FERRAMENTA DE GESTÃO: ANÁLISE SWOT

INDICADO PARA organizações de todos os portes.

SERVE PARA analisar os pontos fortes e fracos, e as oportunidades e ameaças de um negócio. Em seguida, o empreendedor pode organizar um plano de ação para reduzir os riscos e aumentar as chances de sucesso da empresa.

É ÚTIL PORQUE incentiva o empreendedor a analisar sua empresa sob diversas perspectivas de forma simples, objetiva e propositiva.

SOBRE A FERRAMENTA: A Análise SWOT é considerada uma ferramenta clássica da administração. Não há executivo de grande empresa que não a conheça. Mas a ferramenta ainda é pouco conhecida - e consequentemente pouco usada - por quem tem empresas de menor porte. A Análise SWOT não tem um pai ou mãe definidos, mas muitos acreditam que ela tenha sido desenvolvida na década de 1960 por professores da Universidade Stanford, a partir da análise das 500 maiores empresas dos Estados Unidos. Portanto, como qualquer outra ferramenta considerada clássica na administração, a Análise SWOT também foi pensada considerando o contexto da grande empresa e, posteriormente, passou a ser adotada também em outras situações, como em empresas de menor porte. A Análise SWOT pode ser usada de diversas formas, mas o empreendedor de empresas de menor porte pode empregá-la como uma ferramenta de autoconhecimento (nesse caso, o conhecimento mais aprofundado a respeito do seu negócio), análise contextual e guia para a definição de um plano de ação. SWOT é uma sigla em inglês dos termos Strengths (pontos fortes), Weaknesses (pontos fracos), Opportunities (oportunidades para o seu negócio) e Threats (ameaças para o seu negócio). Os pontos fortes e fracos, em geral, estão dentro da própria empresa, enquanto as oportunidades e as ameaças, na maioria dos casos, têm origem externa.

COMO USAR: O uso da ferramenta Análise SWOT é razoavelmente simples. O mais difícil é identificar os reais pontos fortes e fracos da empresa, as oportunidades mais vantajosas e as ameaças mais importantes do ambiente competitivo em que o negócio está enquadrado. Tendo esta preocupação em mente, use o quadro em anexo e responda:

S: Quais são os reais pontos fortes do seu negócio? Empreendedores tendem a ser otimistas por natureza. Por isso, reflita bem se o que você está escrevendo neste tópico é um ponto forte real ou se é apenas a sua opinião. Valide sua

Pades

PROGRAMA DE AUXÍLIO AO DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL

O uso da ferramenta Análise SWOT é razoavelmente simples. O mais difícil é identificar os reais pontos fortes e fracos da empresa, as oportunidades mais vantajosas e as ameaças mais importantes do ambiente competitivo em que o negócio está enquadrado.

ALINE FONSECA

Assessora PADES

Contato: 31.9.9476-4792

lista com pessoas que conhecem bem você e o seu negócio. Diversos itens podem ser considerados pontos fortes. Alguns exemplos: um bom local com muito trânsito de pessoas que formam o público-alvo pode ser um ponto forte para uma loja varejista; ter a patente de um produto ou acesso a um excelente canal de distribuição. Ter uma marca conhecida e querida ou uma equipe realmente comprometida com a estratégia da empresa também são pontos fortes. Não é fácil levantar todos eles, mas tente pensar nas vantagens competitivas de sua empresa.

W: Quais os reais pontos fracos do seu negócio? O otimismo excessivo do empreendedor pode impedi-lo de refletir sobre os pontos fracos do negócio. Outros se sentem mais confortáveis se listarem as oportunidades de melhoria (e não os pontos fracos) do seu negócio. Aqui não importa o termo, desde que você reconheça que sua empresa não faz bem tudo aquilo que poderia fazer e/ou poderia fazer muito melhor. Mesmo as melhores empresas conseguem elaborar uma grande lista de pontos fracos (ou oportunidades de melhoria). Quanto mais esforço em identificar esses pontos, mais sua empresa tende a se tornar melhor, desde que elabore um plano de ação para tratar cada ponto fraco. Neste tópico, liste tudo que está fazendo seu negócio perder vendas ou aumentar os custos (despesas, gastos, perdas).

O: Quais são as oportunidades para o seu negócio? Muito cuidado ao elaborar a lista deste tópico porque empreendedores veem oportunidades em todos os lugares. Para elaborar a lista, é preciso que a empresa tenha uma estratégica clara, com objetivos, indicadores e metas bem definidos. Isso permitirá fazer com que as oportunidades vislumbradas para o negócio sejam priorizadas de acordo com a estratégia da empresa.

T: Quais são as ameaças para o seu negócio? Comece sua lista pelos problemas que o seu negócio pode enfrentar (ou está enfrentando) com a concorrência. Que atitudes de seus concorrentes podem contribuir para reduzir as vendas ou aumentar os custos da sua empresa? Além disso, use outra ferramenta clássica, a Análise PEST, para listar outras ameaças para o seu negócio que podem ter origens políticas, econômicas, sociais e tecnológicas. A Análise PEST também pode ser usada para identificar oportunidades para o seu negócio.

DICAS DE USO DA FERRAMENTA

Prepare-se para a guerra! A Análise SWOT tem forte influência da escola militarista de formulação estratégica. Isso significa analisar detalhadamente o adversário e o ambiente em que se realizará o combate, para identificar as oportunidades e ameaças e os pontos fortes e fracos da tropa. Com base nessa análise, busca-se o melhor posicionamento e a definição do melhor plano de ação para o ataque e a defesa. Empreendedores não podem ser ingênuos e deixar de imaginar que sua empresa está em uma guerra com seus concorrentes para conquistar seu espaço no mercado consumidor. Por mais que se fale de temas como competição cooperativa ("coopetição") ou organização dos competidores em arranjos produtivos locais, sempre sua empresa terá um (ou muitos) competidor(es)que pensa(m) que concorrente bom é concorrente morto. Se você não concorda com isso, é melhor pensar que "si vis pacem, para bellum". Ou em bom português, se quer a paz, prepare-se para a guerra.

A arte da guerra: Depois de tanto tempo publicada (século IV a.C.), a obra A Arte da Guerra, de Sun Tzu, virou até livro de autoajuda, mas seus ensinamentos podem ser úteis para qualquer empreendedor. A máxima do livro é: "Se você conhece o inimigo e conhece a si mesmo, não precisa temer o resultado de cem batalhas. Se você se conhece, mas não conhece o inimigo, para cada vitória ganha sofrerá uma derrota. Se você não conhece nem o inimigo nem a si mesmo, perderá todas as batalhas". Em tempos de internet e globalização, está cada vez mais difícil conhecer o "inimigo" e até o "autoconhecimento" é uma prática pouco exercitada entre os empreendedores. Por isso é tão complicado ganhar "todas" as batalhas.

Otimismo e imbecilidade: Empreendedores são otimistas por princípio. Nenhum pessimista abre um negócio próprio. Num primeiro momento, esse otimismo pode levar o empreendedor a identificar vários pontos fortes e oportunidades, mas poucos pontos fracos e ameaças durante a criação da empresa. Depois de algum tempo, já como empresário experiente, a lista de pontos fracos e ameaças aumenta consideravelmente. Nesse momento, o sentimento de imbecilidade pode prevalecer com a pergunta: Por que não pensei nisso antes?

Otimismo e ingenuidade: Apesar de útil em diversas situações, a Análise SWOT pode ser uma ferramenta venenosa para muitos negócios nascentes, em especial, os mais inovadores. Se alguns grandes

empreendedores tivessem feito a Análise SWOT no início de seus empreendimentos, provavelmente não tomariam a decisão de continuar. Walt Disney, por exemplo, não teria vislumbrado quase nenhum ponto forte (ele nem desenhava tão bem) e nenhuma grande oportunidade (desenhos animados eram um nicho de mercado se comparados aos grandes filmes épicos de Hollywood). O negócio tinha vários pontos fracos (não tinha dinheiro ou acesso aos grandes distribuidores) e um monte de ameaças não previstas (como o roubo do personagem Coelho Oswald). Da mesma forma, Henry Ford não teria criado uma empresa para fabricar a "carruagem sem cavalos". Depois que os negóciosfazem sucesso, esses empreendedores são chamados de visionários, mas no início, eram considerados ingênuos. Não encare esse argumento para deixar de fazer a Análise SWOT para o seu negócio. Ela se torna mais imprescindível na medida em que a empresa evolui.

Peça a revisão de terceiros: Quando o empreendedor elabora a Análise SWOT para o negócio, é bem possível que a análise não seja totalmente imparcial. Nenhum pai ou mãe consegue fazer uma avaliação de seu filho ou sua filha sem destacar os pontos fortes e deixar os fracos com um destaque menor. Assim, peça a pessoas que o(a) conhecem e também estão familiarizados com o negócio para avaliar sua análise.

Preenchi os quadrantes SWOT e agora?: A principal falha no uso da Análise SWOT é imaginar que basta preencher os quadrantes. Esse é só o começo da Análise SWOT. Depois do preenchimento, é preciso analisar o que a empresa poderá (ou deverá) fazer para aproveitar seus pontos fortes e as oportunidades, melhorar seus pontos fracos e tentar extinguir ou minimizar o efeito das ameaças potenciais. Em outras palavras, é necessário um plano de ação.

Equipe Administrativa SINDILURB-MG.

Para complementar o aprendizado sobre o tema

- Assista ao vídeo "Tutorial para a ferramenta Análise SWOT", disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=OTo2ZDvDgn0
- Baixe o arquivo disponível em PDF e comece a praticar.
- Em PDF o livro A arte da Guerra proposto na matéria.

Bons estudos para seu negócio!

Fonte: Internet / Marcelo Nakagaw | Disponível em: http://movimentoempreenda.revistapegn.globo.com/news/ferramentas/2012/06/analise-swot-071.html