



PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO EMPRESARIAL

Professor:

Luis Guilherme Magalhães

professor@luisguilherme.adm.br

www.luisguilherme.adm.br

(62) 9607-2031



**POSICIONAMENTO DA
ORGANIZAÇÃO
FRENTE AO AMBIENTE
COMPETITIVO**

POSICIONANDO A ESTRATÉGIA

- É posicionar a empresa, frente às demais organizações que estão competindo pelos mesmos clientes, conforme fatores pré-estabelecidos
- Toda organização deveria determinar seu posicionamento estratégico
 - Conforme os cenários externo (oportunidades e ameaças) e interno (forças e fraquezas)

POSTURAS ESTRATÉGICAS DAS EMPRESAS

		Análise Interna		
		Predominância de:		
		Pontos Fracos	Pontos Fortes	
Análise Externa	Predominância de:	Ameaças	Sobrevivência	Manutenção
		Oportunidades	Crescimento	Desenvolvimento

POSICIONAMENTO DE SOBREVIVÊNCIA

- Utilizado em caráter temporário e quando não há outra alternativa
- Necessidade de desenvolvimento de *plano de emergência*
- Adoção de medidas drásticas
 - Contenção de despesas
 - Redução de investimentos

- Causas comuns para a empresa chegar a esta situação:
 - Endurecimento da concorrência
 - Envelhecimento das atividades
 - Mudanças na situação econômica
 - Mudança de hábitos dos consumidores
 - Falta de renovação na atividade
 - Incremento nos custos
 - Má gestão da equipe dirigente
 - Luta pelo controle acionário
 - Ausência de uma clara definição dos objetivos do negócio (missão e visão)

POSICIONAMENTO DE MANUTENÇÃO

- Usufruir seus pontos fortes e explorar ao máximo os pontos fracos da concorrência
- Adotada quando a empresa está enfrentando ou espera encontrar dificuldades

POSICIONAMENTO DE CRESCIMENTO

- Presença de oportunidades de mercado a serem exploradas
- Lançamento de novos produtos ou serviços
- Aumento do volume de vendas

POSICIONAMENTO DE DESENVOLVIMENTO

- Predominância de Pontos Fortes (internos) e Oportunidades (externas)
- Possíveis direções
 - Busca por novos mercados e clientes
 - Desenvolvimento de novas tecnologias