

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO E COMPETITIVIDADE

AULA 1

Prof. M.e Willyans Maciel



OBJETIVOS

Apresentar a disciplina, visão geral do planejamento estratégico, estratégia como plano, padrão, posição e perspectiva.



A DISCIPLINA

Estratégia como plano, padrão, posição e perspectiva; Análise do ambiente externo; Análise do ambiente interno; Teorias de Gestão Estratégica.



A DISCIPLINA

Metodologia de análise baseada na análise das 5 forças e análise SWOT; Análise de recursos e capacidades; *Benchmarking*; Formulação estratégica; *Balanced Score Card*.



PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Surgido na década de 1960, é o processo de definir o direcionamento e tomada de decisões quanto a alocação de recursos e as possibilidades que a empresa irá perseguir no futuro.



MECANISMOS DE CONTROLE

O planejamento estratégico também inclui os mecanismos de controle para garantir que a estratégia seja implementada e o objetivo atingido.



PLANEJADORES

Indivíduos ou setores que contam com fontes de dados, dispostos a por em prática um plano baseado nestes dados, a partir da análise da empresa e sua relação com o mercado.



A FORMA

Um documento utilizado para comunicar a estratégia formulada, para que esta possa de fato ser executada de modo ordenado e organizado por toda a empresa.



COMPETITIVIDADE

Uma boa estratégia aloca recursos e energias para atingir objetivos e aproveitar oportunidades.



FACETAS DA ESTRATÉGIA

Plano; Padrão; Posição; Perspectiva.

Estabelecer objetivos; Determinar ações; Mobilizar recursos.



HISTÓRICO E EVOLUÇÃO

Metade de 1950 e começo de 1960;
Grandes empresas - *Long-range planning systems*.

Evolução e adoção geral em 1980 e 1990.



COMPETIÇÃO

A competição é o principal elemento dos mercados. Um desafio que funciona como indicador para o aperfeiçoamento de nossa empresa.



VANTAGEM COMPETITIVA

O planejamento estratégico leva a empresa a corrigir-se e tornar-se mais competitiva, mantendo-se em uma posição favorável em seu mercado.



CÍCLICO

Para atingirmos a real vantagem competitiva, devemos repetir o planejamento ao longo do tempo, para que se aproveite as lições positivas e negativas.



FREQUÊNCIA

É comum a recomendação de que o ciclo completo do planejamento estratégico, que veremos a seguir, seja repetido em intervalos constantes, como trimestre, semestre, etc.



ATENÇÃO!

O planejamento estratégico incorpora o curto e longo prazo. As revisões trimestrais são, em geral, parte de um planejamento maior.



FASES DO PLANEJAMENTO

Quatro fases comuns a maioria dos formatos:

1. Análise;
2. Formulação;
3. Execução;
4. Avaliação.



ANÁLISE

Avaliação do ambiente externo e interno. Compreensão das condições atuais do mercado, clientes, colaboradores, recursos, entre outros.



FORMULAÇÃO

Desenvolvimento da estratégia de alto nível e do plano básico para concretizar a estratégia. Documentação do plano, suas etapas, prazos e estratégia geral.



EXECUÇÃO

Dividir para conquistar. Aqui a estratégia de alto nível é seccionada em planos menores em um nível mais operacional. Definição de ações que colaborem com a estratégia.



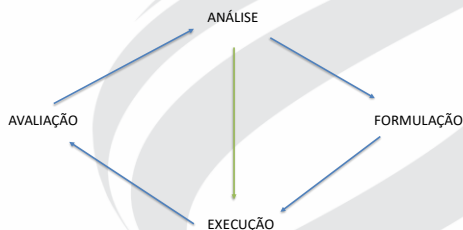
AValiação

Fase de gerenciamento ou de manutenção. Avaliação de elementos que podem atrapalhar os objetivos, mas que também podem oferecer soluções novas para as dificuldades da empresa.



VARIAÇÕES

As combinações que podemos fazer com diferentes ferramentas e abordagens possibilitam que cada planejamento estratégico seja único e adaptado para a empresa em que é aplicado.



Fonte: Elaborado pelo autor (2018)



SÍNTESE

O planejamento estratégico é um processo racional e sistemático, em etapas, adaptáveis a cada empresa e situação, com um histórico comprovado de melhora da capacidade competitiva.

