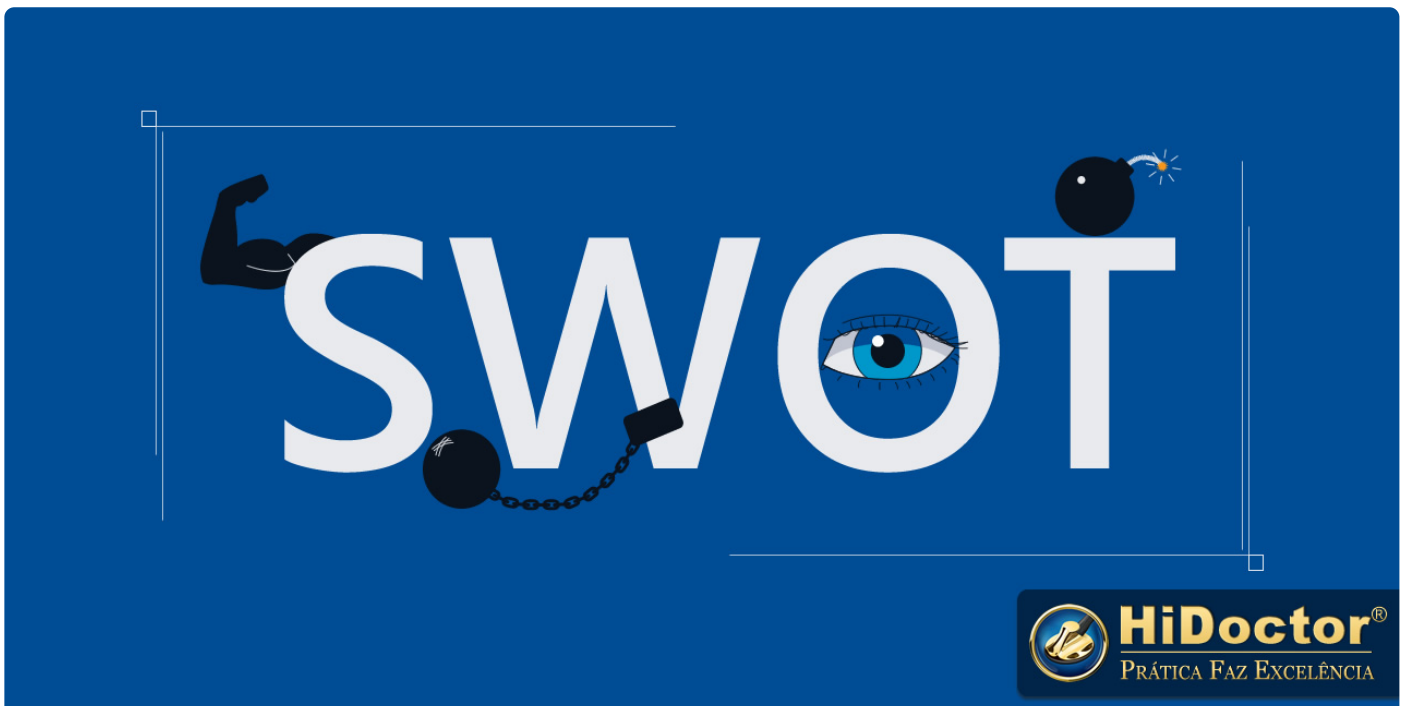


[PLANILHA] Como a análise SWOT ajuda na administração do seu consultório

Na gestão de empresas, eventualmente é necessário fazer ajustes para manter a produtividade ideal, seja em grandes corporações, pequenos negócios ou mesmo em consultórios médicos. E para saber quais ajustes devem ser feitos, vários métodos de análise podem ser usados.

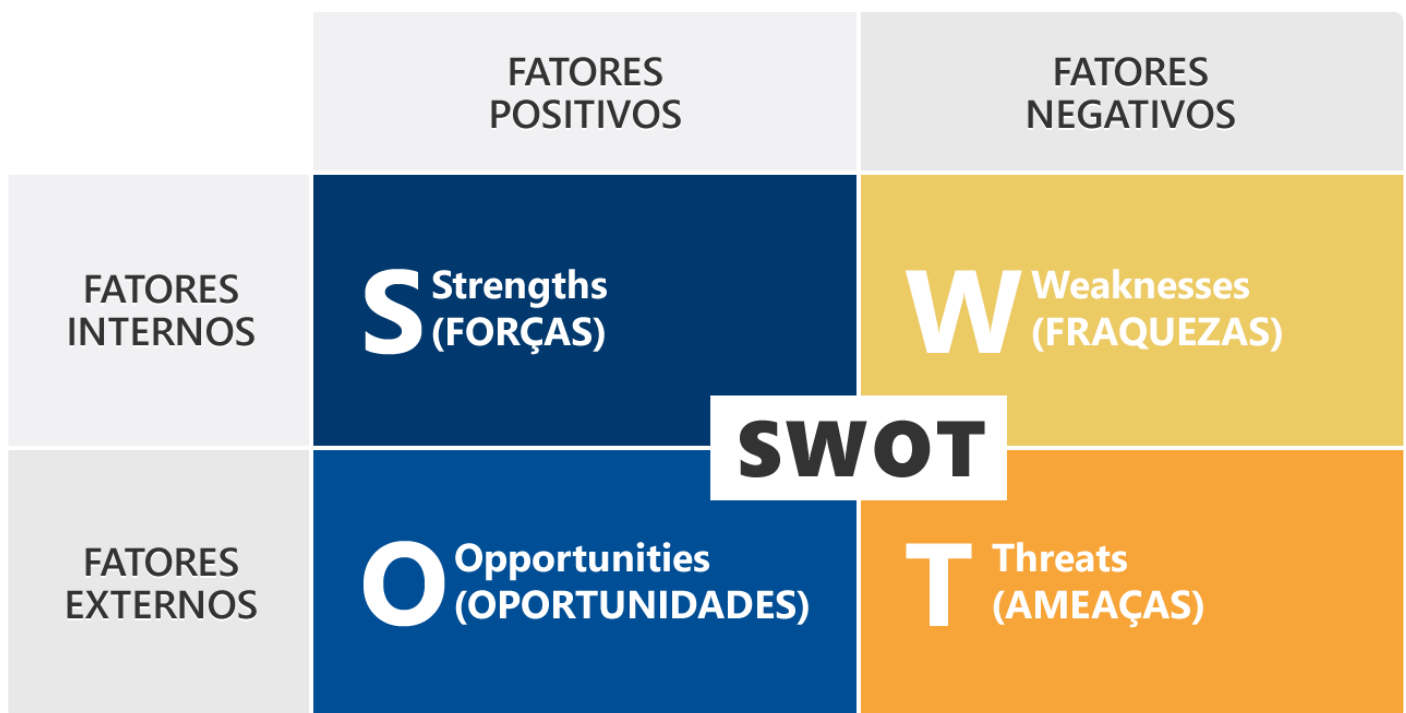
A análise SWOT é um método simples para fazer análises de cenário de uma empresa. Este método permite avaliar um negócio por meio da observação de seus pontos fortes, pontos fracos, oportunidades e ameaças (*SWOT = Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*). Em português, algumas pessoas chamam este método de “análise FOFA” – Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças – apesar deste termo ser menos comum.



A análise SWOT deve ser usada para avaliar a **posição competitiva da empresa**, encontrando os principais problemas internos e externos, atuais e futuros, e com isso atualizar o [planejamento estratégico](#) da organização para tomar decisões com mais

segurança. Entender onde você está hoje é fundamental para alcançar seus objetivos futuros.

O método parece simples, o que não significa que deve ser realizado rapidamente ou casualmente. A análise SWOT é uma ótima chance para ver em que estágio competitivo a empresa está, ou seja, seu status frente a fatores externos (como concorrentes, economia) e internos (como qualidade do atendimento, finanças) que poderiam favorecer ou prejudicar a gestão de seu consultório. A análise SWOT é útil para hospitais, clínicas médicas e também profissionais que atuam em consultório particular.



Etapas para a análise SWOT na área da saúde

1. A primeira etapa consiste em levantar os fatores que impactam na estratégia definida, separando-os de acordo com o ambiente que afetam: interno ou externo. No caso da análise geral do consultório, considere o que pode afetar direta ou indiretamente seu objetivo de crescimento, seja este fator positivo ou negativo. Na [planilha SWOT que preparamos](#), oferecemos vários exemplos de fatores a serem considerados.
2. Na segunda etapa, avalie cada fator coletado, a fim de posicioná-lo como **Ponto Forte** (fator interno positivo), **Ponto Fraco** (fator interno negativo), **Oportunidade** (fator externo positivo) ou **Ameaça** (fator externo negativo).

3. A terceira etapa envolve o diagnóstico da matriz criada. Nesta etapa você deve verificar quais categorias são predominantes no seu consultório e estabelecer uma estratégia que tome melhor proveito dos resultados encontrados e que esteja alinhada ao [plano estratégico do consultório](#). Confira na nossa [planilha SWOT](#) o diagnóstico dado para seu consultório.
4. A matriz SWOT pode ser utilizada tanto para a missão geral do consultório quanto para avaliar a possibilidade de implementar certos planos de negócio. É importante que esta análise feita para cada nova estratégia. Lembre-se também de sempre revisar a análise geral do negócio, pois cada momento do seu consultório trará novos resultados.

Entendendo melhor cada uma das categorias

Fatores internos

São fatores que estão sob seu controle, indica aquilo que você pode potencializar ou corrigir para atingir seu objetivo.

FORÇAS: Nesta categoria estão suas capacidades e recursos que podem ser a base de uma vantagem competitiva. Para criar essa lista, pergunte-se: *Quais são os pontos fortes mais importantes? Como podemos melhor usá-los e aproveitar cada força?*

Exemplos de pontos fortes:

- Uso de equipamentos médicos de última geração
- Um serviço novo e/ou inovador oferecido
- Investimentos em informatização
- Equipe altamente treinada
- Vantagens de custo ou facilidades de pagamento
- Boa reputação e recomendação
- Especialização e/ou experiência do médico
- Localização ou vantagem geográfica

FRAQUEZAS: Fatores que afetam a qualidade dos serviços de saúde ou aumentam seus custos; são desvantagens que você tem frente a concorrência. São as áreas que precisam ser melhoradas (ou devem ser evitadas). Pergunte-se: *o que meus concorrente oferecem de forma superior a mim? O que removeria ou superaria essa fraqueza?*

Pontos fracos podem incluir:

- Instalações obsoletas
- Falta de comunicação com pacientes
- Administração ineficiente
- Uso inadequado da informática e outras tecnologias
- Falta de recursos financeiros
- Ausência de plano de marketing
- Reputação danificada
- Má localização ou barreiras geográficas
- Altos tempos de espera para consulta

Fatores externos

Essas categorias têm origem externa, são fatores que você não pode controlar, mas deve estabelecer estratégias para aproveitá-los ou mitigá-los.

OPORTUNIDADES: Novas possibilidades de negócios são consideradas oportunidades. São novas tendências econômicas, políticas, comportamentais e de interesse público que são favoráveis a seu consultório.

Exemplos de oportunidades:

- Novas tecnologias que trazem mais produtividade
- Entrar em um mercado desocupado por um concorrente
- Mudanças no perfil da população ou surgimentos de novas necessidades
- Possibilidade de colaboração com diferentes organizações de saúde
- Surgimento de novos programas de assistência médica
- Novos mercados de nicho
- Vulnerabilidades dos concorrentes

AMEAÇAS: fatores fora de seu controle que podem prejudicar o desempenho da empresa. São mudanças na política, na regulação da área, aumento de custos e outras categorias que afetariam sua estabilidade.

Ameaças podem incluir:

- Novos concorrentes no seu mercado local
- Mudanças adversas no pagamento ou nos regulamentos de planos de saúde

- Um concorrente com um produto ou serviço inovador
- Perda de funcionários ou sócios importantes
- Mudanças na demanda de mercado
- Insegurança econômica ou política
- Aumento da demanda por tecnologia cara

E depois? O que fazer com a análise SWOT?

A análise SWOT vai encontrar as categorias predominantes (Forças x Fraquezas; Oportunidades x Ameaças) e compreender qual a sua posição frente ao mercado.

Quando cruzamos os fatores internos com os externos, chegamos a 4 tipos de estratégias possíveis:

		PREDOMINÂNCIA DE	
		Oportunidades	Ameaças
PREDOMINÂNCIA DE	Forças	Desenvolvimento	Manutenção
	Fraquezas	Crescimento	Sobrevivência

Estratégia de desenvolvimento

A combinação de Forças e Oportunidades posicionam a empresa numa situação ideal em que suas vantagens encontram eco no mercado. Este é o momento ideal para uma estratégia de desenvolvimento e expansão, pois a empresa tem potencial para ações ofensivas, o que inclui buscar novos mercados e clientes ou então novas tecnologias, produtos, serviços, etc. Neste momento a empresa não deve “relaxar” porque encontra-se numa situação confortável, pelo contrário, deve planejar-se para multiplicar o sucesso de seu negócio – seja com desenvolvimento de novos serviços, novas

tecnologias, fusões e parcerias – para garantir a liderança do mercado e evitar ameaças futuras.

Estratégia de manutenção

A combinação de Forças e Ameaças é sinal de que a empresa deve defender-se do ambiente externo. Nesta situação, o negócio apresenta estabilidade, mas deve trabalhar para manter a posição conquistada no mercado, formando uma barreira contra as ameaças do ambiente externo. É importante estar atento aos movimentos dos concorrentes e às necessidades do público, buscando ofertar serviços a novos nichos ou especialidades. O estado de manutenção é natural em negócios maduros. Há margem para reação em caso de crises, mas os gestores devem se esforçar ao máximo para evitar novas ameaças.

Estratégia de crescimento

A combinação de Fraquezas e Oportunidades coloca o negócio numa posição de debilidade, onde a fraqueza dificulta o aproveitamento de situações favoráveis; esta situação é comum em empresas nos anos iniciais. O ambiente é favorável para o gestor pois, embora ainda esteja sem a infraestrutura ideal, o negócio apresenta oportunidades bastante promissoras. O momento é propício para tentar expandir e inovar, por isso é importante antecipar-se aos concorrentes, lançando serviços novos e envolvendo-se mais com os clientes, a fim de transformar as fraquezas em forças.

Estratégia de sobrevivência

A combinação de Fraquezas internas e Ameaças externas colocam a empresa em uma posição de vulnerabilidade. A estratégia de sobrevivência é indicada para esta situação delicada, que coloca o futuro da organização em risco. Quando estas são as duas categorias que predominam na análise de uma empresa, é necessário se reorganizar internamente, buscando reduzir os pontos fracos, além de buscar novas oportunidades que poderão fortalecer a empresa, valorizar seus serviços e eliminar as ameaças que afetam o negócio.

...

Fazendo sua análise e identificando em qual momento o consultório se encontra, você poderá traçar um plano estratégico, com ações efetivas a serem implementadas que permitam alcançar seus objetivos de melhorias e crescimento.

Para começar a identificar pontos fortes e fracos, bem como oportunidades e ameaças para seu consultório, **baixe nossa planilha interativa para criar sua análise SWOT**. Após obter os resultados de sua análise, você poderá definir com mais clareza as atitudes a serem tomadas para alcançar ainda mais sucesso!



The banner features a dark blue background. On the left, the word 'SWOT' is written in large white letters. The 'S' is accompanied by a muscular arm flexing. The 'W' has a bomb with a lit fuse on top. The 'O' is replaced by a detailed blue eye. The 'T' has a bomb with a lit fuse on top. To the right of the 'SWOT' graphic, the text '[PLANILHA]' is written in orange. Below it, the main headline 'Como a análise SWOT ajuda na administração do seu consultório' is written in white. At the bottom right, there is an orange button with the text 'Baixar planilha' in white. The 'HiDoctor' logo is visible in the bottom right corner of the banner.

[PLANILHA]

Como a análise SWOT ajuda na administração do seu consultório

Baixar planilha

HiDoctor®

Artigo original disponível em:

"[PLANILHA] Como a análise SWOT ajuda na administração do seu consultório " -
HiDoctor® Blog

Centralx®