

Análise SWOT

Filipe Vana

Leonardo Monteiro

Marcus Voloch

SWOT – O significado

ANÁLISE SWOT

Criada por Kenneth Andrews e Roland Christensen, dois professores da Harvard Business School, e posteriormente aplicada por numerosos acadêmicos, a SWOT Analysis estuda a competitividade de uma organização segundo quatro variáveis: Strengths (forças), Weaknesses (fraquezas), Opportunities (oportunidades) e Threats (ameaças).

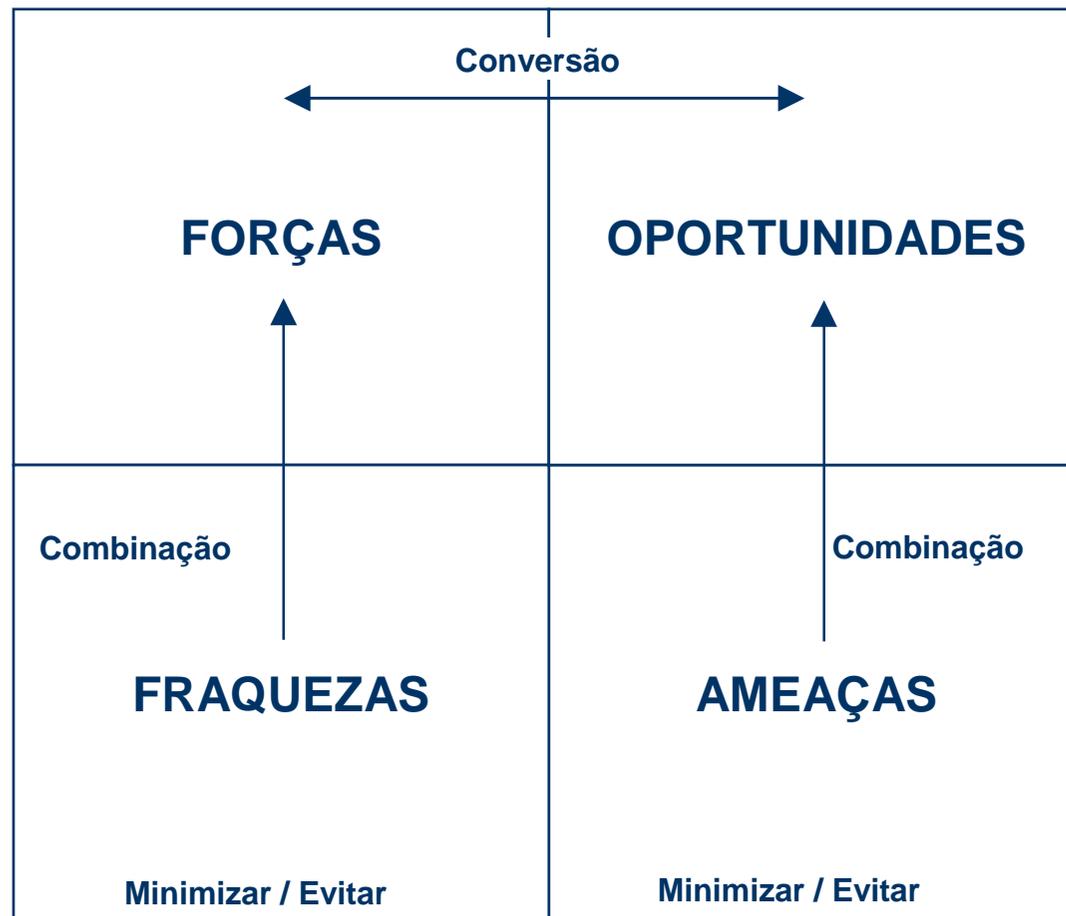
SWOT - Objetivo

O objetivo da SWOT é definir estratégias para manter pontos fortes, reduzir a intensidade de pontos fracos, aproveitando oportunidades e protegendo-se de ameaças.

SWOT – Benefícios

- Simplicidade:
 - Pode ser conduzida sem treinamento ou habilidades técnicas extensivas
- Custos Menores:
 - Sua simplicidade elimina a necessidade e as despesas envolvidas no treinamento formal
- Flexibilidade:
 - Pode ser desempenhada com ou sem sistema de informações de marketing
- Integração:
 - Habilidade de integrar e sintetizar tipos diversos de informações, quantitativas e qualitativas, de várias áreas da empresa
- Colaboração:
 - Tem a habilidade de estimular a colaboração entre as áreas funcionais da empresa que são interdependentes, mas com pouco contato entre si

A Matriz



Forças (*Strenghts*)

- **Forças (*Strenghts*)** – Correspondem aos recursos e capacidades da empresa que podem ser combinados para gerar vantagens competitivas em relação a seus competidores.
Ex.:
- Marcas de Produtos
- Conceito da Empresa
- Participação de Mercado
- Vantagens de Custos
- Localização
- Fontes Exclusivas de Matéria Prima
- Grau de Controle sobre a Rede de Distribuição

Fraquezas

- **Fraquezas (*Weaknesses*)** – Os pontos mais vulneráveis da empresa em comparação com os mesmos pontos de competidores atuais ou em potencial:
 - Pouca Força da Marca
 - Baixo conceito junto ao Mercado
 - Custos Elevados
 - Localização Não Favorável
 - Falta de Acesso a fontes de Matérias Primas
 - Pouco controle sobre a rede de distribuição

Oportunidades

- **Oportunidades (*Opportunities*)** – (Oliveira, 1991, p. 64) "São forças ambientais incontroláveis pela empresa, que podem favorecer a sua ação estratégica, desde que conhecidas e aproveitadas satisfatoriamente enquanto durarem". O estímulo ao início do levantamento das oportunidades pode ser através de questões como as que seguem:
 - Onde estão as chances à nossa frente?
 - Quais são as tendências interessantes?
 - Oportunidades úteis podem surgir de situações como:
 - Necessidades não satisfeitas do consumidor
 - Pontos não atendidos pelo concorrente
 - Mercados não explorados

Ameaças

- **Ameaças (*Threats*)** - (Oliveira, 1991, p. 64) "São forças ambientais incontrolláveis pela empresa, que criam obstáculos à sua ação estratégica, mas poderão ou não ser evitadas, desde que conhecidas em tempo hábil". Existem na bibliografia algumas questões-chave, como a seguir sugeridas:
 - Que obstáculos a empresa encontra?
 - Que seus competidores estão fazendo?
 - Há alguma mudança no padrão de consumo de seus clientes?
 - As mudanças de tecnologia estão ameaçando sua posição?
 - A empresa apresenta problemas financeiros?

Técnica SWOT

- As informações devem ser recentes e isentas
- As fontes devem ser idôneas e desprovidas de viés
- Todos os participantes devem conhecer os conceitos envolvidos
- Pode ser desejável incluir as visões de pessoas de fora da organização
- Pode-se utilizar brainstorming, focus groups, entrevistas, pesquisas, etc
- Deve sempre estar baseado nas percepções dos consumidores, não nas percepções dos gerentes
- Deve servir como catalisador para estruturar a geração das estratégias de marketing que produzirão os resultados desejados

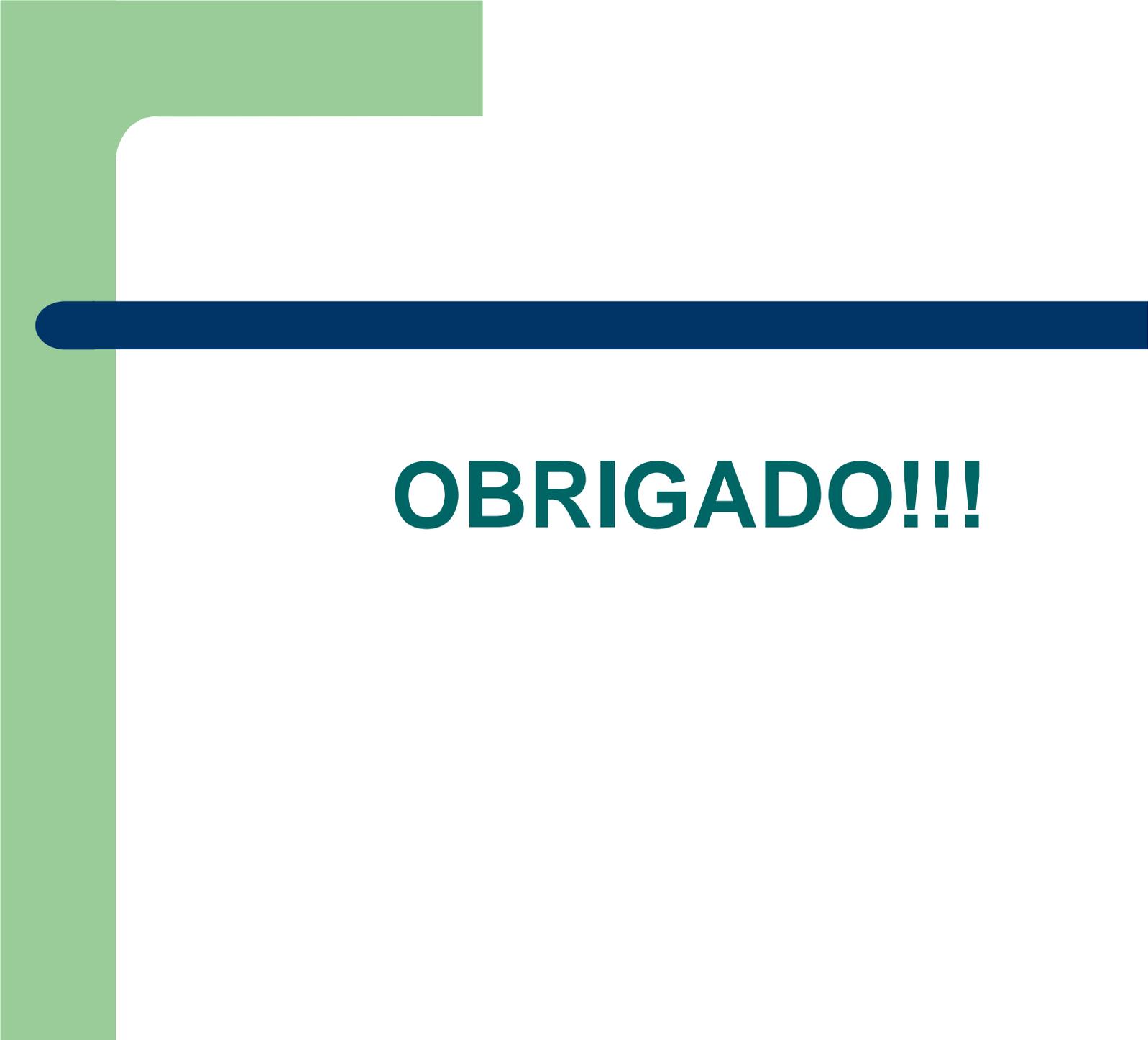
Cruzando as Informações

- O cruzamento entre os quatro quadrantes de análise provê uma moldura onde a empresa pode desenvolver melhor suas vantagens competitivas "casando" Oportunidades e Forças, por exemplo.
- No caso do cruzamento entre Oportunidades e Fraquezas, pode-se estabelecer as bases para modificações no ambiente interno, de modo a poder aproveitar melhor as Oportunidades.

Cruzando as Informações

O cruzamento entre Ameaças e Forças, pode representar a possibilidade de se investir na modificação do Ambiente, de modo a torná-lo favorável à empresa (não é tarefa fácil de ser conseguida).

Se no cruzamento entre Ameaças e Fraquezas estiverem situações de alta relevância para a empresa, provavelmente trata-se de ocasião para modificações profundas na empresa, incluindo sua manutenção no próprio negócio.



OBRIGADO!!!