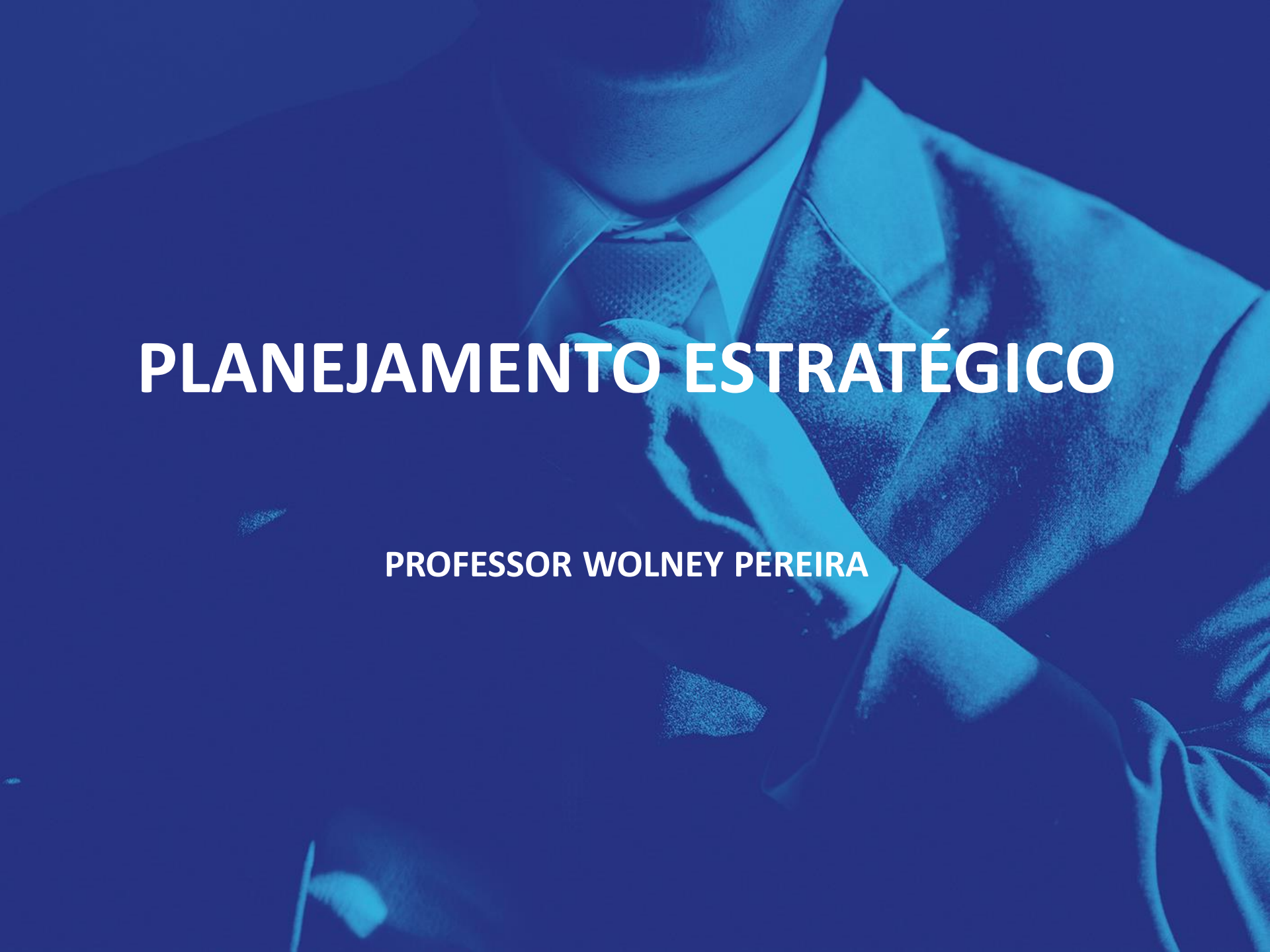




PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

PROFESSOR WOLNEY PEREIRA



Análise do Ambiente Externo

Aula 04





ANÁLISE DO AMBIENTE EXTERNO

- ❑ Segunda fase do Planejamento estratégico;
- ❑ Foco – avaliar o cenário atual e os aspectos do ambiente que podem favorecer ou dificultar o avanço da empresa;
- ❑ Olhar com visão “de dentro para fora”.





ANÁLISE DO AMBIENTE EXTERNO

Oportunidades

- Aproveitar
- Converter

Ameaças

- Eliminar
- Minimizar





ANÁLISE DO AMBIENTE EXTERNO

Modelo das 5 forças de Michael Porter

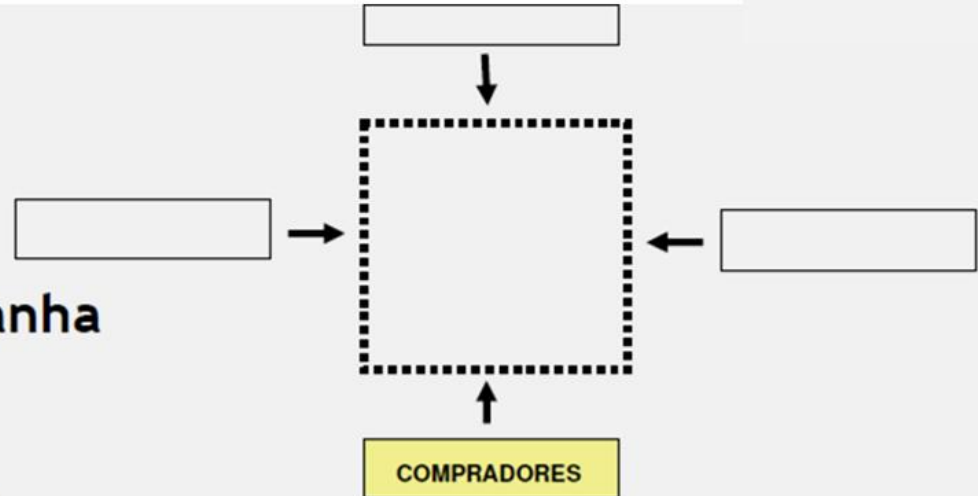




ANÁLISE DO AMBIENTE EXTERNO

CLIENTES

Análise do Poder de Barganha



- Participação em nossas vendas (%)?
- Participação em suas compras (%)?
- Os Custos de Mudança são baixos?
- Risco de Integração para Trás
- Orientado para custo?
- Os Produtos são *commodities*?
- O Comprador é bem informado?

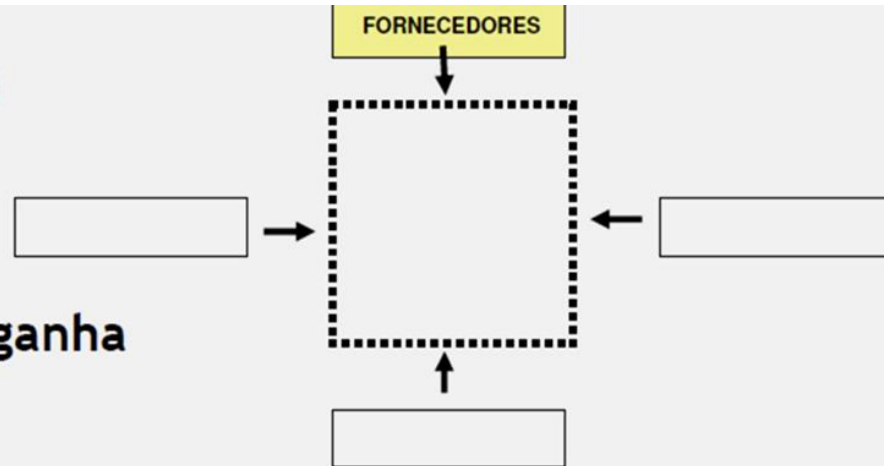




ANÁLISE DO AMBIENTE EXTERNO

FORNECEDORES

Análise do Poder de Barganha



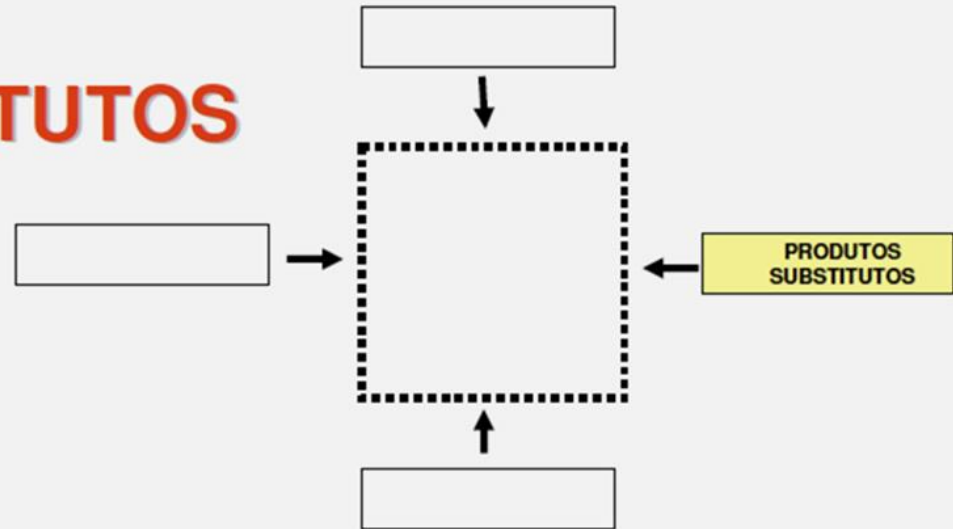
- Peso (representatividade) em nossas compras.
- Peso (representatividade) nas vendas do fornecedor.
- Poucos fornecedores ou monopólio.
- Custos de Mudança.
- Existência de Produtos Substitutos.
- Grau de diferenciação dos insumos fornecidos
- Risco de Integração para Frente.
- Parcerias com Fornecedores.





ANÁLISE DO AMBIENTE EXTERNO

PRODUTOS SUBSTITUTOS



- Reduzem o retorno potencial do seu negócio.
- A ameaça torna-se maior, quanto melhor for a alternativa preço-desempenho dos produtos substitutos.
- Ou, ainda, quando as empresas que fabricam os produtos substitutos apresentam altos lucros.



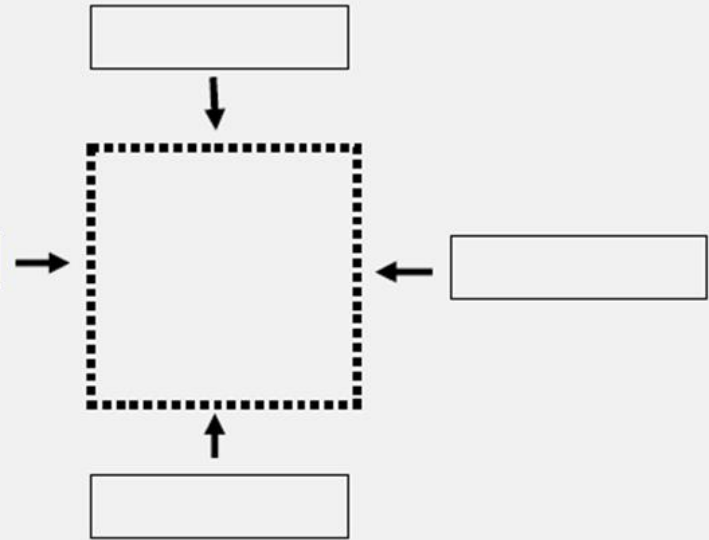
ANÁLISE DO AMBIENTE EXTERNO

NOVOS ENTRANTES (Barreiras de Entradas)

- Economias de Escala
- Diferenciação do produto
- Necessidades de capital
- Custos de mudança
- Acesso aos canais de distribuição
- Política Governamental
- Possibilidade de retaliações
- Desvantagens de custo independente de escala:

- Tecnologia patenteada
- Acesso favorável às matérias primas
- Localização favorável
- Curva de aprendizagem ou de experiência

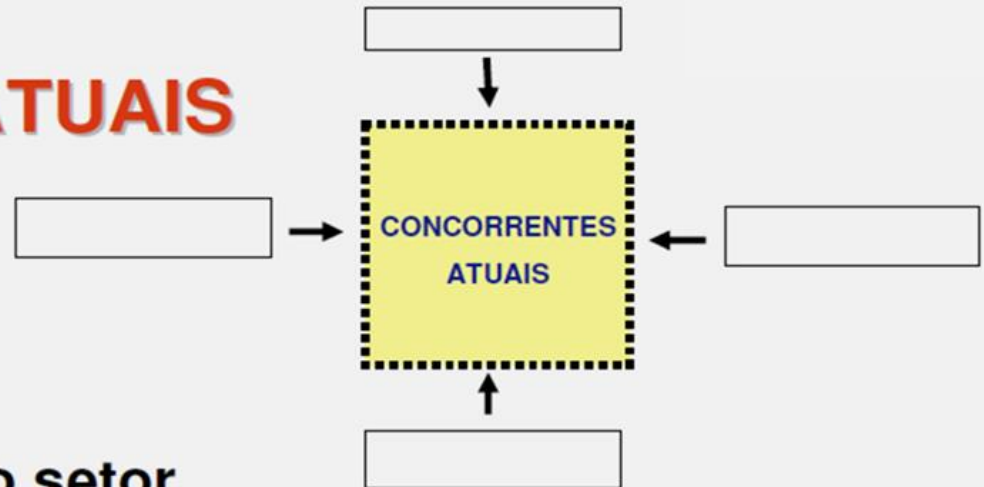
Entrantes Potenciais





ANÁLISE DO AMBIENTE EXTERNO

CONCORRENTES ATUAIS



● A - Itens Estruturais

- Crescimento lento do setor
- Concorrentes numerosos e bem equilibrados
- Market-share
- Disponibilidade de capital / investimentos
- Tecnologia detida
- Capacidade de inovação
- Altos custos de saída do negócio
- Qualidade dos Recursos Humanos





ANÁLISE DO AMBIENTE EXTERNO

NÍVEL DE CONCORRÊNCIA

Considerar concorrentes em quatro categorias:

- Marca – publico e produtos parecidos (Ex.: Coca=Cola X Pepsi)
- Setor – publico diferente e produtos parecidos (Dell x Positivo)
- Forma – publico diferente e produtos distintos (Gol X Itapemirim)
- Genéricos – disputa pontual (FIAT x MRV)

Identificação do nível de concorrência pela comparação entre os fatores objetivos, estratégias e competências



ANÁLISE DO AMBIENTE EXTERNO



Resumo da aula:

- Olhar “de dentro para fora” visando encontrar Oportunidades e Ameaças;
- Utilizar o Modelo das 5 Forças de Michael Porter para analisar o ambiente externo;
- 5 forças do ambiente – clientes, fornecedores, produtos substitutos, novos entrantes e concorrência.

