

## PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO E COMPETITIVIDADE

AULA 2

Prof. M.e Willyans Maciel



## OBJETIVOS

Compreender os conceitos, especialmente de análise interna e externa, e fluxo de formação da estratégia para formulação do planejamento estratégico.



## JUSTIFICATIVA

Se compreendermos o conceito estaremos preparados para trabalhar com qualquer forma de análise e mesmo desenvolver análises personalizadas caso identifiquemos a necessidade.



## CONCEITOS

Análise do ambiente externo (variáveis ambientais; riscos e oportunidades no ambiente e fatores de sucesso);  
Análise do ambiente interno (missão, visão, objetivos estratégicos, clientela);



## ANÁLISE

A análise é o início de qualquer planejamento. Nela identificamos os dados e os fatores que irão formar a base para a formulação da estratégia.



## COLETA DE DADOS

Um erro comum é não dar atenção às fontes de dados. Indicadores, publicações técnicas, relatórios internos, devem ser comparados para encontrarmos a evidência de melhor qualidade.



## DADOS INADEQUADOS

Se os dados estiverem incorretos todo o processo de planejamento será comprometido e possivelmente não perceberemos até que os resultados comecem a aparecer.



## ESTRATÉGICO E FINANCEIRO

Outro desvio comum é pensar o planejamento estratégico como planejamento financeiro.



## ASPECTOS

A fase de análise do planejamento estratégico divide-se em dois aspectos:

- Análise externa;
- Análise interna.



## ANÁLISE EXTERNA

Considera:

- Variáveis ambientais;
- Riscos e oportunidades no ambiente;
- Fatores de sucesso.



## VARIÁVEIS AMBIENTAIS

Trata dos fatores que influenciam a empresa. Exemplos incluem:

- Políticas públicas atuais;
- Concorrência;
- Ambiente competitivo;
- Disponibilidade de recursos.



## RISCOS E OPORTUNIDADES

Assumimos os riscos associados às melhores oportunidades.

Difícilmente haverá uma oportunidade sem riscos.



## FATORES DE SUCESSO

É preciso conhecer o mercado por estudos de casos, verificar o que foi feito, como e porque, para então compreender quais são os fatores que determinam o sucesso naqueles empreendimentos.



## ANÁLISE INTERNA

Permite compreender o ambiente interno da empresa. Considera:

- Missão;
- Visão;
- Objetivos estratégicos;
- Clientela.



## IMPORTÂNCIA

Determina a identidade da empresa. Sem saber o que se pretende fazer, como e para quem, não é possível realizar um bom trabalho.



## MISSÃO E VISÃO

Estabelecem o propósito de uma empresa. Missão e a visão claras mantêm o propósito da empresa em mente durante o planejamento e sua execução de mudanças.



## FRENTE AOS COLABORADORES

Com um propósito bem definido é mais fácil manter as pessoas motivadas, a razão para as mudanças e atividades fica mais clara para todos.



### IMPORTANTE!

Não basta listar a missão e a visão no documento de planejamento estratégico, é preciso que elas de fato direcionem a sua formulação.

- Não claras = reformule;
- Clara = baseie-se nelas.



## OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

O que pretende atingir para cumprir o propósito. São mais práticos e palpáveis. Mais próximos da realidade dos indivíduos que atuam junto à empresa.



## ALINHAMENTO

Devem estar alinhados com o propósito da empresa, caso não estejam há duas possibilidades:

- Os objetivos são inadequados;
- A missão e a visão estão inadequadas ou pouco claras.



## CLIENTELA

Não basta saber o tipo de cliente que a empresa deseja, mas o tipo que não deseja, aqueles que não fazem parte do público alvo.



## ABORDAGEM ADEQUADA

Estrutura Pensamento, Plano, Ação; Simples e direta; Fácil de explicar e divulgar; Oferece uma visão clara de todo o processo; Oferece uma análise de prós e contras.



## SÍNTESE

Ordenar os fatores dos ambientes externo e interno é determinante para um bom planejamento estratégico. A compreensão destes fatores permite antever os riscos e capacidades de uma empresa.

