CV 351 Introdução a Economia

Prof. Dr. Orlando Fontes Lima Jr

Engª. Christiane Lima

Objetivos

- Entender o significado de estratégia competitiva;
- A missão e os objetivos da empresa;
- Fases da Estratégica Competitiva;
- As 5 forças de Portter;
- Matriz SWOT;
- Os níveis de estratégia competitiva;
- Análise Ambiental.

Estratégia Competitiva

- *É a busca de uma **posição competitiva favorável** em uma indústria. Estabelece uma posição **lucrativa e sustentável** contra as forças que determinam a concorrência da indústria.*

- Questões principais:
  - qual será o foco de atuação da empresa?
  - quais consumidores ela pretende atender?
  - como se dará sua participação na indústria?
  - qual a melhor forma para obter o melhor desempenho no segmento de atuação escolhido?

Visão, Missão e Objetivos

- **Visão:**
  - é composta pelos sonhos da empresa, ou seja, é onde se pretende chegar/ser. Ou ainda, a forma como quer ser reconhecida no seu nicho empresarial, no mercado ou na sociedade em que está inserida.

- **Missão:**
  - papel que a empresa terá perante a sociedade, enfim, quais são os benefícios que a sua atividade produtiva trará para a coletividade ou, pelo menos, aos seus clientes. É, portanto, a função social da atividade da empresa dentro de um contexto global.

- **Objetivos:**
  - estabelecem exatamente as metas quantitativas e qualitativas por meio das quais a missão da empresa será alcançada.

Vantagem Competitiva

		Vantagem Competitiva	
		Custo Mais Baixo	Diferenciação
Escopo Competitivo	Alvo Amplo	1. Liderança de Custo	2.Diferenciação
	Alvo Estreito	3A. Enfoque no Custo	3B. Enfoque na Diferenciação

1.Liderança no Custo

- Atendimento a diversos segmentos do mercado;
- Oferece produto padrão com o mínimo de qualidade;
- Obtém vantagens de custo e de escala;
- A empresa precisa ser a melhor → capacidade de antecipação aos concorrentes.

Ex.: *Northwest Airlines* → investimentos em marketing, serviço de passageiros e de agentes de viagem.

1.Liderança no Custo

- Para atingir custo total baixo a empresa deve:
  - Ocupar elevada parcela do mercado;
  - Ter acesso favorável a matérias primas;
  - Simplificar a fabricação;
  - Manter vasta linha de produtos relacionados para diluir custos;
  - Atender os principais grupos de clientes para expandir volume.

1.Liderança no Custo

- Estratégia exige:
  - Investimentos pesados em equipamentos modernos;
  - Fixação de preço agressiva incorrendo muitas vezes em prejuízos iniciais;
  - Manutenção da posição de baixo custo através de reinvestimento e novos equipamentos e instalações.

Requisitos para implantação das estratégias

Estratégia	Recursos e habilidades necessários	Requisitos organizacionais
Liderança em custo	Acesso ao capital Capacidade de engenharia de processo Supervisão intensa da mão de obra Produtos projetados para facilitar a fabricação Sistema de distribuição de baixo custo	Controle rígido de custo Relatórios de controle freqüentes e detalhados Organização e responsabilidades estruturadas Incentivos baseados em metas quantitativas

2. Diferenciação

- Criação de um produto ou serviço único.
- Custo é importante, mas não é prioritário.
- Métodos:
  - Projeto ou imagem da marca;
  - Tecnologia;
  - Particularidades;
  - Serviços sob encomenda;
  - Rede de fornecedores, etc.

Requisitos para implantação das estratégias

Estratégia	Recursos e habilidades necessários	Requisitos organizacionais
Diferenciação	Grande habilidade de marketing Engenharia de produto Criatividade Capacidade em pesquisa básica	Coordenação entre P&D, desenvolvimento de produto e marketing Incentivos e avaliações subjetivos

3. Enfoque (escopo)

- A percepção da existência de um segmento é importante na definição da estratégia do negócio.
- Diferenciação: satisfaz melhor as necessidades dos clientes de um segmento específico ou com custos mais baixos que os concorrentes.
- Pode obter retornos acima da média para o setor.

Diferenciação **Custo**

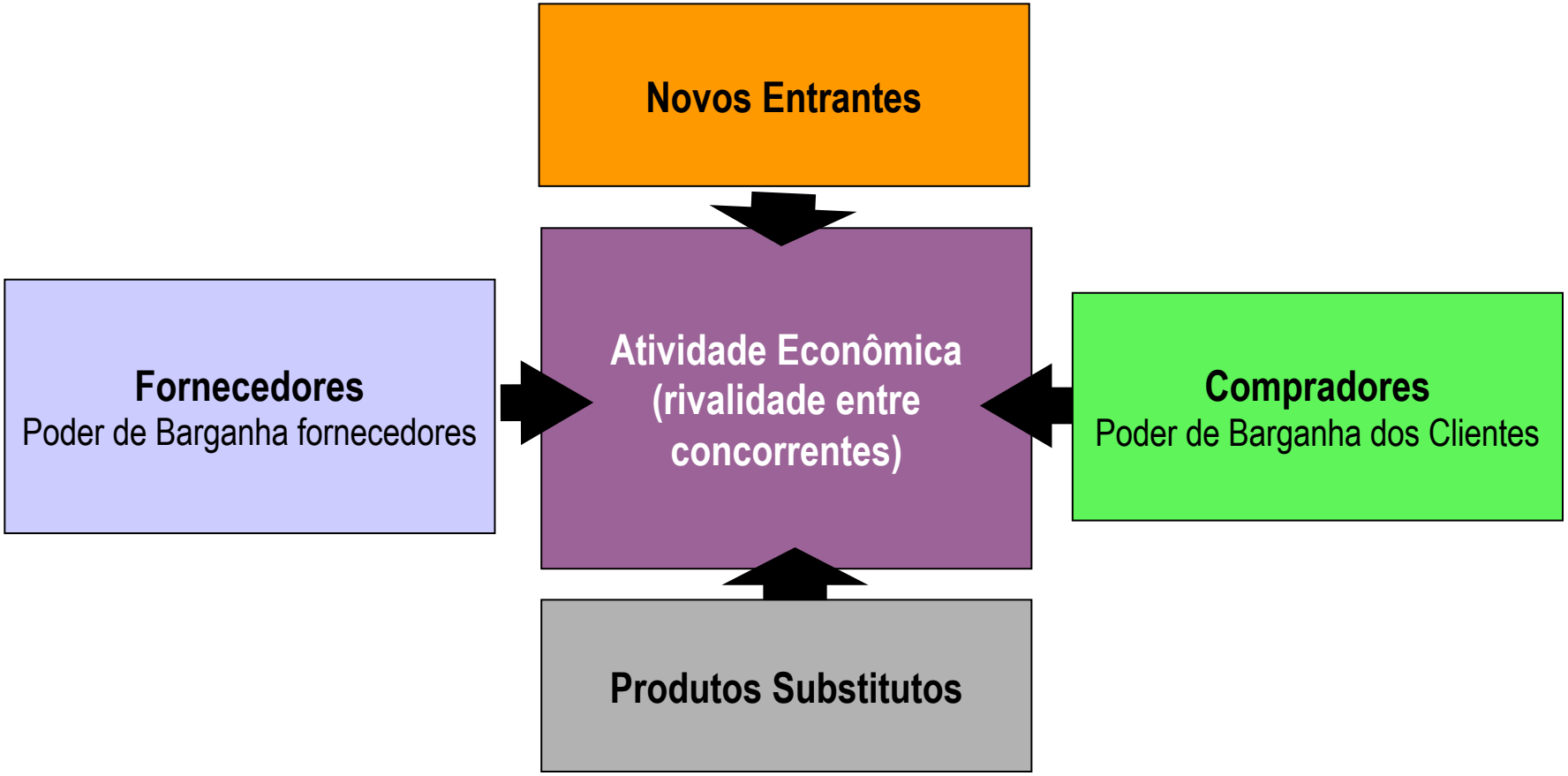
3. Enfoque

- Ex.: **Supermercados especializados**

  Supermercado *diet*

  - Arranjo físico semelhante ao supermercado tradicional;
  - Todos os produtos são *diet*, sem açúcar;
  - Preços mais altos;
  - Consumidores possuem grande variedade de produtos;

Requisitos para implantação das estratégias

Estratégia	Recursos e habilidades necessários	Requisitos organizacionais
Escopo	Reputação de liderança em qualidade ou tecnologia Longa tradição ou habilidades trazidas de outros negócios Cooperação com outros canais Foco na meta estratégica	Ambiente adequado para atrais mão de obra qualificada, cientistas e pessoas criativas Foco na meta estratégica

5 Forças de Portter