

A Análise

DAFO

Nunca conseguiríamos atingir a plenitude sem a Teoria. Sobrepor-se-á sempre à prática, por uma simples razão: a prática é estática. Consegue fazer bem apenas o que sabe. Não tem, contudo, nenhum princípio que lhe permita lidar com o que não conhece... A prática não está adaptada para fazer face a alterações bruscas em ambientes em constante mutação. A Teoria pressupõe, de modo contínuo, novas combinações e possibilidades numa perspectiva futura. A Teoria fornece uma clara estrutura; sem ela, a prática administrativa reduz-se a uma série de actos sem sentido, sem propósito ou direcção.

“Toward a Theory of Library Administration”
→ Alan R. Samuels & Charles R. McClure.

A Análise DAFO

DAFO (em Inglês SWOT) é uma sigla usada para definir uma ferramenta analítica que permite trabalhar com toda a informação que possui sobre o seu negócio, útil para examinar as suas Debilidades, Ameaças, Forças e Oportunidades.

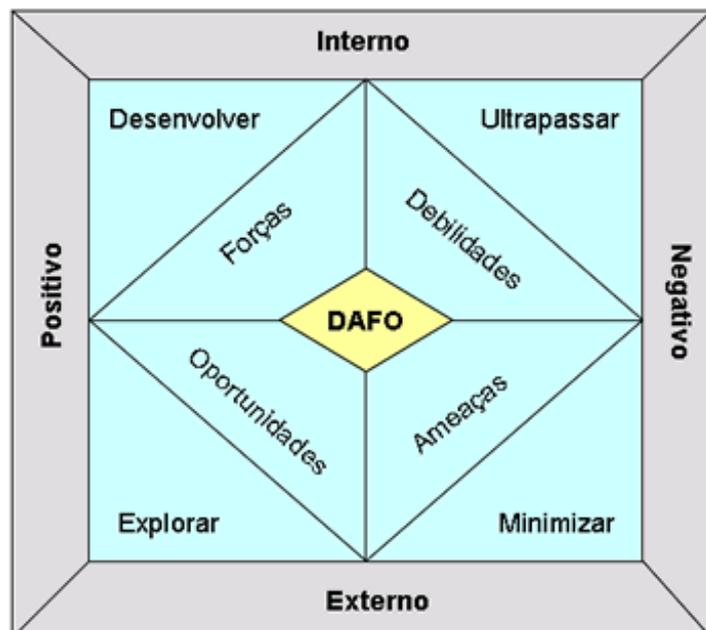
Este tipo de análise representa um esforço para examinar a interacção entre as características particulares do seu negócio e o contexto no qual se insere. A análise DAFO tem múltiplas aplicações e pode ser usada por todos os níveis da organização e em diferentes unidades de análise tais como produto, mercado, produto – mercado, linha de produtos, corporação, empresa, divisão, unidade estratégica de negócios, etc. Muitas das conclusões, obtidas como resultado da análise DAFO, poderão ser-lhe de grande utilidade na análise do mercado e nas estratégias de marketing que desenhe e que qualifique para serem incorporadas no plano de negócios.

A análise DAFO deve focalizar-se somente nos factores chave para o êxito do seu negócio. Deve permitir identificar as forças e as debilidades diferenciais internas e compara-las de maneira objectiva e realista com a concorrência e com as oportunidades e ameaças chave do contexto ambiental externo.

Isto significa que a análise DAFO consta de duas partes: uma interna e outra externa.

A parte interna tem a ver com as forças e as debilidades do seu negócio, aspectos sobre os quais o gestor tem algum grau de controlo.

A parte externa descreve as oportunidades que o mercado seleccionado oferece e as ameaças que o seu negócio terá que enfrentar. Aqui terá que aplicar toda a sua capacidade e habilidade para aproveitar essas oportunidades e para minimizar ou anular essas ameaças, circunstâncias sobre as quais tem pouco ou nenhum controlo directo.



1- Forças e Debilidades

Considere áreas tais como as seguintes:

Análise de Recursos

- ✓ Capital, recursos humanos, sistemas de informação, activos fixos, activos não tangíveis.

Análise de Actividades

- ✓ Recursos de gestão, recursos estratégicos, criatividade.

Análise de Riscos

- ✓ Em relação aos recursos e às actividades da empresa (organização).

Análise de Portfólio

- ✓ A contribuição consolidada das diferentes actividades da organização.

Faça perguntas deste tipo:

Quais são aqueles cinco a sete aspectos onde acredita que supera os seus principais competidores?

Quais são aqueles cinco a sete aspectos onde acredita que os seus competidores o superam?

METODOLOGIA



Ao avaliar as forças de uma organização, tenha em consideração que estas podem classificar-se do seguinte modo:

Forças Organizacionais Comuns

Quando uma determinada força é possuída por um grande número de empresas concorrentes. A paridade competitiva dá-se quando um grande número de empresas concorrentes está em condições de implementar a

mesma estratégia.

Forças Distintivas

Quando uma determinada força é possuída somente por um reduzido número de empresas concorrentes. As empresas que sabem explorar a sua força distintiva geralmente conseguem uma vantagem competitiva e obtêm utilidades económicas acima da média da sua indústria ou sector. As forças distintivas poderão não ser imitáveis quando:

- A sua aquisição ou desenvolvimento depende de uma circunstância histórica única que o utras empresas não podem copiar.
- A sua natureza e carácter não são conhecidos ou compreendidos pelas empresas concorrentes. (Baseiam-se em sistemas sociais complexos como a cultura empresarial ou o trabalho de equipa).

Forças de Imitação das Forças Distintivas

Definem a capacidade de copiar a força distintiva de o utra empresa e de a converter numa estratégia que gere utilidade económica.

A vantagem competitiva será temporariamente sustentável, quando subsiste depois que cessam todos os intentos de imitação estratégica por parte da concorrência.

Ao avaliar as debilidades da organização, tenha em consideração que se está a referir a aquelas que impedem a empresa de seleccionar e implementar estratégias que lhe permitam desenvolver a sua missão. Uma empresa tem uma desvantagem competitiva quando não está a implementar estratégias que gerem valor enquanto que outras empresas concorrentes o estão fazer.

2- Oportunidades e Ameaças

As oportunidades organizacionais encontram-se naquelas áreas que poderiam proporcionar altos desempenhos. As ameaças organizacionais estão naquelas áreas onde a empresa encontra dificuldade em alcançar altos níveis de desempenho.

Considere:

Análise do contexto

Estrutura da sua industria (Fornecedores, canais de distribuição, clientes, mercados, concorrentes).

Grupos de interesses

Governo, instituições públicas, sindicatos, grémios, accionistas, comunidade.

O contexto visto de uma forma mais ampla:

Aspectos demográficos, políticos, legislativos, etc.

METODOLOGIA



Ponha a si próprio, as seguintes questões:

Quais são realmente as maiores ameaças que enfrenta no seu contexto ambiental?

Quais são as suas melhores oportunidades?

MODELO 5 FORÇAS DE PORTER



Manuel Teixeira - 2002