz parte da realidade objetiva que está sendo observada e, por isso, não cabe, em muitos dos casos, a quantificação (Frainer, 2020, p. 78). Na pesquisa bibliográfica, a coleta de dados para responder aos objetivos ou perguntas de uma pesquisa é realizada mediante leitura de produções

textuais em livros, artigos ou teses e dissertações que foram elaboradas previamente por outros pesquisadores e que, obviamente, podem fornecer dados (Frainer, 2020, p. 86).

O diagnóstico foi realizado por meio de entrevista online com o sócio-diretor administrativo da empresa. O desenvolvimento metodológico ocorreu em três etapas:

Fase de Preparação: iniciou-se com a formalização do contato com a empresa por meio da entrega de uma carta de apresentação (anexa), na qual foi descrito o propósito da pesquisa. Após o aceite da entrevista, também formalizado (anexo), a entrevista foi agendada de acordo com a disponibilidade do entrevistado. O questionário utilizado foi fornecido pela instituição de ensino e previamente adaptado para atender às especificidades da empresa e do setor.

Coleta de Dados: a coleta de dados foi realizada por meio de uma entrevista virtual, utilizando a plataforma Google Meet, com o sócio-diretor administrativo da AMTK Energia. A entrevista teve duração de aproximadamente 1 hora e 30 minutos, sendo integralmente transcrita para posterior análise (anexo). O questionário aplicado abrangeu tópicos relacionados ao ambiente interno e externo da organização, buscando identificar fatores que impactam diretamente suas operações e competitividade.

Análise e Interpretação: após a transcrição da entrevista, foram realizadas três reuniões com a equipe de pesquisa para análise das respostas. Nesta etapa, foram discutidos e mapeados os elementos do ambiente interno (forças e fraquezas) e do ambiente externo (oportunidades e ameaças). A partir dessas discussões, foi elaborada a Matriz SWOT, que sintetizou os principais aspectos identificados. Com base nos dados coletados e na matriz elaborada, foram sugeridas possíveis estratégias para a empresa, alinhadas ao seu contexto atual e às tendências de mercado.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Nos últimos cinco anos, a empresa manteve uma constância em seu quadro de funcionários, com apenas sete colaboradores. No entanto, nos últimos 24 meses, houve um crescimento exponencial, impulsionado pela demanda por equipamentos e serviços no mercado de energia e em grandes indústrias. Seu quadro de funcionários expandiu para setenta colaboradores.

Esse rápido crescimento, embora positivo do ponto de vista de mercado, não permitiu um planejamento tão assertivo quanto o necessário para acompanhar essa evolução. De acordo com Mintzberg, Ahlstrand e Lampel (2000, p. 20), o crescimento acelerado, quando não acompanhado de planejamento estratégico, pode provocar desalinhamento entre estrutura organizacional, cultura e processos internos, exigindo respostas rápidas e, muitas vezes, reativas. Chia-venato (2004, p. 76) também destaca que esse tipo de expansão pode resultar em lacunas na gestão de pessoas, processos e infraestrutura.

Neste sentido, Drucker (2001, p. 145) reforça que “não há nada tão inútil quanto fazer com grande eficiência algo que não deveria ser feito”, enfatizando a necessidade de alinhar crescimento com diretrizes estratégicas bem definidas.

A AMTK Energia foi fundada em 2011 na incubadora da Universidade Federal de Itajubá, com foco inicial em projetos elétricos. Em 2023, ampliou sua atuação com a inauguração de uma filial em Jundiaí. A empresa fornece soluções em automação de sistemas elétricos, como supervisão, controle, segurança, redes de comunicação e desenvolvimento de software. Além disso, é distribuidora oficial no Brasil da linha Ruggedcom Siemens, fabricante de equipamentos de comunicação desenvolvidos para ambientes industriais severos, garantindo alta confiabilidade mesmo sob interferências eletromagnéticas, vibrações, choques mecânicos e variações extremas de temperatura. Tem como visão ser re-

conhecida como uma das maiores fornecedoras brasileiras de soluções para os setores de energia e industrial.

A empresa AMTK experimentou um crescimento exponencial em um curto período de tempo. No entanto, esse rápido crescimento não permitiu um planejamento adequado a longo prazo. A empresa precisou realizar investimentos significativos, incluindo aquisição de equipamentos, contratações, montagem de uma nova fábrica e investimento na capacitação dos colaboradores, uma vez que a empresa valoriza a melhoria contínua. Atualmente, a empresa conta com assessoria jurídica e consultoria em *Business Partner*, focada em organização e planejamento, buscando desenvolver métricas estratégicas.

A AMTK atua em um nicho de mercado específico, abrangendo geração, transmissão e distribuição de energia, bem como integradores que operam em paralelo. A empresa presta serviços diretamente a concessionárias de energia e a outras empresas que realizam atividades semelhantes. Esse mercado, conhecido como “Utilities”, é composto por empresas do setor elétrico. De acordo com Porter (1985, p. 16), a estratégia de foco em nicho pode ser altamente eficaz quando a empresa oferece produtos e serviços altamente customizados e com elevado grau de especificidade técnica, como é o caso da AMTK.

Os produtos comercializados pela empresa possuem características altamente específicas, projetadas para atender às exigências das normas aplicáveis ao ambiente em que são utilizados, como as subestações de energia. Além de fornecer e comercializar esses produtos, a mesma também se envolve na montagem e prestação de serviços. Entre os produtos oferecidos estão equipamentos de comunicação, como roteadores e *switches*, projetados para suportar ambientes hostis, desde as temperaturas mais baixas até as mais altas. Esses equipamentos cumprem todas as normas estabelecidas pelo Operador Nacional

do Sistema Elétrico (ONS) para garantir sua adequação ao ambiente específico.

A partir da entrevista realizada com o sócio-diretor, apresenta-se a Matriz SWOT finalizada,

com a seguinte estruturação: no primeiro quadrante concentram-se as forças, em seguida, no segundo quadrante, estão as fraquezas. Logo abaixo, expõem-se as ameaças e oportunidades.

Figura 2. Resultado da Matriz SWOT



Fonte: os autores. (2024)

Após a elaboração da Análise SWOT, ficou evidente como a empresa AMTK Energia se posiciona nos ambientes externo e interno. Internamente, a empresa apresenta como pontos fortes sua exclusividade na revenda dos produtos Ruggedcom Siemens, presença em mais de um estado e forte investimento na capacitação contínua de seus colaboradores — elemento essencial, segundo Chiavenato (2005, p. 89), para o desenvol-

vimento de uma cultura organizacional sólida e voltada à inovação.

Entretanto, também foram identificadas fraquezas, como a ausência de políticas ambientais e a falta de um planejamento estratégico de médio e longo prazo. Segundo Barbieri (2007, p. 135), empresas que não incorporam a gestão ambiental de forma estruturada correm o risco de perder competitividade, além de enfrentar dificuldades em mercados mais regulados.

No ambiente externo, as ameaças estão relacionadas à limitação de atuação em um nicho muito específico, o que reduz a flexibilidade para adaptação a outros segmentos. Contudo, essa situação também representa oportunidades de aprofundamento e liderança no setor, principalmente por meio da aquisição de novas tecnologias e da participação em eventos e workshops, como propõem Wright, Kroll e Parnell (2000, p. 61), ao defenderem a importância da análise contínua do ambiente para ajustar a estratégia empresarial.

Portanto, a análise SWOT demonstrou-se uma ferramenta eficaz para identificar os principais pontos que merecem atenção na gestão da AMTK, reforçando a importância do planejamento estratégico integrado à realidade operacional da empresa, como proposto por Kotler e Keller (2012, p. 78).

CONCLUSÃO

A análise da AMTK Energia evidencia uma empresa em fase de transição e amadurecimento estratégico, marcada por um crescimento expressivo nos últimos anos. Apesar do potencial técnico e da consolidação de um nicho altamente especializado no setor elétrico, nota-se uma lacuna significativa em relação ao planejamento estratégico de médio e longo prazo. A ausência de projeções futuras estruturadas representa um risco para a sustentabilidade do negócio, podendo gerar decisões reativas, desalinhadas com os objetivos organizacionais e que comprometam recursos financeiros e operacionais.

A aplicação da análise SWOT demonstrou-se uma ferramenta eficaz para diagnosticar as principais forças, fraquezas, oportunidades e

ameaças enfrentadas pela organização. A partir dessa análise, foi possível perceber a importância de um olhar sistêmico e integrado sobre a empresa, contribuindo para a elaboração de estratégias mais alinhadas às suas reais necessidades e capacidades. O mapeamento estratégico proporcionado pela matriz SWOT permite aos gestores tomarem decisões mais assertivas e priorizarem áreas críticas, fortalecendo o posicionamento competitivo da empresa.

Além disso, recomenda-se que a AMTK Energia invista na consolidação de um processo de planejamento estratégico contínuo, com ações de curto, médio e longo prazo. Esse movimento deve estar pautado na antecipação de tendências do setor, no fortalecimento de sua cultura organizacional e na busca por inovação constante. Dessa forma, será possível garantir não apenas a expansão sustentável da empresa, mas também sua resiliência e adaptabilidade frente às transformações do mercado.

Contudo, a trajetória da AMTK revela um cenário promissor, desde que suas decisões futuras estejam fundamentadas em análises estratégicas sólidas, capazes de orientar o crescimento com consistência, eficiência e visão de futuro.

REFERÊNCIAS

- BARBIERI, J. C. **Gestão ambiental empresarial: conceitos, modelos e instrumentos**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.
- BECKER, K. A. W.; GIOVANELA, A.; FURTADO, L. **Planejamento Estratégico**. Indaial: Uniasselvi, 2016.
- CHIAVENATO, I. **Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

- CHIAVENATO, I. **Gestão de Pessoas**: o novo papel dos recursos humanos nas organizações. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
- CHIAVENATO, I.; SAPIRO, A. **Planejamento estratégico**: a nova jornada da intenção aos resultados. São Paulo: Atlas, 2023. E-book. ISBN 9786559774418. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559774418/>. Acesso em: 14 maio 2024.
- COLLODETTO, V. *et al.* Marketing estratégico: aplicando a matriz swot em uma empresa do município de Nova Andradina, MS. **Brazilian Journal of Development**, São José dos Pinhais, v. 7, n. 12, p. 114612-114630, dez. 2021. DOI: <https://doi.org/10.34117/bjdv7n12-294>. Acesso em: 18 jun. 2024.
- CORREA, C. E. G. **Elaboração e análise de projetos**. Indaial: UNIASSELVI, 2020.
- DRUCKER, P. F. **Desafios gerenciais para o século XXI**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2001.
- ENERGIA e Utilities figuram entre as maiores criadoras de empregos em 2024. **Canal Energia**, 10 jan. 2024. Disponível em: <https://www.canalenergia.com.br/noticias/53267975/energia-e-utilities-entre-as-maiores-expectativas-de-criar-empregos-em-2024>. Acesso em: 20 jun. 2024.
- ESRI. **Análise SWOT**: o que é, para que serve e como fazer. [S. L.]: ESRI, 2022. Disponível em: <https://esri.net.br/analise-swot>. Acesso em: 22 maio 2025.
- FLEURY, M. T. L.; FLEURY, A. C. C. **Estratégia empresarial**: a construção do caminho competitivo. São Paulo: Atlas, 2003.
- FRAINER, J. **Metodologia científica**. Indaial: UNIASSELVI, 2020.
- GOMES, E. L. *et al.* **Diagnóstico organizacional**. Belo Horizonte: Faculdade Novos Horizontes, 2007.
- KAPLAN, R. S.; NORTON, D. P. **A estratégia em ação**: Balanced Scorecard. Rio de Janeiro: Campus, 1997.
- KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de marketing**. 14. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.
- MINTZBERG, H.; AHLSTRAND, B.; LAMPEL, J. **Safári de estratégia**: um roteiro pela selva do planejamento estratégico. Porto Alegre: Bookman, 2000.
- PORTER, M. E. **Vantagem competitiva**: criando e sustentando um desempenho superior. Rio de Janeiro: Campus, 1985.
- PRAHALAD, C. K.; HAMEL, G. The core competence of the corporation. **Harvard Business Review**, Boston, v. 68, n. 3, p. 79-91, May/June 1990.
- SEBRAE. **Diagnóstico empresarial gratuito para pequenas empresas**. Brasília, DF: Sebrae, 2024. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/df/sebraeaz/diagnosticos-empresariais-para-o-comercio,f97cdfbf889c-3510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 13 maio 2024.
- SILVA FILHO, A. M. Sobre a análise SWOT para planejamento e gestão de projetos. **Revista Espaço Acadêmico**, Maringá, v. 16, n. 189, p. 5-13, fev. 2016. Disponível em: <https://periodicos.uem.br/ojs/index.php/EspacoAcademico/article/view/28083>. Acesso em: 22 maio 2025.
- SPETH, C. **A Análise SWOT**: uma ferramenta chave para o desenvolvimento de estratégias empresariais. São Paulo: GRIN Verlag, 2023.
- WRIGHT, P.; KROLL, M. J.; PARNELL, J. A. **Administração estratégica**: conceitos. São Paulo: Atlas, 2000.
- ZIMMERMAN, F. **Gestão da Estratégia com o uso do BSC**. Brasília, DF: ENAP, 2015.