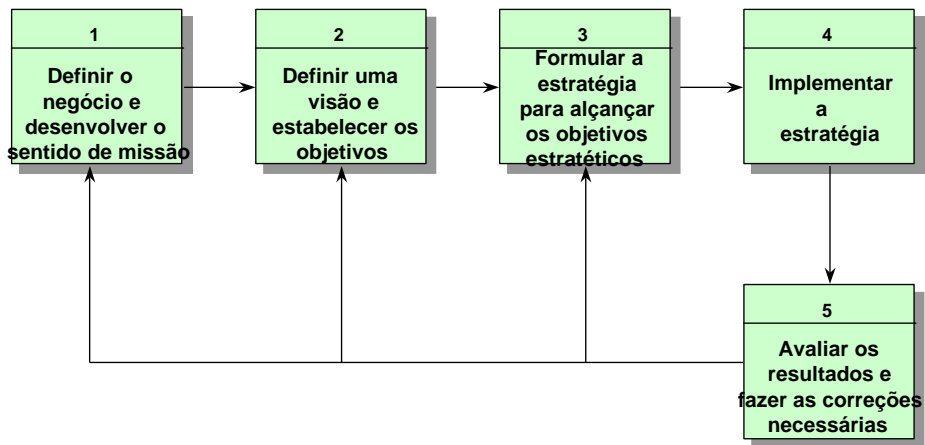


Estratégia Empresarial

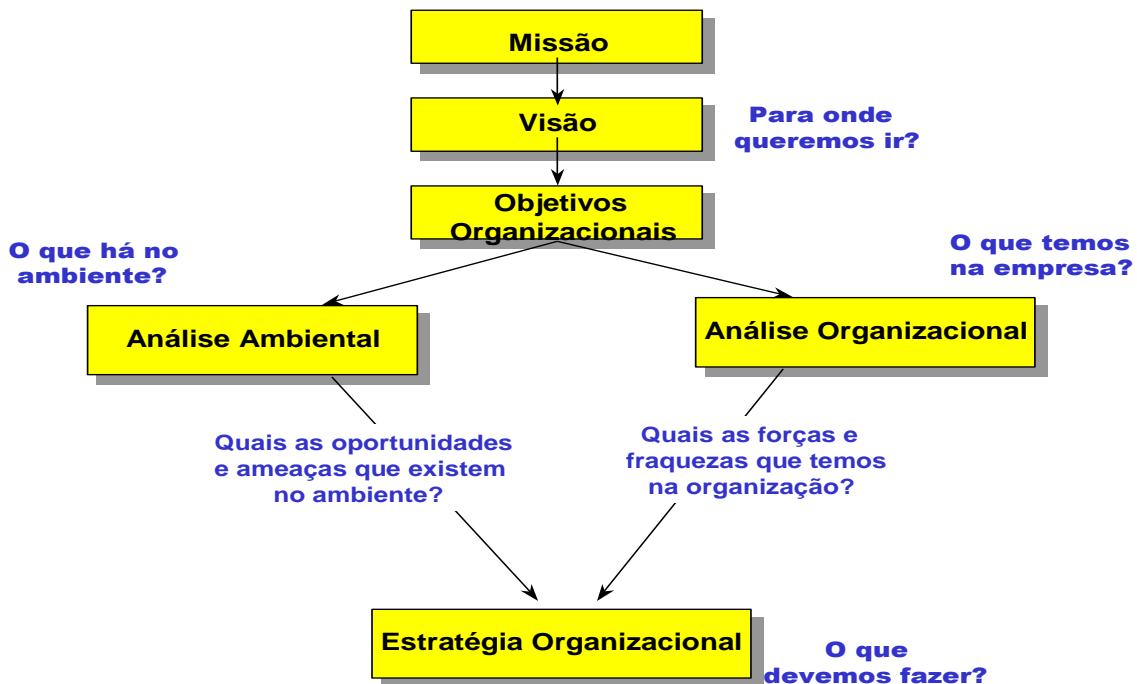
Estratégia empresarial

É o padrão de decisões em uma empresa que determina e revela seus objetivos, propósitos ou metas, produz as principais políticas e planos para a obtenção dessas metas, e define a escala de negócios em que a empresa deve se envolver, o tipo de organização econômica e humana que pretende ser, a natureza da contribuição econômica e não-econômica que pretende proporcionar a seus acionistas, funcionários e comunidade”. (Keneth R. Andrews).

As etapas da Administração estratégica



A Formulação da Estratégia Organizacional



Análise Ambiental – Macroambiente

- **Tecnologia:** Formado pelos conhecimentos e informações relativos aos processos e produtos de seu ramo de negócios, e pelas organizações que os produzem.
- **Ecologia:** No caso do Turismo, o estado de ecossistemas e impactos ambientais são variáveis vitais para negócios e desenvolvimento de regiões.
- **Legislação:** Afetam as organizações facilitando ou obstaculizando sua atuação.
- **Economia:** Renda, comportamento dos agentes econômicos, distribuição da riqueza, propensão ao consumo ou poupança, disponibilidade de capital, recessão ou expansão são alguns dos fenômenos econômicos que afetam as empresas.
- **Demografia:** Distribuição etária, taxa de crescimento, e composição étnica e outros
- **Sociedade e cultura:** Componentes comportamentais, hábitos, valores, crenças, e muitas outras variáveis que o enfoque sistêmico procura identificar e entender.

Análise Organizacional - Ambiente Imediato

- **Mercado e clientes:** Clientes, normalmente, dão seu dinheiro em troca de serviços e produtos da organização. Podem ser pessoas ou outras organizações.
- **Concorrência:** Principal fonte de ameaças para a organização.
- **Fornecedores:** Estão na base do sistema produtivo de qualquer organização.
- **Distribuidores:** Integrantes do sistema que procura garantir a satisfação do cliente.(Qualidade Total)
- **Sindicatos de empregados:** São interlocutores muito importantes da empresa e estabelecer um bom relacionamento com estas organizações é extremamente saudável.
- **Associações de classe:** Congregam concorrentes e defendem seus interesses.

Missão

- A razão de ser da organização.
- A finalidade para que foi criada e para qual deve servir.
- Deve responder as seguintes perguntas:
 - Qual nosso produto?
 - Qual nossos clientes?
 - Qual a nossa finalidade?
 - Comunica os valores básicos da organização.
- Dedicar a organização a serviço do cliente.

Valores

- São as qualidades mais importantes da organização criadas por meio das suas crenças.
- As crenças são verdades das pessoas e das organizações. Elas criam os valores, que criam os comportamentos e atitudes.

Exemplos de valores:

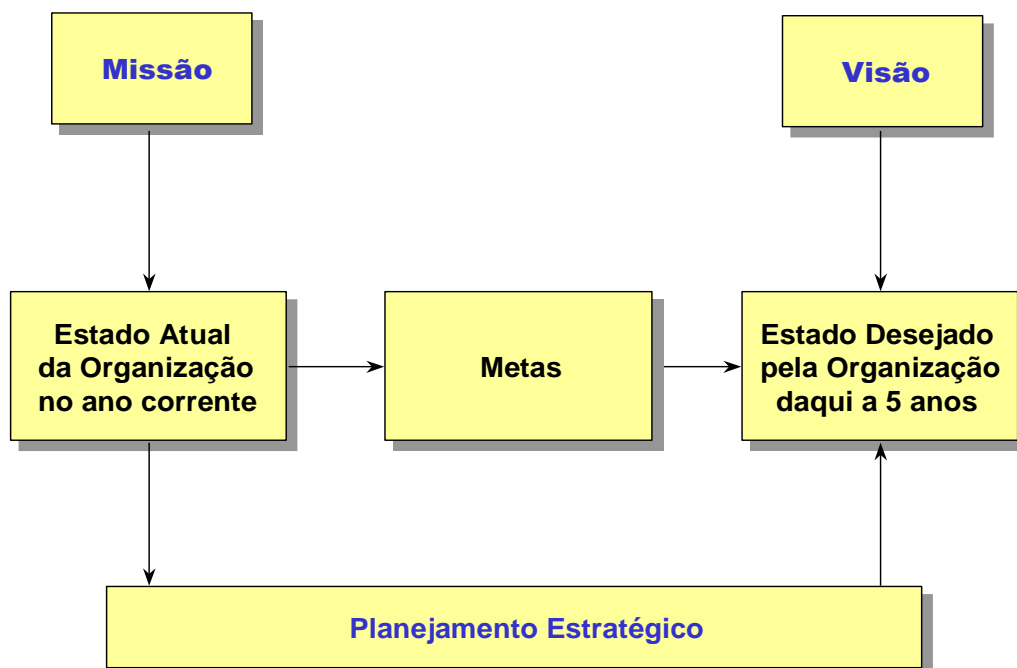
Sony	Walt Disney	Merck
<ul style="list-style-type: none">* Elevar a cultura japonesa e o status nacional* Encorajar a habilidade individual e a criatividade* Ser pioneira, fazer o impossível, e não seguir os outros	<ul style="list-style-type: none">* Criatividade, sonhos e imaginação* Preservação à magia Disney* Atenção fanática à coerência e aos detalhes* Não-ceticismo	<ul style="list-style-type: none">* Responsabilidade corporativa e social* Excelência inequívoca em todos os aspectos da empresa* Inovação baseada na ciência* Honestidade e integridade* Lucros, mas lucros provenientes de trabalho e que beneficiem a humanidade

Visão

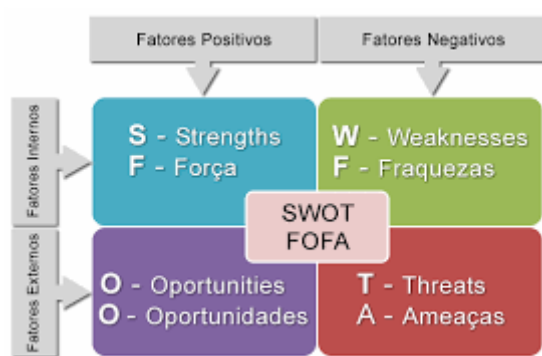
- Visão é a imagem que a organização tem de si e do seu futuro.
- É o que pretende ser e não o que realmente é.

Visão, Missão e Valores

- Proporcionam elementos básicos para a formulação da estratégia empresarial.



Análise SWOT



Estabelecendo objetivos

- Objetivos que interessam uma empresa:
 - Crescer;
 - Ganhar participação no mercado;
 - Aumentar a rentabilidade;
 - Superar uma crise;
 - Fortalecer a marca e a imagem.

Como Devem Ser os Objetivos: Smart

- **S** de específico;
- **M** de mensurável;
- **A** de alcançável;
- **R** de relevante;
- **T** de tempo definido;