Análise SWOT

Para avaliar a importância do produto que se visa desenvolver, e também se a relação esforço total/tempo sejam justificados no decorrer da criação do projeto, opta-se por fazer uma avaliação SWOT. Esta é uma técnica de planeamento estratégico que coloca o negócio em perspetiva usando as seguintes características: Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças.

O uso de uma análise SWOT ajuda a identificar formas de melhorar e maximizar aspetos positivos, ao mesmo tempo em que determina fatores negativos que podem prejudicar as possibilidades de sucesso.

Uma análise SWOT, permite determinar avaliações imparciais a nível dos seguintes temas:

* O negócio e a marca;
* Posição no mercado;
* Um novo projeto ou uma iniciativa;
* Uma campanha específica ou um canal.

Praticamente qualquer assunto que exija planeamento estratégico, interno ou externo, pode usufruir da análise SWOT aplicada, ajudando a evitar erros desnecessários no caminho por falta de perceção do contexto.

**Identificar o objetivo**

Antes de se iniciar esta análise, tem de se observar em concreto o que se quer que seja avaliado, sendo específico em relação ao que se quer introduzir nesta avaliação, senão corre-se o risco da mesma ficar muito extensa e parada enquanto analisamos todos os pontos intrínsecos.

**Identificar as forças**

Forças referem-se áquilo que realmente se está a executar bem, capacidades internas como, por exemplo, fatores que correm a favor do projeto e o que se oferece – que seja diferenciador ou, que os competidores não conseguem atingir.

Perguntas como:

1. É efetivo ou inovador?
2. Existe boa comunicação entre o *marketing* e as vendas?
3. Em que é que difere do resto da indústria?

…são pontos principais para identificar essas forças.

**Identificar as fraquezas**

Ao contrário das forças, as fraquezas permitem realçar quais são os bloqueios que estão a impedir de chegar aos Objetivos, aspetos que dificultam o sucesso. O que é que os competidores oferecem que continua a ser uma limitação para o desenvolvimento do projeto.

Esta secção não é sobre conviver com os aspetos negativos, em vez disso, é fundamental prever os possíveis obstáculos que possam mitigar o sucesso.

Ao identificar estes pontos, considera-se as áreas menos lucrativas para o negócio, onde existe carência de recursos ou o que custa mais tempo e dinheiro.

Perguntas como:

* O que impediria o consumidor de comprar o produto ou envolver no negócio?
* O que o faria olhar para fora do comum?
* Qual o maior obstáculo à produtividade ou capacidade de realizar o trabalho com eficiência?

…são pontos principais para identificar as fraquezas.

**Identificar as oportunidades**

Nesta categoria, identificam-se as oportunidades estratégicas que se espera, mas que não são necessariamente alcançáveis, fatores externos que se configuram com possibilidades.

Seja qual for o caso, é importante incluir potenciais oportunidades na análise SWOT incluindo perguntas como:

* Quais as tecnologias (ao alcance) que a minha empresa poderá usar para torná-la mais eficaz?
* Que público-alvo se quer atingir (ou é acessível)?
* Como se pode destacar do setor atual?
* Existe algo que pode ser utilizado para consertar/melhorar?

Este fator está associado com a categoria de fraquezas, depois de estas estarem identificadas.

**Identificar as ameaças**

Para esta categoria, se ainda não identificadas, convém então juntar todos os intervenientes no negócio e colocar questões como:

* Que obstáculos podem impedir de alcançar os objetivos?
* O que está a acontecer na indústria, ou com os concorrentes, que pode mitigar o sucesso?
* Existe alguma nova tecnologia que possa entrar em conflito com o produto?

Listar as ameaças ajuda a identificar objetivamente cada uma em termos de menor e maior probabilidade de ocorrer.

|  |  |
| --- | --- |
| **Análise SWOT aplicada ao Projeto** | |
| **Forças** | **Fraquezas** |
| **Maior incentive e facilidade para adquirir o atestado de incapacidade;**  **Maior automatismo para obter um atestado;**  **Envolvimento ativo (adesão) da população-alvo.** | **Implicar investimento elevado (em teccnologia);**  **Falta de infraestruturas para manutenção do sistema;**  **Utilização dependente de ligação à *Internet*;**  **Eventual falta de interoperabilidade entre diferentes sistemas.** |
| **Oportunidades** | **Ameaças** |
| **Expansão do produto;**  **Melhor tecnologia;**  **Criação de novos empregos;**  **Iniciativas de educação em saúde;**  **Adoção de tecnologias avançadas;**  **Reconhecimento do SNS na gestão dos atestados.** | **Surgimento de negócios idênticos;**  **Alteração de Regulamentos e Leis;**  **Falta de investimento na tecnologia;** |

Relativamente às **Forças**, é inegável dizer que quanto melhor for o automatismo de uso da aplicação, maior será a facilidade de incentive em adquirir o atestado de incapacidade por via desta aplicação. Com isto, é possível que utentes de cidades diferentes opinem sobre esta forma de obter os documentos e levem essa experiência a outras pessoas, que reconhecçam e adoptem o produto - de forma a permitir receber os atestados de forma ágil e eficaz. Isto concede um envolvimento mais ativo da população na obtenção deste tipo de documentação.

Relativamente às **Oportunidades**, há a possibilidade de expansão do produto, pelo referido nas forças, isto é, através do conhecimento partilhado por quem usufrui do produto. Incentivar iniciativas para a educação em saúde como formações ou ações de divulgação, serão uma forma de evoluir o produto, e quem sabe, interagir com a formação dos estudantes das universidades e politécnicos. Isto para a criação e melhoramento das funcionalidades do produto.

Neste seguimento, a criação de novos empregos também será possível, se a expansão do produto for concretizável. Ao mesmo tempo que tudo isto acontece, o projeto torna-se mais próximo do objetivo inicial.

Relativamente às **Fraquezas**, existe em quase todos os projetos, o problema do investimento. Neste caso, a compra de uma nova tecnologia pode implicar um elevado investimento, assim como a sua manutenção para que não seja objeto de falha ou perda da informação do utente, para referir o cenário mais complicado.

O uso limitado do produto, apenas em locais com acesso à *Internet*, pode ser também um fator de fraqueza, pois muitas pessoas não têm facilidade no seu acesso. Essa falta de uso pode também influenciar a experiência e conhecimento sobre o produto.

Relativamente às **Ameaças**, talvez a mais significative seja relativa ao facto de haver alternativas à utilização, como pelo recurso ao SNS, o que pode influenciar a escolha do paciente em optar ou não pela utilização deste produto.