

DEVELIN SOUZA GONÇALVES
GUSTAVO CRISPIM
HÉLISON BORGES DE OLIVEIRA
JOÃO GABRIEL OLIVEIRA DE SOUZA
JOÃO PEDRO DE SOUZA DOS SANTOS

IFC- CAMPUS AVANÇADO SOMBRIO

MATRIZ DE ANÁLISE DE NEGÓCIOS:
S.W.O.T, F.O.F.A, F.O.D.A

2023
SOMBRIO

1. Introdução

Análise S.W.O.T (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats), também conhecida na língua portuguesa como Matriz F.O.F.A (Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças) ou também como Matriz F.O.D.A (Forças, Oportunidades, Debilidades e Ameaças), é uma ferramenta de planejamento estratégico na gestão de projetos usados em empresas para a tomada de decisões. Esta análise de projetos é comumente usada antes de que as corporações iniciem seus novos projetos.

Ferramentas de planejamento estratégico são de grande importância no mundo empresarial pois representam uma forma da companhia se preparar para o futuro de uma maneira mais organizada, também podendo servir como base para a construção do futuro da empresa conforme a qualidade das informações apresentadas na matriz, posicionando o foco da empresa para seus pontos fracos e reforçando seus pontos fortes.

Esta análise proporciona um diagnóstico da situação interna e externa da empresa, de maneira que seja melhor utilizado o ambiente da companhia e assim correr menos riscos e aproveitar melhor as oportunidades. A análise engloba a situação do mercado, concorrentes, fornecedores ou até mesmo a situação política, econômica, social e cultural.

O resultado da análise é colocado em uma matriz 2x2, por este motivo esta estratégia de análise de negócios é denominada de matriz, que se divide em quatro fatores internos/externos e positivos/negativos, como descrita na figura 1.

Figura 1: Matriz SWOT



Fonte: Casarotto , Camila (2019)

A Matriz de Análise de Negócios SWOT não possuía um criador definido, mas com a publicação da biografia do consultor americano de negócios e gestão especializado em gestão organizacional e mudança cultural Albert S. Humphrey em 2005 foi nomeado o criador da Matriz FOFA. A biografia de Albert afirma a criação da Matriz na universidade de Stanford na década de 1960.

2. Desenvolvimento

2.1 Pontos fortes e pontos fracos

Os pontos fortes são as características positivas e os recursos internos que proporcionam vantagens competitivas à organização, como recursos financeiros sólidos, pessoal qualificado, eficiência operacional, tecnologia avançada, entre outros.

Ao analisar os aspectos internos, é importante considerar os recursos, capacidades, habilidades, processos internos e ativos tangíveis ou intangíveis da organização que podem afetar sua posição no mercado.

Alguns exemplos de pontos fortes: recursos financeiros sólidos; marca forte e reconhecida; equipe experiente e qualificada; produtos ou serviços inovadores; vantagem competitiva no mercado; eficiência operacional e cadeia de suprimentos sólida; relacionamentos sólidos com clientes e fornecedores; boa reputação e imagem pública positiva.

As fraquezas, por sua vez, são as deficiências ou limitações internas que podem afetar a competitividade e o desempenho da organização. Exemplos de deficiências podem incluir falta de recursos financeiros, infraestrutura desatualizada, processos ineficientes, baixa especialização em determinadas áreas, entre outros.

Alguns dos pontos fracos são: falta de recursos financeiros; baixo reconhecimento da marca; falta de habilidades ou expertise em determinadas áreas; produtos ou serviços desatualizados; concorrência forte; processos internos ineficientes; dependência excessiva de um cliente ou fornecedor; reputação negativa ou problemas de imagem pública.

É importante lembrar que os pontos fortes e fracos referem-se a aspectos internos de uma organização que ela pode controlar diretamente ou que pode ser influenciada de alguma forma. Esses exemplos citados são apenas algumas das possibilidades, pois as análises SWOT variam de acordo com o contexto e empresas relevantes. Adaptar esta análise às especificidades de cada organização é fundamental para obter insights relevantes e úteis.

2.2 Fatores internos e fatores externos

Fator ou ambiente interno refere-se às características e recursos dentro da própria organização, enquanto os fatores externos são elementos presentes no ambiente externo à organização, ambos desempenham um papel crucial na análise organizacional.

Nos fatores internos estão incluídos a força e fraqueza, tendo elementos como recursos humanos, infraestrutura e cultura organizacional. Os recursos humanos são representados pelos colaboradores da organização, suas habilidades, competências e motivação. Eles possuem um papel fundamental no desempenho e sucesso da organização. A infraestrutura engloba as instalações, equipamentos, tecnologia e capital financeiro, que afetam a capacidade produtiva, eficiência operacional e qualidade dos produtos ou serviços oferecidos. A cultura organizacional abrange os valores, normas, crenças e práticas compartilhadas pelos membros da organização, moldando a forma como as atividades são conduzidas e o alinhamento dos objetivos da organização.

Já os fatores externos são elementos como oportunidades e ameaças que estão fora do controle direto da organização, mas que podem influenciar suas operações. O ambiente econômico, por exemplo, inclui fatores como taxas de juros, inflação, crescimento econômico e políticas governamentais relacionadas à economia. Esses fatores podem afetar a demanda dos consumidores, os custos de produção e o ambiente de negócios. As condições de mercado

também são fatores externos relevantes, pois envolvem a concorrência, tendências de consumo e preferências dos clientes, que impactam a demanda por produtos ou serviços.

Além disso, os fatores sociais e culturais têm um papel significativo no ambiente externo. Valores como comportamentos, demografia e tendências sociais afetam as preferências e demandas dos consumidores, exigindo que as organizações estejam alinhadas com esses aspectos para atender às necessidades do mercado. Os fatores políticos e legais também são importantes, pois regulamentações governamentais, posição política e legislações podem afetar o ambiente de negócios e as decisões estratégicas das organizações.

Ao analisar os fatores internos e externos, as organizações podem obter uma visão abrangente da situação em que estão inseridas, identificar oportunidades de crescimento, antecipar ameaças e tomar decisões estratégicas informadas. Essa análise possibilita que a organização tenha uma base sólida para o planejamento estratégico e a adaptação contínua às mudanças do ambiente externo, visando o sucesso da organização.

2.3 Forças e oportunidades

Na análise FOFA, a parte de Forças refere-se aos recursos, elementos internos favoráveis ou vantagens competitivas que uma entidade possui. Essas forças internas são características que dão a uma empresa uma vantagem sobre outras no mesmo mercado ou setor. Por exemplo, uma organização pode se destacar por meio do conhecimento e da experiência de sua equipe; uma marca conhecida que inspira confiança e lealdade dos clientes; recursos financeiros sólidos para investimentos e expansão; uma rede de distribuição bem estabelecida; produtos ou serviços de alta qualidade; e feedback positivo dos clientes.

Uma organização pode identificar e entender suas forças internas para usar essas forças para maximizar as oportunidades e superar as fraquezas e ameaças. A análise interna ajuda no desenvolvimento de estratégias que aumentam a competitividade e o crescimento da empresa.

Já as oportunidades são fatores externos favoráveis que uma organização pode aproveitar para alcançar seus objetivos e melhorar sua posição competitiva. Ao identificar e capitalizar as oportunidades adequadas, as organizações podem impulsionar seu crescimento, expandir sua atuação em novos mercados, inovar seus produtos ou serviços e fortalecer sua vantagem competitiva, garantindo assim um sucesso sustentável e adaptando-se às mudanças do ambiente empresarial.

2.4 Fraquezas e ameaças

As fraquezas referem-se às limitações internas de uma organização, aspectos internos que a colocam em desvantagem em relação aos concorrentes. Podem incluir falta de recursos, deficiências na equipe, processos ineficientes, baixa qualidade de produtos ou serviços. Identificar as fraquezas é fundamental para que a empresa possa desenvolver estratégias de melhoria e superação de obstáculos internos.

As ameaças são fatores externos que podem prejudicar uma organização ou representar desafios. Podem ser decorrentes de mudanças no mercado, concorrência acirrada, avanços tecnológicos, mudanças regulatórias, flutuações econômicas, entre outros.

Identificar as ameaças permite que a empresa esteja preparada e adote medidas para minimizar seus impactos negativos ou aproveitar as oportunidades que surgem dessas ameaças.

3. Conclusão

O mundo empresarial sempre está à procura de melhores formas de se organizar e também sempre à procura de novas ferramentas para melhor eficiência de seus serviços. Neste contexto surgiram várias ferramentas de organização, entre elas a Matriz SWOT que quando bem estruturada procura uma visão no ambiente interno e no ambiente externo à instituição, para que assim a companhia possa se organizar de maneira que seus rendimentos sejam mais eficientes, assim alavancando sua produtividade e valor de mercado, bem como a captura de oportunidades e a eliminação de ameaças.

Para a implementação da Matriz SWOT é preciso que a organização identifique seus objetivos e os escopos das análises, realizar análises internas(forças e fraquezas) e análises externas (oportunidades e ameaças), ou seja, reunidas todas essas informações e formar a Matriz SWOT por ordem de importância ou impacto na organização, e depois analisar as relações entre os fatores, procurando relações entre eles. Identificar as ações estratégicas que a matriz reuniu com a pesquisa e implementar essas estratégias. Com a implementação das estratégias, fazer monitorias de como a organização e a visão proposta pela Matriz SWOT está impactando a empresa.

Referências

FERNANDES, D. R. Uma Visão Sobre a Análise da Matriz SWOT como Ferramenta para Elaboração da Estratégia. Revista de Ciências Jurídicas e Empresariais, [S. l.], v. 13, n. 2, 2015. DOI: 10.17921/2448-2129.2012v13n2p%p. Disponível em: <https://revistajuridicas.pgsscogna.com.br/juridicas/article/view/720>. Acesso em: 4 jun. 2023.

RAEBURN, Alicia. Análise SWOT/FOFA: o que é e como usá-la (com exemplos). Asana, 28 de Novembro de 2022. Disponível em: <https://asana.com/pt/resources/swot-analysis>. Acesso em: 4 jun. 2023

CASAROTTO, Camila. Aprenda o que é análise SWOT, ou análise FOFA, e saiba como fazer uma análise estratégica do seu negócio. Rockcontent, 20 de dezembro de 2019. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/como-fazer-uma-analise-swot/>. Acesso em: 4 jun. 2023

EQUIPE da conta azul. Análise SWOT (FOFA): o que é, como fazer e uso para pequenas empresas. Conta Azul Blog, 5 de setembro de 2022. Disponível em: <https://blog.contaazul.com/analise-swot>. Acesso em 4 de jun. 2023

VOLPATO, Bruno. Tudo sobre a análise SWOT: o que é, como fazer e template para baixar. Resultados digitais, 23 de agosto de 2022. Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/marketing/analise-swot/>. Acesso em 4 de jun. 2023