

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO E COMPETITIVIDADE

AULA 3

Prof. M.e Willyans Maciel



OBJETIVOS

Teorias de Gestão Estratégica;
Metodologia de análise baseada
na análise das 5 forças (externo) e
análise *SWOT* (interno).



TEORIAS DE GESTÃO ESTRATÉGICA

Teorias ou *frameworks*: Conjuntos de abordagens (*approaches*), ferramentas (*tools*) e conceitos que formam uma maneira de desenvolver o planejamento estratégico e gerenciar a empresa.



EXTERNO E INTERNO

Uma ferramenta ou abordagem sozinha não pode completar o planejamento ou gestão, sempre utilizamos uma combinação de abordagens e ferramentas internas e externas.



IMPORTANTE!

Uma ferramenta ou abordagem sozinha não pode completar o planejamento ou gestão, sempre utilizamos uma combinação de abordagens e ferramentas internas e externas.



5 FORÇAS DE PORTER

Desenvolvida por Michael E. Porter da *Harvard University*. Focada na análise do ambiente externo da empresa. Avalia as condições de competitividade na forma de cinco forças.



AS 5 FORÇAS DE PORTER

- Rivalidade entre concorrentes;
- Poder de negociação dos clientes;
- Poder de negociação dos fornecedores;
- Ameaça de novos concorrentes;
- Ameaça de substitutos.



RIVALIDADE

Vantagem competitiva sustentável por meio da inovação; Competição e quantidade de concorrentes; Taxa de crescimento do mercado; Grau de transparência; Gastos com divulgação; entre outros.



RIVALIDADE PARA SERVIR

Como o sistema é feito para servir pessoas, o que consequentemente traz o lucro, as empresas acabam por reduzir suas margens oferecendo descontos e cortes.



NOVOS CONCORRENTES

Os ganhos das empresas atuais atraem concorrentes, dividindo o mercado e obrigando as empresas a reduzirem suas margens, inovar para manter os atuais clientes ou atrair novos clientes.



ALGUNS FATORES

Existência de barreiras para entrada e saída; Requisitos de capital; Custo absoluto; Lealdade dos clientes; Lucratividade; Políticas governamentais.



AMEAÇA DE SUBSTITUTOS

Um produto substituto é aquele que soluciona a mesma necessidade econômica com uma tecnologia ou estratégia diferente, por exemplo vinho e cerveja, água e refrigerante.



AMEAÇA DE SUBSTITUTOS

A ameaça de substitutos ocorre quando outra empresa do mesmo ramo, seja nova ou antiga, encontra uma solução diferente para a necessidade atendida pela empresa.



ALGUNS FATORES

- Propensão dos clientes ao substituto;
- Custo;
- Quantidade de substitutos;
- Facilidade de uso ou contratação;
- Disponibilidade.



Poder de negociação dos clientes

Capacidade dos consumidores de colocar as empresas sob pressão. Quanto mais alternativas e menor a necessidade do produto, maior o poder de negociação (barganha) dos clientes.



ALGUNS FATORES

Empresas vs volume de clientes;
Dependência dos distribuidores atuais;
Propensão a pagar pelo produto;
Informações; Sensibilidade ao preço;
Diversidade de opções.



Poder de negociação dos fornecedores

A capacidade dos fornecedores de colocar as empresas sob pressão. Quanto menos alternativas e maior a necessidade do produto ou serviço, maior o poder dos fornecedores.



ALGUNS FATORES

Competição entre fornecedores;
Solidariedade/lealdade dos colaboradores das empresas;
Força dos canais de distribuição;
Existência de substitutos;





Fonte: http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/4/4f/Cinco_Forças_de_Porter.png

ANÁLISE SWOT

Metodologia frequentemente utilizada para análise do ambiente interno, mas que sintetiza o externo e interno. Auxilia na alocação de recursos e na realização de capacidades.

ANÁLISE SWOT

Forças (**Strengths**);
Fraquezas (**Weaknesses**);
Oportunidades (**Opportunities**);
Ameaças (**Threats**).

FORÇAS E FRAQUEZAS

Descrevem o ambiente interno e sua influência no externo. Ex: Foco na atividade principal; Processos integrados e consistentes; Processos padronizados; Inexistência de redundâncias.

OPORTUNIDADES E AMEAÇAS

Descrevem os fatores externos que afetam o ambiente interno. Ex: Confiabilidade; Confiança nas informações; Baixa taxa de erros; aperfeiçoamento visível.

		Ambiente interno	
		Predominância de	
Ambiente externo	Predominância de	Pontos fracos	Pontos fortes
		Sobrevivência	Manutenção
Oportunidades	Ameaças	Crescimento	Desenvolvimento

Fonte: <https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/a/a3/SWOT.png>

SÍNTESE

O uso das ferramentas e abordagens é pautado pela compreensão de cada empresa e mercado, uma combinação destas é frequentemente a melhor recomendação.