

O Que é Análise SWOT e Como Montar sua Matriz?

Você sabe o que é análise SWOT? Trata-se de uma ferramenta que ajuda negócios a entenderem quais são suas fraquezas, forças, oportunidades e ameaças. É excelente para a área de marketing e também pode ajudar a traçar estratégias e tomar decisões.

Quando a análise SWOT de uma empresa é conduzida da maneira correta, pode trazer à tona informações e esclarecimentos que seriam descartados em outras ocasiões. Neste artigo, vamos explicar o que é análise SWOT, como você pode aplicá-la e quais são os benefícios para o seu negócio. Vamos lá!

O que é análise SWOT?



SWOT é sigla de Strengths (Forças), Weaknesses (Fraquezas), Opportunities (Oportunidades) e Threats (Ameaças). A matriz ajuda a organizar cada um desses itens relacionados ao seu negócio em um só lugar e com um visual amigável.

Enquanto forças e fraquezas são elementos internos (como reputação, patentes, localização), oportunidades e ameaças são externas (fornecedores, competidores, preços). A análise SWOT de uma empresa pode ser feita logo no início, na fase de projeto e deve ser repetida ao longo do tempo de vida do negócio.

A análise SWOT foi criada por Albert Humphrey, que testou a abordagem durante os anos 1960 e 1970 no Instituto de Pesquisa de Stanford. A partir de então, a análise, que foi desenvolvida para empresas e baseada em dados das organizações Fortune 500, começou a ser utilizada por instituições de todo tipo pelo mundo.

Você pode utilizar para decidir sobre investimentos, parcerias e novos projetos. Também pode ajudar em tempos de crise,

colocando as coisas em perspectiva. A intenção que a organização ganhe insights sobre sua posição atual e no futuro, tanto no mercado quanto frente a um objetivo. Entenda melhor cada um dos pontos a seguir para aprender como fazer análise SWOT.

Como fazer análise SWOT

Para que sua análise SWOT tenha sucesso, preencha a matriz com a ajuda de uma equipe composta por pessoas com perspectivas variadas. Conte com pessoas do marketing, vendas, atendimento ao cliente. Una essas visões com informações sobre a empresa, como reclamações, dados e tudo mais que for sensível ao projeto.

Para conduzir a discussão, é preciso utilizar a matriz SWOT, que é como esta:



Basta fazer um quadrado e dividi-lo em quatro, identificando cada um de acordo com esse exemplo. Para preencher, o ideal é utilizar post-its. Assim, se alguma coisa mudar, é possível alterar o que foi escrito sem que tudo vire uma bagunça.

É importante que a discussão seja flexível, como um [brainstorming](#). Coloquem os pontos que acreditem pertencer a cada quadro e quando começar a tomar uma forma que faça mais sentido, coloque cada um por ordem de prioridade.

Para ajudar você a fazer a análise SWOT de uma empresa, faça as perguntas abaixo.

Forças (fatores internos e positivos)

Aqui vocês devem descrever os atributos internos, tangíveis e intangíveis e que estão sob o controle da empresa.

- O que você faz bem?
- Quais recursos internos você tem? Aqui podemos incluir atributos das pessoas, como know-how, credenciais, networking, habilidades. Também adicionamos ativos da

- companhia, como capital, crédito, clientes, tecnologia.
- Quais são suas vantagens em relação à competição?
- Quais fatores internos adicionam valor à sua entrega?

Fraquezas (fatores internos negativos)

Esses são os aspectos que tiram valor da sua empresa e representam desvantagem competitiva. Você precisa conhecer esses fatores para saber como superá-los.

- O que está sob seu controle e o deixam menos competitivo?
- Quais áreas precisam de melhorias para atingir seus objetivos e conquistar mais vantagem competitiva?
- O que falta no seu negócio? Quais recursos são limitados?

Oportunidades (fatores externos positivos)

Estes são os atributos externos que trazem prosperidade ao seu negócio e não estão sob seu controle.

- Quais oportunidades existem no mercado ou no seu habitat que podem beneficiá-lo?
- A percepção do seu negócio pelo público é positiva?
- O mercado cresceu nos últimos tempos ou apresentou novas oportunidades?
- A oportunidade está acontecendo ou existe apenas uma janela? Quanto tempo você tem para inovar e aproveitar isso?

Ameaças (fatores externos negativos)

Ameaças são externas e fogem do seu controle, colocando a empresa em risco. Você precisa conhecê-las para criar planos para se proteger caso ataquem.

- Quem são seus existentes ou potenciais competidores?
- Quais fatores além do seu controle colocam a organização em risco?
- Quais são os desafios criados por alguma tendência não favorável ou desenvolvimento que podem deteriorar seus lucros?
- Quais situações podem enfraquecer suas ações de marketing?
- Existiu alguma mudança significativa em preços de fornecedores ou disponibilidade de matéria-prima?
- Houve mudança no comportamento do consumidor, na economia ou no governo que poderiam reduzir as vendas?
- Alguma nova tecnologia foi desenvolvida que pode tornar seus produtos e serviços obsoletos?

Quando você aprende o que é análise SWOT e sabe como montar a matriz, pode identificar cada fator e pode planejar o que deve ser impedido e o que deve ser cultivado.

Prós e contras de fazer análise SWOT de uma empresa

A análise SWOT pode ajudar muito o processo de decisões da sua organização, criando uma representação visual dos vários fatores que definem seu presente e futuro. Aliás, você pode utilizar a matriz para avaliar algo pessoal, como a carreira ou outro grande projeto de vida. O framework é muito flexível. Essa visão é importante para compreender bem esses fatores, ajudando a contemplar as dinâmicas variadas que impactam o seu sucesso. Mas a análise SWOT tem seus limites, pois pode nem sempre incluir todos os fatores relevantes nos quatro elementos. Nesses casos, a perspectiva é distorcida. Além disso, como a discussão acontece uma vez e não tem como sabermos se os fatores vão mudar, a análise SWOT tem uma vida útil. Para traçar estratégias gerais, por exemplo, recomendamos fazer uma vez ao ano. Mas, se você sentir que seu

mercado ou indústria muda com velocidade maior, não tenha medo de aumentar a frequência.

Para complementar suas estratégias, sugerimos as leituras:

The 12 Week Year – Michael Lennington e Brian P. Moran

The 12 Week Year

Uma forma diferente de traçar metas, focando em 12 semanas ao invés de 12 meses. Quem sabe aqueles planos de ação que você e sua equipe traçaram na análise SWOT não são colocados em prática?

A Estratégia do Oceano Azul – W. Chan Kim e Renée Mauborgne

A Estratégia do Oceano Azul

Agora que você sabe o que é análise SWOT e entende como pode criar sua matriz e entender seu mercado, precisa saber como mudar a situação. Este livro traz formas inovadoras de traçar estratégias.

Liderando Mudanças – John P. Kotter

Liderando Mudanças

Depois de aprender como fazer a análise SWOT, é preciso se preparar para a mudança. Lançado em 1996, este livro continua atual e é uma das maiores referências para a gestão no mundo. Todos esses livros estão disponíveis na nossa plataforma. [Acesse aqui](#) e comece seu trial! Você pode também ler e ouvir os resumos direto do seu celular, pelos apps para Android e iOS.

Nós gostamos muito de ouvir a sua opinião! Fique à vontade para comentar o que você achou desse post sobre o que é análise SWOT, das publicações que sugerimos, dentre outros

assuntos.

Happy reading!