



Análise SWOT

IDENTIFICAR CADA DETALHE DO SEU NEGÓCIO É FUNDAMENTAL

1º PRIMEIRO DE TUDO

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS - É proibida a reprodução total ou parcial deste material, de qualquer forma ou por qualquer meio. A violação dos direitos de autor (Leiº9610/98) é crime estabelecido pelo artigo 184 do Código Penal Brasileiro.

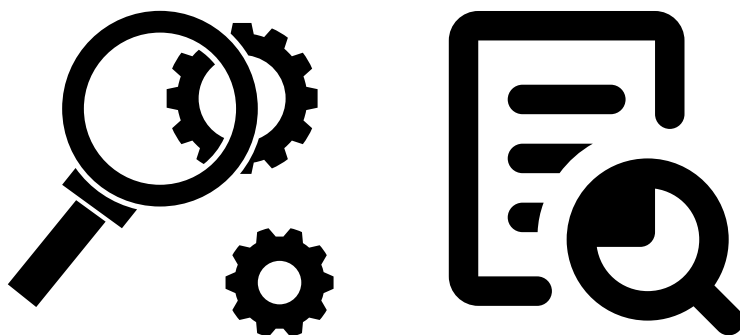
Agora vamos lá!

O que é Análise SWOT?

Análise SWOT é uma ferramenta americana de planejamento estratégico utilizada para auxiliar pessoas ou empresas a identificar forças, fraquezas, oportunidades, e ameaças relacionadas à competição em negócios ou projetos.

O termo SWOT vem do inglês para Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats que quando traduzimos para o português temos a sigla FOFA que significa Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças.

Então, lembre-se, a partir de agora só falaremos Análise FOFA.



ANÁLISE FOFA

2º COMO ELABORAR A FERRAMENTA?

E para que se possa chegar ao resultado adequado desta análise por meio da ferramenta FOFA, é preciso dividir o ambiente onde se encontra a empresa em dois aspectos:

- Ambiente interno, onde serão identificados os pontos fortes e os fracos;
- Análise do ambiente externo, onde estão as ameaças e as oportunidades.

Vamos detalhar como se estuda cada um deles e, assim, proceder à Análise FOFA da maneira correta.

BENEFÍCIOS

- Efetuar uma síntese das análises externas e internas.
- Identificar itens valiosos para a gestão da organização, o que implica estabelecer prioridades de atuação.
- Preparar soluções estratégicas: riscos e problemas a resolver.
- É através da análise que conseguimos o diagnóstico da empresa: fortalecimento dos pontos positivos, indicação de quais pontos devem melhorar, chances de crescimento, aumentando das oportunidades, etc.
- Realizar previsão de vendas de acordo com as condições de mercado e capacidades da empresa no geral.
- Ambiente interno (Forças e Fraquezas) – integração e padronização dos processos, eliminação de redundância e foco na atividade principal.
- Ambiente externo (Oportunidades e Ameaças) – fiabilidade e confiança nos dados, informação imediata de apoio à gestão e decisão estratégica e redução de erros.

AMBIENTE INTERNO

O ambiente interno da empresa é formado pelo conjunto de recursos humanos, financeiros, físicos, entre outros, sobre os quais é possível exercer maior controle, pois são resultado de estratégias definidas pela empresa.

Nesse ambiente é possível identificar os pontos fortes, correspondentes aos recursos e capacidades que juntos se transformam em uma vantagem competitiva para a empresa em relação aos seus concorrentes. E os pontos fracos que são as deficiências que a empresa apresenta em comparação com seus concorrentes atuais ou em potencial.

Portanto, as forças e fraquezas se encontram dentro das linhas de sua empresa. É internamente que podemos manejar e administrar de forma estratégica, com controle sobre cada fator.

Mas como estudar tudo que ocorre dentro da empresa?

Para isso, devemos classificar o desempenho e a importância das características de quatro pilares gerenciais: marketing, finanças, produção e organização:

Marketing:

- Distribuição
- Equipe de vendas
- Market Share e cobertura geográfica (fatia de mercado)
- Preços
- Qualidade de produtos e serviços
- Reputação da empresa
- Satisfação e retenção de clientes

Exemplos de forças de marketing: equipe de vendas experiente; canais de distribuição bem desenvolvidos; marca conhecida.

Exemplos de fraquezas de marketing: produtos com fama de baixa qualidade; atendimento ao cliente lento e pouco efetivo; preços pouco competitivos.

AMBIENTE INTERNO

Financeiro:

- Caixa
- Capital
- Solidez

Exemplos de forças financeiras: empresa capitalizada; uso de bons softwares financeiros empresariais.

Exemplos de fraquezas financeiras: empresa sem acesso a crédito; assessoria contábil fraca e ineficiente.

Produção:

- Capacidade produtiva
- Conhecimento técnico
- Economia de escala
- Instalação / maquinário
- Qualificação da mão de obra

Exemplos de forças de produção: processos automatizados; maquinário moderno; excelente equipe de manutenção.

Exemplos de fraquezas de produção: mão de obra sem o treinamento necessário; equipamentos poluentes e que gastam muita energia; falta de planejamento de lotes econômicos de produção.

Gestão:

- Capacidade de adaptação
- Empreendedorismo
- Liderança
- Motivação dos colaboradores

Exemplos de forças de gestão: planejamento estratégico bem feito, uso de softwares de gestão empresarial.

Exemplos de fraquezas de gestão: uso de controles em planilhas eletrônicas, papel e e-mail; lideranças com pouca experiência.

AMBIENTE EXTERNO

O ambiente externo é composto por fatores que existem fora dos limites da empresa e, que de alguma forma, exercem influência sobre ela.

Este é um ambiente sobre o qual não existe controle, porém deve ser monitorado constantemente, pois é base para o planejamento estratégico.

A análise do ambiente externo é comumente dividida em fatores macro ambientais (questões políticas, demográficas, tecnológicas, econômicas etc.) e fatores micro ambientais (fornecedores, parceiros, consumidores e etc) que devem ser constantemente acompanhados, antes e após a definição das estratégias da empresa.

Desta forma, por meio deste acompanhamento será possível identificar em determinados tempos as oportunidades e as ameaças que se apresentam.

Finalmente, se considerarmos que os fatores externos influenciam de forma semelhantes todas as empresas que atuam em um mesmo mercado, podemos afirmar que somente aquelas que conseguirem melhor identificar as mudanças e tiverem agilidade para se adaptar é que conseguirão tirar melhor proveito das oportunidades sofrendo uma menor quantidade de danos e ameaças.

Tudo aquilo que está fora do controle da empresa pode ser considerado ambiente externo. É nesta esfera que normalmente podemos identificar as oportunidades e as ameaças para as quais a empresa deve se preparar.

Devemos considerar exemplos de oportunidades todas aquelas condições ambientais em que a empresa pode se beneficiar. Isso pode ser com lucro ou fatores que permitem atender necessidades e desejos dos consumidores de forma vantajosa sobre a concorrência. Ameaças podem ser definidas como a possibilidade de influências negativas sobre faturamento e lucro impostas por uma tendência ou situação desafiadora.

AMBIENTE EXTERNO

Para facilitar a Análise FOFA, podemos dividir o ambiente externo em dois conjuntos de fatores:

Forças Macroambientais:

- Demográficas
- Econômicas
- Tecnológicas
- Regulatórias
- Políticas
- Culturais, entre outras

Exemplos de oportunidades macroambientais: acesso a uma nova tecnologia que os concorrentes ainda não dominam; queda da taxa de juros; câmbio favorável a importação de determinada matéria-prima.

Exemplos de ameaças macroambientais: mudança de hábitos de consumo da população que não se interessam mais por seus produtos; problemas climáticos causando aumento de preços de um insumo importante para a empresas; aumento de impostos.

Agentes Microambientais:

- Concorrentes
- Clientes
- Distribuidores
- Fornecedores, entre outros

Exemplos de oportunidades microambientais: fechamento de uma empresa concorrente; abertura de uma universidade na cidade onde a empresa se localiza.

Exemplos de ameaças macroambientais: incorporação de 2 distribuidores por um maior, diminuindo a concorrência; abertura de um shopping center na cidade vizinha.

CONCLUSÃO DA ANÁLISE FOFA

AMBIENTE INTERNO

**FORÇAS
E
FRAQUEZAS**

**Marketing, finanças,
produção e
organização.**

AMBIENTE EXTERNO

**OPORTUNIDADES
E
AMEAÇAS**

**Agentes
macroambientais
e microambientais**

CHEGOU A HORA

DESCREVA ABAIXO

SUAS FORÇAS

SUAS OPORTUNIDADES

SUAS FRAQUEZAS

SUAS AMEAÇAS

ANÁLISE FOFA

VEJA BEM

Mas como colocar isso em prática?

Para isso, definidas as oportunidades e ameaças e também as forças e fraquezas, você deve se basear nelas para determinar seu planejamento estratégico.

Assim, escolhe as melhores oportunidades e determina como conseguirá se aproveitar delas. Identifica as ameaças mais sérias e toma providências para se defender.

Quanto as forças e fraquezas, é importante frisar que será muito difícil sanar todos os pontos fracos em sua totalidade ou se tornar totalmente confiante que suas forças garantirão o sucesso.

O segredo sobre o que é a Análise FOFA bem executada é saber aproveitar as forças para alavancar oportunidades ou se defender de ameaças.

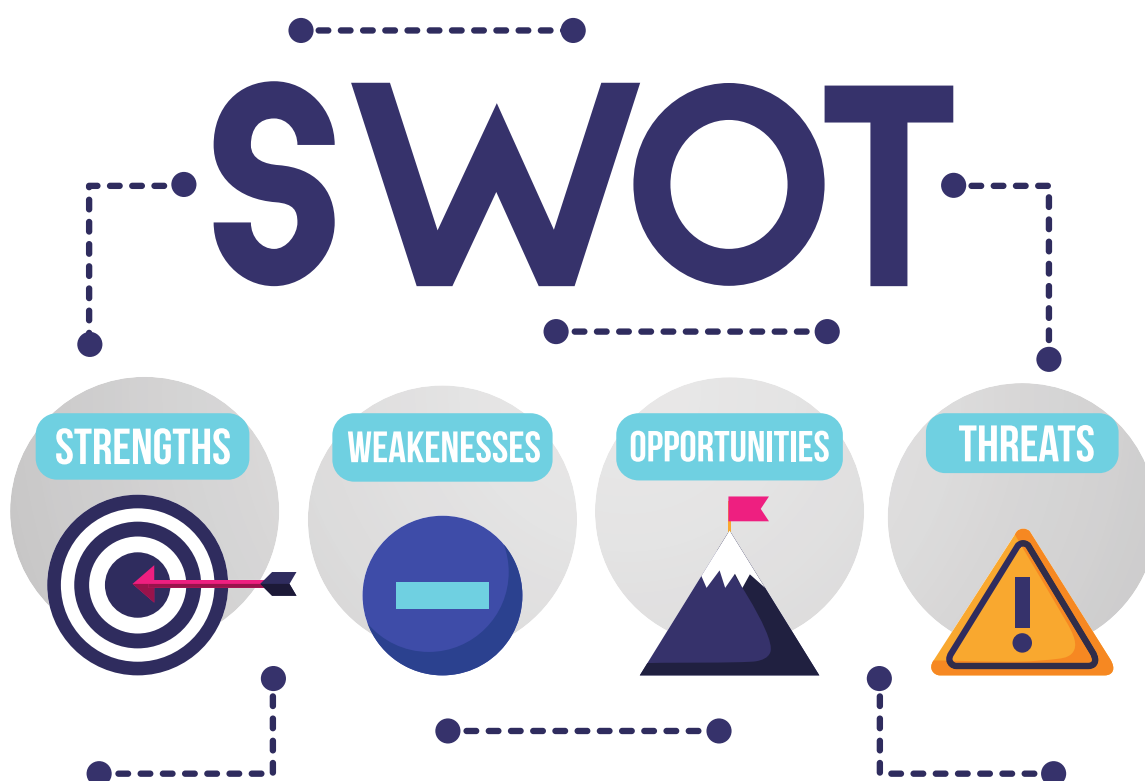
Da mesma forma, reforçar as fraquezas para que os riscos ambientais não sejam potencializados ou que as oportunidades não sejam perdidas.

VAMOS APLICAR

ANÁLISE FOFA - EM 3 PASSOS

PARA CADA ELEMENTO DA LISTA ABAIXO, DESCREVA DE FORMA RESUMIDA NA LINHA CORRESPONDENTE AS FORÇAS E AS FRAQUEZAS. SE NÃO FOR NENHUMA DAS DUAS COISAS, NÃO ESCREVA NADA.

Um detalhe muito importante: Se quiser imprima mais folhas ou faça no verso da mesma EM TODOS OS PASSOS.



1º Passo - AMBIENTE INTERNO

	FORÇA	FRAQUEZA
Distribuição		
Relacionamento com clientes		
Equipe de vendas		
Market Share		
Preços		
Qualidade dos produtos e serviços		
Ações de marketing		
Força da marca		
Satisfação dos clientes		
Caixa		
Disponibilidade de capital		
Crédito na praça		
Solidez		
Capacidade de produção		
Conhecimento técnico		
Automatização		
Economia de escala		
Instalações		
Maquinário		
Pesquisa & Desenvolvimento		
Qualificação da mão de obra		
Capacidade de adaptação		
Empreendedorismo		
Liderança		
Motivação e engajamento dos colaboradores		
Outros:		
1		
2		
3		
4		

2º Passo - AMBIENTE EXTERNO

	OPORTUNIDADE	AMEAÇA
Demografia		
Economia		
Tecnologia		
Regulação		
Política		
Cultura		
Meio Ambiente		

3º Passo - PLANOS DE AÇÃO

Relacione forças e fraquezas com oportunidades e ameaças para definir o plano de ação. Vamos supor que temos uma empresa de fabricação de cervejas artesanais DINAMARQUESAS, veja exemplos:

Usar nossa experiência com estudos e fabricação de cervejas dinamarquesas (Força) para aproveitar a oportunidade de escassez das mesmas no Brasil (oportunidade).

Treinar nossa equipe de vendas desatualizadas no ramo de cervejas artesanais (fraquezas) para aproveitar a oportunidade das cervejas exclusivas da Dinamarca.

Aproveitar a oportunidade de linha de crédito do governo (oportunidade) para compra de maquinários novos para modernizar nossa fabricação.

Estamos próximos da maior fabricante de cerveja do Brasil, com alto índice de sofrer plágio ou ter ofertas nunca vista para derrubar nossas vendas (ameaça). Com isso iremos lançar um programa especial de fidelização e entregas em delivery.

Identifiquei meu principal foco na Análise FOFA e com base nisso farei minhas estratégias para me defender e aproveitar as oportunidades.

É simples! Viu? Agora...

FAÇA A SUA NO QUADRO ABAIXO

ESCREVA O MÁXIMO QUE CONSEGUIR DETALHADAMENTE

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are approximately 20 lines visible. The paper has rounded corners at the top. The background behind the paper is a solid dark blue color.

ANÁLISE FOFA

Conclusão

A Análise FOFA é um mecanismo extremamente fácil e útil para gestão empresarial.

Na verdade, a ideia é simples, mas o desenvolvimento em si demanda bastante atenção por parte dos gestores. Elencar as fraquezas pode ser uma armadilha enorme caso você tente minimizar os pontos fracos da sua empresa. Camuflar possíveis ameaças também é uma atitude muito comum aos empreendedores. Acreditar que nada pode abalar sua marca é um pensamento muito perigoso!

Por isso tal é a importância de incluir toda a sua equipe nesta etapa de levantamento. Mais opiniões e visões diferentes podem garantir a imparcialidade de sua análise.

Não existe pesquisa de mercado, levantamento de dados e informações que sejam eficientes com resquícios de parcialidade. Entenda que a Análise FOFA sem a devida análise não vai lhe ajudar a criar planos de ação eficientes. Por isso, chamamos a ferramenta de Análise FOFA, e não apenas FOFA. Você pode imaginar que se trata apenas de resolver elementos positivos e negativos, mas não se engane! A essência está em analisar adequadamente as informações colhidas.

É importante entender que na vida real os itens sofrem influência uns dos outros. Por isso, é tão importante traçar estratégias de olho na matriz cruzada. Basear o futuro da sua empresa em achismos, definitivamente, não é algo que eu recomendo. Por mais assustador que alguns dados sejam, é melhor você encará-los e tornar a sua empresa preparada para eles, do que simplesmente camuflá-los. No final deste percurso, a sua equipe estará mais integrada e você e, com certeza, conhecerá melhor a sua empresa. Como gestor, muitas vezes nos atentamos apenas para o conglomerado da empresa, e essa ferramenta possibilita que você mergulhe em cada setor.

AUTOR: CAIQUE S. OLIVEIRA

FUNDADOR DA ESQS GESTÃO & MARKETING