

**ESPECIALIZAÇÃO EM GESTÃO DA
TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO**

PÓS GRADUAÇÃO **PÓS-GRADUADOS**

**Estratégia de Negócios em TI
(Parte 2)**

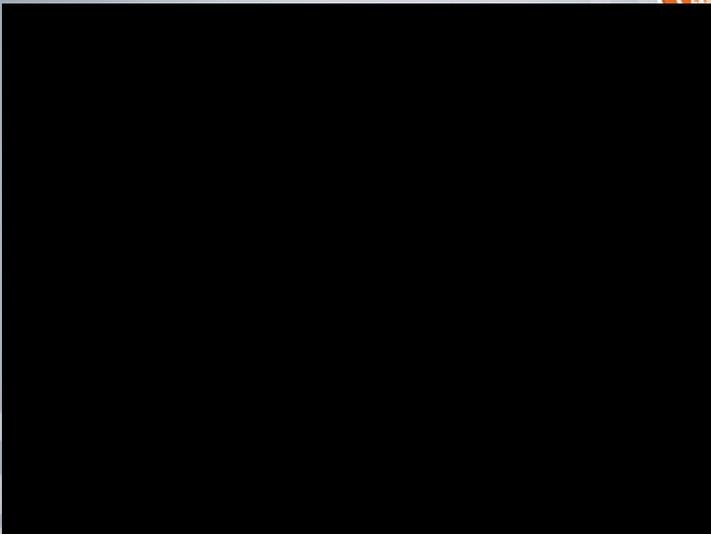
**Conceito e Processo do
Planejamento Estratégico**

Prof. Me. Walteno Martins Parreira Jr



Vídeo: Os três porquinhos

PÓS GRADUAÇÃO **PÓS-GRADUADOS**



<http://www.youtube.com/watch?v=Eo4MSBm113g>

Video: Os três porquinhos



Refleta:

Cada um dos Porquinhos tinham um objetivo para a sua vida. E fizeram um planejamento para atingir este objetivo. Eles consideraram os desafios internos e externos em seu planejamento?

O Lobo também tinha um objetivo para a sua vida. E quando encontrou os Porquinhos ele desenvolveu um planejamento para atingir o seu objetivo. Para cada um ele fez um planejamento específico ou utilizou o mesmo? Ele teve sucesso, mesmo que parcial de atingir os seus objetivos? Ele considerou os desafios internos e externos em seu planejamento?

Desenvolva:

Escrever um texto dissertativo que relacione o filme disponibilizado com algumas informações relativas ao contexto da disciplina. Considere os temas: planejamento, estratégia, criatividade, objetivo, trabalho em grupo, colaboração e comprometimento com os resultados.

Desenvolver em grupo com no máximo três (3) alunos.

A Gestão Estratégica compreende três requisitos



- 1- Planejamento Estratégico** (processo de elaborar a estratégia, que é a relação pretendida da organização com seu ambiente)
- 2- Implementação da estratégia** (processo de colocar em prática o que ficou definido no estudo)
- 3- Acompanhamento e avaliação da estratégia implementada** (processo de acompanhar, controlar, avaliar e ajustar a estratégia que foi estabelecida como referencial)

Requisito 1 – Planejamento Estratégico



- Análise da situação estratégica presente da organização (onde estamos? como chegamos aqui? a situação atual é a melhor alternativa para o nosso sucesso?)
- Análise do ambiente interno (sw)
- Análise do ambiente externo (ot)
- Definição do plano estratégico (para onde devemos ir? o que devemos fazer para chegar lá? que caminho devemos tomar?)

Prof. Walteno Martins Parreira Jr

5

Requisito 1 – Planejamento Estratégico



• ANÁLISE DA SITUAÇÃO ESTRATÉGICA:

Decisões tomadas no passado (afetam o presente) e Decisões que estão sendo tomadas no presente (afetam o futuro). Qualquer que seja a situação da decisão, os componentes das estratégias são:

- 1 - Escopo ou modelo do negócio >> produtos e mercados (identificar volume de negócios ou atividades que cada produto contribui para o faturamento da organização)
- 2 - Vantagens competitivas (permite entender as razões pelas quais os consumidores preferem um produto/serviço em vez de outro.

Prof. Walteno Martins Parreira Jr

6

Requisito 1 – Planejamento Estratégico



• ANÁLISE DA SITUAÇÃO ESTRATÉGICA (cont.):

- 3 - Participação no mercado (proporção que a empresa tem no mercado em que atua)
- 4 - Desempenho (avaliar os indicadores: clientes, vendas, rentabilidade, taxa de retorno do capital investido, participação em listas de Melhores e Maiores)
- 5 - Uso de recursos (quais os ativos de maior valor da empresa? Onde estão localizados? Onde estão os talentos? Onde se faz mais investimentos na empresa? Onde se faz de forma negligente ou privilegiada?)

Requisito 1 – Planejamento Estratégico



• ANÁLISE AMBIENTAL:

O objetivo maior da análise ambiental é identificar situações que podem se transformar ou já são ameaças, bem como, levantar situações que indicam oportunidades para a empresa.

Requisito 1 – Planejamento Estratégico



• ANÁLISE AMBIENTAL (EXTERNO):



Prof. Walteno Martins Parreira Jr

9

Requisito 1 – Planejamento Estratégico



• ANÁLISE AMBIENTAL (INTERNO):

A empresa deve avaliar sua situação interna, identificando possíveis pontos fortes e fracos das principais áreas.

A análise interna, identifica aqueles pontos em que a empresa tem força e aqueles nos quais ela é vulnerável.

Prof. Walteno Martins Parreira Jr

10

Requisito 1 – Planejamento Estratégico



• AMEAÇAS E OPORTUNIDADES:

Quando se combinam os pontos fortes de uma empresa com situações favoráveis do ambiente externo, tem-se uma **oportunidade**.

Se a empresa, por exemplo, tem empregados motivados.

(**ambiente interno – ponto forte**) e o mercado identifica no produto que ela oferece um padrão de qualidade que favorece o aumento do consumo

(**ambiente externo – situação favorável**), estamos diante de uma oportunidade.

Requisito 1 – Planejamento Estratégico



• AMEAÇAS E OPORTUNIDADES:

Se, por outro lado, temos um mau atendimento por parte da empresa (**ambiente interno – ponto fraco**) e os concorrentes oferecem produtos que são percebidos pelos clientes como de melhor qualidade que os da empresa.

(**ambiente externo – situação desfavorável**), temos uma ameaça.

A ameaça, portanto, é a combinação de pontos fracos e de situações desfavoráveis.

Requisito 1 – Planejamento Estratégico



Fatores externos	OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de vagas observada na região - Aumento da fiscalização e reboques - Economia estável (compras:expansão) - Aumento dos casos de furto/roubo - Aumento do custo dos seguros - Desenvolvimento cultural do Centro - Organização deficiente (concorrência) - Falta de segurança (concorrência) 	<ul style="list-style-type: none"> - Evasão de empresas - Plano Estratégico regional (implementação de rodízio e vaga certa) - Concorrência acirrada na região - Duração máxima dos contratos
Fatores internos	FORTES	FRACOS
	<ul style="list-style-type: none"> - Segurança - Localização privilegiada - Infra-estrutura / instalações adequadas - Reduzidos custos de operação - Possibilidade de convênios - <i>Layout</i> - Possibilidade de convênios 	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de conhecimento (usuários) e baixa visibilidade do ponto - Baixa disponibilidade de vagas (dias úteis, até 17h) no período mais lucrativo
	POSITIVOS	NEGATIVOS

Requisito 1 – Planejamento Estratégico



MUDANÇAS NA SOCIEDADE	Preferência dos clientes (impacto na demanda ou no design do produto), tendências populacionais (impacto na distribuição, a demanda ou o design do produto)
MUDANÇAS GOVERNAMENTAIS	Nova legislação (impactando no custo do produto), novas prioridades de cumprimento de leis (impacto nos investimentos, produtos, etc.)
MUDANÇAS ECONÔMICAS	Taxas de juros, taxa de câmbio (impacto na demanda doméstica e externa), mudança na renda pessoal (impacto na demanda)
MUDANÇAS NA COMPETIÇÃO	Adoção de novas tecnologias (impacto nos custos e qualidade do produto), novos concorrentes (impacto nos preços, market share, margem de contribuição), mudanças nos preços, novos produtos (mais gastos em propaganda, impacto na demanda, preços)
MUDANÇAS NOS FORNECEDORES	Mudanças nos custos de entrada, mudanças em suprimentos (impacto nos processos produtivos, exigências de investimento)
MUDANÇAS NO MERCADO	Novos usos dos produtos, novos mercados (impacto nos canais de distribuição, demanda, utilização da capacidade de produção), obsolescência de produtos
AMEAÇAS E OPORTUNIDADES (MINTZBERG, 2000)	

14

Requisito 1 – Planejamento Estratégico



• DEFINIÇÃO DO PLANO ESTRATÉGICO

É a consequência da análise da situação estratégica, de ameaças e oportunidades do ambiente externo e dos pontos fracos e fortes do ambiente interno. Um plano estratégico define a relação pretendida da organização com seu ambiente, considerando suas competências e recursos. Compõem a definição do plano:

- 1 - **NEGÓCIO** (qual é o nosso negócio? É a escolha do modelo de negócio que a organização pretende aplicar. É a vocação negocial que a empresa optou)

Requisito 1 – Planejamento Estratégico



• DEFINIÇÃO DO PLANO ESTRATÉGICO (cont.)

- 2 - **OBJETIVOS ESTRATÉGICOS** (são os resultados que a organização pretende realizar. São intenções. Ex.: manter posição de liderança; sobreviver; ampliar participação em outro mercado)
- 3 - **VANTAGENS COMPETITIVAS** (o diferencial que a empresa dispõe para que se mantenha na frente da concorrência)
- 4 - **ALOCAÇÃO DE RECURSOS** (representa a transição entre o planejamento e a implementação da estratégia).

Requisito 2 – Implementação da Estratégia



- As estratégias são implementadas através de decisões e ações diárias dos funcionários em toda organização.
- O desafio da gerência é criar um modelo de decisões integrado e coordenado que atenda às necessidades dos stakeholders e esteja de acordo com a estratégia da organização. Para esses fins, são estabelecidas estratégias para áreas de recursos em nível FUNCIONAL (marketing, operações, SI, P&D, tecnologia, RH e finanças).
- Em cada área, os funcionários interagem com diferentes grupos de stakeholders e administram as expectativas conflitantes. Os gerentes devem assegurar que as decisões dentro de cada área sejam consistentes com as de outras áreas e com as estratégias da empresa.

Prof. Walteno Martins Parreira Jr

17

Requisito 2 – Implementação da Estratégia



A metodologia para o desenvolvimento do planejamento estratégico pressupõe duas possibilidades:

- 1 - Define-se **“onde a empresa quer chegar”** e depois estabelece como a empresa **“está para chegar na situação desejada”**. Trata-se de determinação dos objetivos.
- 2 - Define-se **“como a empresa está”** e então busca-se **“onde ela quer chegar”**. Trata-se de diagnóstico estratégico

Prof. Walteno Martins Parreira Jr

18

Requisito 2 – Implementação da Estratégia



A- DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO	
Empresa	Ambiente
O que é? Como está (recursos, vantagem competitiva)?	Como está? Como estará (conjunturas, concorrências, limitações governamentais, demandas)?
Valores, desejos, propósitos	Ideologia
Como queremos estar? O que queremos ser? O que queremos fazer?	O que é certo (escala de valores)?
B- MISSÃO DA EMPRESA	
C - CENÁRIOS: O que está para acontecer? Como a empresa será afetada?	
D - IDENTIFICAÇÃO DOS OBJETIVOS E DESAFIOS	
E - ESTRATÉGIAS PROPOSTAS: Avaliar:	
1- Aceitabilidade (valores, ideologia)	
2- Exeqüibilidade (recursos e circunstâncias disponíveis, tempo)	
3- Coerência, racionalidade	
4- Eficácia	
F – IDENTIFICAÇÃO DAS ESTRATÉGIAS ACEITÁVEIS	
G – ESCOLHA DAS ESTRATÉGIAS A SEREM IMPLEMENTADAS	
H – IMPLEMENTAÇÃO DAS ESTRATÉGIAS ESCOLHIDAS	
I – AVALIAÇÃO E CONTROLE DAS ESTRATÉGIAS APLICADAS	

19

Requisito 3 – Acompanhamento e avaliação da estratégia implementada



POSSIBILIDADE 1: OBJETIVOS

O **controle e avaliação** definem se os planos, objetivos, metas, propósitos, estratégias etc. estão sendo realizados de acordo com o que foi previamente formulado. Envolve seis processos:

- Estabelecimento e análise dos indicadores de desempenho;
- Comparação do desempenho real com os objetivos, desafios, metas e projetos estabelecidos;

Requisito 3 – Acompanhamento e avaliação da estratégia implementada



O controle e avaliação envolvem seis processos (cont.):

- Análise dos desvios dos objetivos, desafios, metas e projetos estabelecidos;
- Tomada de ação corretiva após análises;
- Acompanhamento da eficácia e eficiência da ação de natureza corretiva implementada;
- Adição de informações ao processo de planejamento, para desenvolver os ciclos futuros da atividade administrativa.

Requisito 3 – Acompanhamento e avaliação da estratégia implementada



POSSIBILIDADE 2: DIAGNÓSTICO

- Muitas empresas iniciam suas atividades porque reconhecem uma oportunidade importante;
- Muitas empresas não têm objetivos estabelecidos, pois é difícil para elas determinar o que realmente desejam; contudo, reconhecem as boas oportunidades; e
- Muitas empresas modificam seus objetivos com as mudanças das oportunidades.



ATIVIDADE (2ª)

Usando as informações apresentadas nas aulas e as reflexões sobre o vídeo "Os Três Porquinhos", procure uma nova história infantil que apresente uma estratégia desenvolvida por um ou mais personagens da história.

Fazer um documento contendo a história escolhida (ou o link para o vídeo), uma explicação sobre o planejamento desenvolvido na história e como foi aplicado o planejamento e finalizando com uma conclusão sobre o assunto abordado e encaminhar para o professor conforme as instruções:

a) Capa; b) Introdução, quando você apresenta o trabalho; c) As informações solicitadas; d) Uma conclusão sobre o assunto abordado; e) Referências utilizadas.

Encaminhar para o professor conforme as instruções:

a) O documento deve ser desenvolvido em arquivo DOC (2003 ou anterior) com o nome GTI_TR02_<seunome>;

b) Encaminhar por email para waltenomartins@hotmail.com.br e colocar no assunto: GTI-TR02-<seunome>

c) Data da entrega: 21/03/2015 até as 11:55 (considerando o horário do servidor de e-mail do aluno).

 A smiling man in a light blue shirt is positioned on the right side of the slide. At the bottom, there is a row of icons: a speech bubble, a person, a magnifying glass, a document, a pencil, a book, and a printer.

**ESPECIALIZAÇÃO EM GESTÃO DA
TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO**

PÓS GRADUAÇÃO **PIRASSUNINGA**

**Estratégia de Negócios em TI
(Parte 2)**

**Conceito e Processo do
Planejamento Estratégico**

Prof. Me. Walteno Martins Parreira Jr

