

SEGURANÇA 4.0

SWOT, a base da estratégia

Guia para a construção de uma
análise SWOT de sucesso



MONSTROS ^{SCIA} CIA.

ÍNDICE

| | |
|-------------------------|----|
| Contextualização à SWOT | 3 |
| Construir uma SWOT | 5 |
| Desmistificar uma SWOT | 6 |
| Vantagens de uma SWOT | 10 |
| E na prática? | 11 |
| A reter... | 16 |
| Exemplo | 18 |

CONTEXTUALIZAÇÃO À SWOT

O presente *ebook* constitui uma ferramenta holística e transversal para a criação e para o desenvolvimento de uma análise SWOT empresarial. Destinado às várias PME que constituem o setor da Segurança, este guia pretende apresentar conceitos essenciais a uma atuação inovadora, que potencie a competitividade da sua empresa.

A análise SWOT constitui um papel fulcral no desenvolvimento de planos estratégicos para empresas, afirmando-se como uma ferramenta de gestão que prevê a análise de cenários e ambientes – internos e externos - em que a empresa está inserida, de modo a identificar forças, fraquezas, oportunidades e ameaças.

Em suma, consiste numa estratégia que suporta o conhecimento empresarial, ao apurar uma visão mais ampla dos elementos que influenciam os resultados e objetivos organizacionais, possibilitando a aplicação de aperfeiçoamentos e a reação à instabilidade dos mercados.

A análise SWOT é uma ferramenta simples que é facilmente posta em prática em contexto empresarial. Importa notar que esta, apesar de fundamental, não é a única metodologia aplicável e necessária na análise de ambientes e variáveis que influenciam os contextos empresariais. Numa fase inicial, a SWOT é fulcral, sendo que, por outro lado, as análises mais avançadas, como estudos de mercado e *benchmarking*, são utilizadas por empresas com alguma maturidade e em fases mais avançadas.

Na sequência da realização de uma análise SWOT é fulcral elaborar uma contextualização da organização que inclua missão, visão e valores, de seguida a definição de público-alvo, posteriormente o delineamento de objetivos, incluindo objetivos SMART, a criação de uma matriz de *marketing-mix* e, por fim, a criação de um plano de ações com orçamento e calendarização.

CONSTRUIR UMA SWOT



¹ relativo à empresa

² relativo ao mercado e ambiente envolvente

DESMISTIFICAR UMA SWOT

O QUE É?

uma **FORÇA**

Reconhecer as **Forças** passa por identificar **atributos** e **qualidades**, que surgem como **pontos fortes**. Estas são as características singulares, que permitem diferenciar-se da concorrência.

Uma Força pode ser percebida como uma condição interna, atual ou potencial, capaz de auxiliar substancialmente e eficazmente, o desempenho da organização.

uma **FRAQUEZA**

Reconhecer as Fraquezas passa por identificar as características e elementos que **desfavorecem** a sua empresa. Representam os **pontos fracos** da organização, ou seja, **fragilidades e dificuldades** que a empresa tem ou enfrenta.

Uma fraqueza pode ser vista como uma condição interna, atual ou potencial, com capacidade para dificultar, atrasar ou influenciar negativamente o desempenho e o sucesso organizacional.

uma **OPORTUNIDADE**

Reconhecer uma oportunidade passa por **identificar circunstâncias, contextos, características que possam ser utilizadas e aproveitadas como benefícios**. É uma situação ou condição externa, atual ou potencial, que, se for adequada, inteligente e eficazmente aproveitada, pode contribuir positivamente para o alcance dos objetivos e metas ou para a melhoria do desempenho do negócio.

uma **AMEAÇA**

Reconhecer uma ameaça passa por identificar as características, ambientes envolventes e/ou circunstâncias que possam **prejudicar ou interferir no desempenho do negócio.**

É uma situação atual ou potencial, presente no contexto externo, que, se não tiver uma intervenção adequada, **não for evitada ou controlada**, pode **prejudicar negativamente** o alcance de objetivos e a estratégia empresarial.

VANTAGENS DE FAZER UMA SWOT

- Identificação das **características fundamentais** para a gestão da organização;
- Definição de **prioridades** de atuação;
- Realização de **diagnósticos**: identificação de riscos e resolução de problemas + identificação de valências e fortalecimento do desempenho;
- Delineamento de **ações estratégicas**;
- Realização de **prospecções e elaboração de planos**, de acordo com as condições do mercado e as capacidades da empresa.

E NA PRÁTICA?

FORÇAS

EXEMPLIFICAÇÃO

- Experiência e conhecimento no ramo e segmento de negócio
- Acessos e vantagens tecnológicas
- Ferramentas inovadoras
- Profissionais experientes
- Produtos e serviços diferenciadores
- Estruturas
- Clientes fidelizados

PERGUNTAS ESSENCIAIS

- Quais as vantagens do meu negócio?
- Qual a minha proposta de valor?
- O que faço melhor que a concorrência?

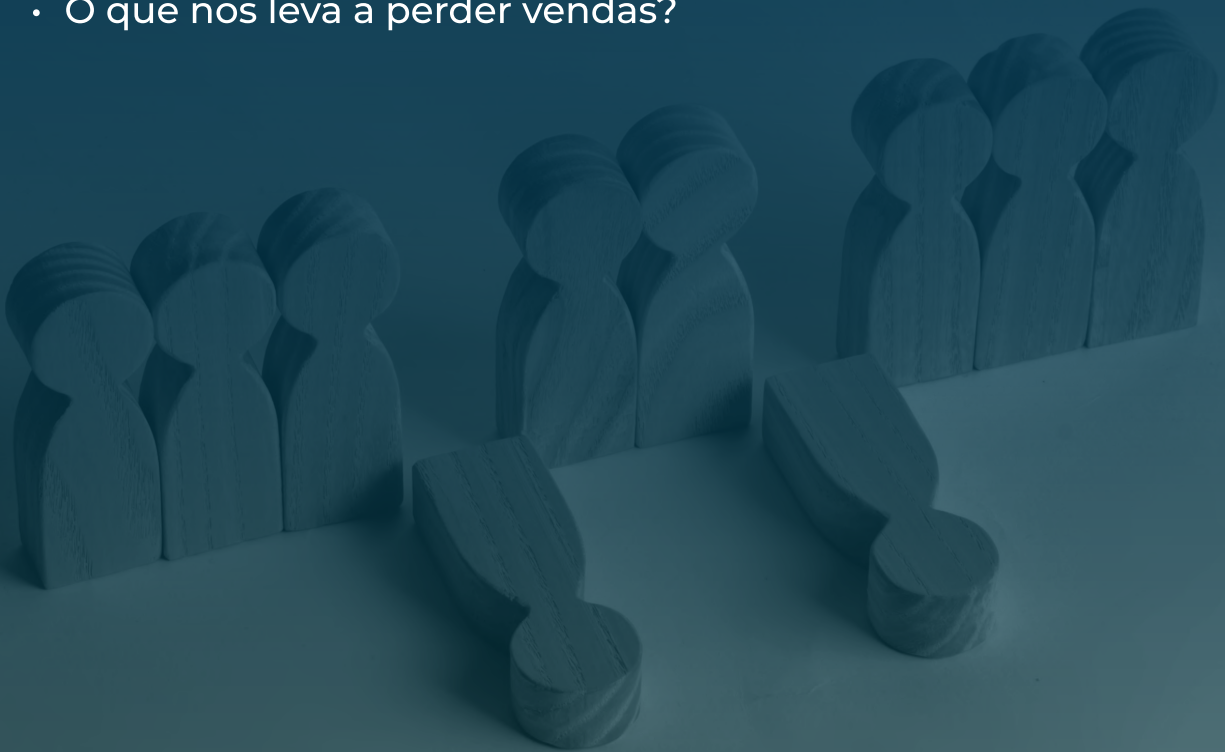
FRAQUEZAS

EXEMPLIFICAÇÃO

- Poucos recursos humanos
- Mão de obra pouco qualificada
- Pouco capital disponível
- Fraco investimento em comunicação e *marketing*

PERGUNTAS ESSENCIAIS

- No que devo melhorar?
- O que nos leva a perder vendas?



OPORTUNIDADES

EXEMPLIFICAÇÃO

- Hipóteses de expansão do negócio
- Novos parceiros
- Fidelização de clientes
- Alto nível de procura

PERGUNTAS ESSENCIAIS

- Quais as tendências mais relevantes aplicáveis ao negócio?
- Estou a tirar proveito da digitalização?
- Que mudanças tecnológicas, políticas, sociais poderei aproveitar?

AMEAÇAS

EXEMPLIFICAÇÃO

- Crises económicas
- Novos concorrentes
- Concorrência com sistemas mais desenvolvidos
- Tecnologias, produtos ou serviços substitutos
- Instabilidades nos fornecimentos
- Volatilidade de clientes

PERGUNTAS ESSENCIAIS

- O que é que os concorrentes fazem melhor?
- Quais os principais obstáculos ao crescimento do negócio?

A aplicação destes conceitos permite à sua organização obter uma visão mais criteriosa do negócio e da sua área de atuação, bem como delinear um plano de ações orientado para objetivos estratégicos bem definidos, sendo que a análise SWOT garante a contextualização necessária para uma otimização de resultados e aumento da competitividade.

A RETER

VANTAGEM? DESVANTAGEM? OU AMEAÇA?

Uma análise SWOT bem sucedida passa, precisamente, por perceber se uma determinada característica poderá ser diferenciadora e aproveitada ou uma potencial ameaça ao desempenho.

Por exemplo: Preço Competitivo

- Se o preço competitivo for identificado como uma característica do negócio, será, claramente, uma força. Será necessário perceber se, face à concorrência, os preços praticados são uma característica de destaque e se para o consumidor esta é uma informação que agrega valor na hora de decisão de compra ou não.

- Se o preço competitivo for assinalado com fraqueza significa que, internamente, as análises revelam que os preços praticados são completamente distintos da concorrência e que o cliente prefere, efetivamente, outro produto ou serviço.
- Se o preço competitivo não for identificado como vantagem ou desvantagem, poderá ser, então, uma ameaça. Significa que, perante a realização de benchmarking (análise da concorrência), os preços dos concorrentes são uma característica atrativa e diferenciadora para o cliente.

EXEMPLO

... de uma PME

Imaginemos uma PME composta por 4 trabalhadores e que tenha como atividade principal a venda de equipamentos.

...Fraquezas

Relativamente à atuação desta empresa familiar, é possível identificar as seguintes fraquezas:

- Não marca presença no digital (redes sociais, website);
- Não utiliza qualquer software ou app que permita gerir fluxos de clientes e/ou fornecedores;
- Não recorre ao certificado digital para assinar documentos;
- Não faz faturação eletrónica;
- Não aposta em conteúdos patrocinados;
- Não comercializa os seus produtos online.

...Oportunidades

Neste contexto, não estão a ser aproveitadas as potencialidades que o meio digital e as suas ferramentas oferecem. Assim sendo, a PME deverá agir no sentido de rentabilizar estas opções, ao recorrer a especialistas nas diferentes áreas.

No caso da produção de conteúdo nas redes sociais, a presença consistente nestas impulsionam as vendas e o retorno sobre o investimento. Estudos apontam para que, ao adquirir maturidade nas redes sociais, possa triplicar o lucro, segundo a consultora McKinsey.

Assim sendo, com um investimento inicial, com um valor mensal a começar nos 150€, na subcontratação de serviços especializados em comunicação digital, a PME conseguirá tomar partido dos benefícios que advêm da indústria 4.0 e da digitalização, facilitando processos e gerando lucro.

SEGURANÇA 4.0

SWOT bem executada é

**saber aproveitar as forças
para alavancar oportunidades
e defender-se de ameaças.**

Cofinanciado por:

COMPETE
2020

PORTUGAL
2020

UNIÃO EUROPEIA
Fundo de Coesão

APSEI
ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DE SEGURANÇA

MONSTROS & CIA.