

ANÁLISE SWOT

ENSINO SECUNDÁRIO / PROFISSIONAL



ANÁLISE SWOT

S	- STRENGTHS	→	Pontos Fortes
W	- WEAKNESSES	→	Pontos Fracos
O	- OPPORTUNITIES	→	Oportunidades
T	- THREATS	→	Ameaças

A criação é atribuída a Kenneth Andrews e Roland Christensen (dois professores da *Harvard Business School*) e consiste num modelo de avaliação da posição competitiva de uma organização no mercado.



ANÁLISE SWOT

	AJUDA	ATRAPALHA
Interna <i>(Organização)</i>	Forças	Fraquezas
Externa <i>(Ambiente)</i>	Oportunidades	Ameaças

Os **fatores internos** são aqueles que podem ser controlados pela empresa, uma vez que este é o resultado das estratégias de atuação definidas pelos próprios membros da organização.

O **ambiente externo** está totalmente fora do controlo da organização. Mas apesar de não poder controlar o mercado, a empresa pode conhecê-lo, de forma a aproveitar as oportunidades e a evitar as ameaças (ou pelo menos tentar minimizar os seus efeitos).



FATORES INTERNOS

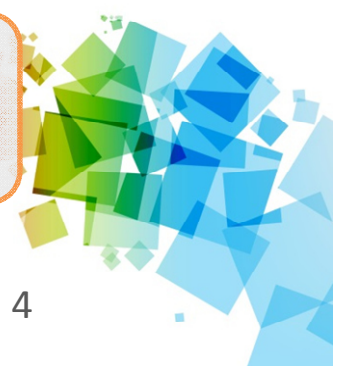
- Existem dentro da empresa ou nas suas principais parcerias e ligações.
- São significativos apenas quando orientam ou impedem a organização de satisfazer uma necessidade do consumidor.
- Devem focar os processos ou as soluções que sejam importantes para atender às necessidades do consumidor.

Forças (Pontos Fortes)

- Vantagens internas da empresa em relação às empresas concorrentes

Fraquezas (Pontos Fracos)

- Desvantagens internas da empresa em relação às concorrentes



FATORES EXTERNOS

- Envolver os assuntos que ocorrem no ambiente externo da empresa.
- Não devem ser ignorados, na medida em que o mercado tem um conjunto de características indispensáveis ao desenvolvimento da organização.
- Podem decorrer de mudanças nos ambientes competitivo, sociocultural, político/legal, que justifiquem mudanças internas na organização.

Oportunidades

- Aspectos positivos do ambiente que envolve a empresa com potencial de lhe trazer vantagem competitiva e melhorar o seu desempenho

Ameaças

- Aspectos negativos do ambiente que envolve a empresa com potencial para comprometer a vantagem competitiva que ela possui e prejudicar o seu desempenho



ANÁLISE SWOT – EXEMPLO

Forças	Fraquezas
<ul style="list-style-type: none">▪ Qualidade dos produtos/serviços▪ Produto/serviço inovador▪ Competências de gestão▪ Flexibilidade e adaptabilidade▪ Proximidade ao cliente	<ul style="list-style-type: none">▪ Produtos semelhantes aos da concorrência▪ Falta de experiência▪ Falta de fatores de diferenciação▪ Localização do negócio▪ Elevados custos iniciais
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none">▪ Mercado em expansão▪ Novo mercado internacional▪ Mudança para novo segmento no mercado, com alta rentabilidade▪ Alianças estratégicas ou fusões▪ Acessibilidades	<ul style="list-style-type: none">▪ Novos concorrentes▪ Introdução de novas tecnologias▪ Crise económico-financeira▪ Mudança de hábitos do consumidor▪ Sazonalidade▪ Condições climatéricas



UM CASO PRÁTICO: *Coca-Cola*

Forças	Fraquezas
<ul style="list-style-type: none">▪ Marca líder no mercado dos refrigerantes▪ Notoriedade da marca▪ Fidelização dos clientes▪ Grande investimento em publicidade▪ Preços acessíveis	<ul style="list-style-type: none">▪ Produto pouco saudável (existência de açúcar e gás)
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none">▪ Alcançar várias faixas etárias preocupando-se com a estética e com o que o cliente pretende▪ Entrada em segmentos economicamente mais baixos▪ Divulgar os produtos menos populares da marca	<ul style="list-style-type: none">▪ Concorrência (Pepsi)▪ Crescimento exponencial do setor dos refrigerantes▪ Preocupação dos clientes com a saúde

UM CASO PRÁTICO: *McDonald's*

Forças	Fraquezas
<ul style="list-style-type: none">▪ Introdução de novos produtos menos calóricos e mais saudáveis (exemplo: saladas, “sopíssima”)▪ Adaptação aos locais onde é implementado▪ Rápidas e fáceis acessibilidades▪ Existência do McDrive	<ul style="list-style-type: none">▪ A comida não é saudável (elevado teor de açúcar e gordura)▪ A produção dos produtos causa danos ecológicos
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none">▪ Pouco tempo dos clientes para refeições demoradas▪ Abertura de novos Centros Comerciais▪ Crise económica (procura de refeições mais baratas)	<ul style="list-style-type: none">▪ Forte concorrência▪ A imagem de fast food continua a afastar possíveis clientes▪ Preocupação crescente com a questão do aumento da obesidade em Portugal

UM CASO PRÁTICO: TAP

Forças	Fraquezas
<ul style="list-style-type: none">▪ Proatividade na procura de novos mercados para os seus produtos▪ Know-how especializado e ao nível da concorrência internacional▪ Compra da Portugália permite dar melhores respostas às necessidades dos clientes	<ul style="list-style-type: none">▪ Falta de dimensão origina maior dificuldade em competir com os grandes projetos de companhias internacionais▪ Companhia de pouca dimensão a nível global
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none">▪ Crescimento do mercado aeronáutico mundial▪ Portugal tem um elevado crescimento da taxa de turismo▪ Aproveitamento das novas tecnologias	<ul style="list-style-type: none">▪ Concorrência das grandes companhias internacionais▪ Companhias de low cost com preços muito abaixo dos praticados pelas companhias tradicionais▪ Crise mundial como fator que pode diminuir o volume de negócios



A IMPORTÂNCIA DA ANÁLISE SWOT

- Faz parte do planejamento estratégico de uma organização.
- Utiliza-se a análise SWOT apenas após a determinação da missão, das metas e objetivos da organização.
- Deve ser efetuada pelas indivíduos da organização que conhecem todo o projeto e objetivos da mesma.

Em síntese:

Esta análise permite também identificar quais os riscos que a empresa corre, quais os problemas que tem de resolver e quais as vantagens / oportunidades que podem ser exploradas.

	POSITIVO	NEGATIVO
INTERNO	Pontos Fortes <i>desenvolver</i>	Pontos Fracos <i>superar</i>
EXTERNO	Oportunidade <i>explorar</i>	Ameaças <i>neutralizar</i>

