

PASSO 3

**IDENTIFICANDO
OS FATORES QUE
INFLUENCIAM NO
SEU RESULTADO**



“

**O pessimista vê
dificuldade em cada
oportunidade.
O otimista vê
oportunidade em
cada dificuldade.**

WINSTON CHURCHILL

”

A análise dos ambientes externo e interno é fundamental para o alcance dos resultados planejados para sua empresa.

Muitos fatores influenciam no resultado da sua empresa, como por exemplo:

localização

custos

produto

colaboradores

preço

clientes

concorrentes

fornecedores

economia

governo

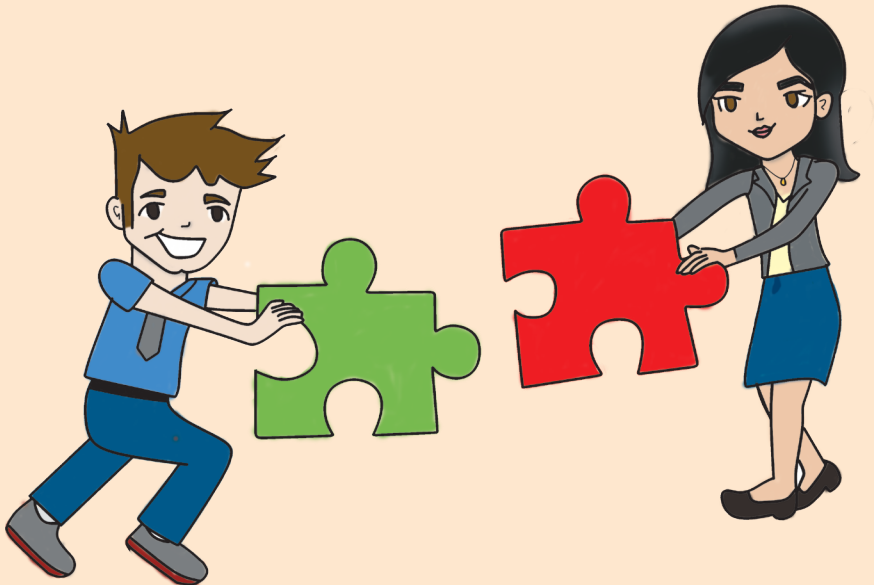
produtos substitutos

empresas entrantes

No processo de planejamento, essas influências são classificadas como fatores do ambiente interno, que ocorrem dentro da empresa, e fatores do ambiente externo, que ocorrem fora da empresa.

Os clientes, concorrentes, os fornecedores, a economia, as ações do governo estão inseridos no ambiente externo da empresa, e fazem parte de um contexto local, regional, nacional e internacional que pode influenciar fortemente nos resultados da sua empresa.

Os custos, os colaboradores, os preços, os produtos, a localização, junto com outros fatores como as normas e as regras, compõem o ambiente interno.



AMBIENTE INTERNO

REFLITA:

Tudo que acontece dentro da empresa, como por exemplo a capacitação dos empregados e colaboradores, instalações adequadas, custos, processos, políticas focadas no cliente etc, compõe o ambiente interno da empresa.

- Qual o resultado da sua empresa nos últimos 12 meses?
- Como estão as vendas nos últimos 12 meses?
- Quais são os controles utilizados? São suficientes?
- Os seus custos estão bem controlados? Existem desperdícios?
- Você vende produtos de qualidade?
- Sua empresa é limpa e organizada?
- A empresa tem regras de funcionamento e normas de conduta?
- E os colaboradores, estão bem capacitados? Ocorre com frequência entrada e saída de colaboradores?

Respondidas essas questões, dentre outras, o empresário está em condições de identificar os aspectos do ambiente interno que influenciaram ou ainda influenciam nos seus resultados.

Se esses fatores demonstram algo positivo para a empresa, chamamos de PONTOS FORTES, e precisam ser mais explorados visando objetivando a alavancar o seu resultado.

Se demonstram algo negativo para a empresa, chamamos de PONTOS FRACOS, e precisam ser superados visando a reduzir ou eliminar o impacto negativo sobre o seu resultado.

Os pontos fortes e fracos mudam de acordo com o cenário e o momento e pelo tratamento que o empresário dá a cada um deles. Por exemplo, se os funcionários não estão bem preparados para o trabalho e você investe em capacitação, eles poderão ficar bem habilitados e melhorar a produtividade. Consequentemente, o que era PONTO FRACO pode passar a ser um PONTO FORTE.

AMBIENTE EXTERNO

REFLITA:

- Quem são e onde estão os seus clientes? Você consegue identificá-los geograficamente?
- Os clientes estão satisfeitos com seu atendimento?
- Qual a avaliação de seus clientes em relação ao seu produto ou serviço? Já perguntou a eles? O seu produto ou serviço agrega valor percebido aos seus clientes?
- Quem são seus concorrentes? São mais fortes? Em que aspectos?
- Em que aspectos a sua empresa é melhor?
- Como está a dinâmica da economia local (rua, bairro, cidade, mesorregião) em expansão, estagnada ou em declínio?
- Quem são seus fornecedores? Como eles estão lhe atendendo? As negociações têm sido eficazes? Você tem conseguido preço, qualidade e prazos cada vez melhores? Os fornecedores estão satisfeitos? Há outros fornecedores no mercado?

Esses itens e mais alguns outros compõem o ambiente externo. Encontram-se em um contexto que interfere também na sua empresa. No momento, esses fatores são favoráveis ou desfavoráveis ao seu empreendimento?

Os que se apresentam como favoráveis, dizemos que são **OPORTUNIDADES**.

Os que se apresentam como desfavoráveis, dizemos que são **AMEAÇAS**.

Fatores do ambiente externo podem ser favoráveis ou desfavoráveis. Em determinado aspecto, para a empresa, um fator do ambiente externo pode ser favorável e em outro momento desfavorável. A concorrência pode ser desfavorável quando está muito acirrada e conquistando os seus clientes; em outro momento pode ser salutar, porque motiva o crescimento do negócio quando o mercado é suficientemente amplo e a dinâmica da economia comporta vários empreendimentos de uma mesma atividade com bons resultados.

Podem-se relacionar as ameaças do ambiente externo aos pontos fracos do ambiente interno, e as oportunidades são aproveitadas a partir dos seus pontos fortes.

EXEMPLO:

Voltemos ao nosso exemplo da empresa LOJA DE PRESENTES. O Senhor X definiu o FOCO que constitui a missão, a visão e os valores da empresa. Ele agora vai analisar os ambientes interno e externo.

ANÁLISE DOS AMBIENTES INTERNO E EXTERNO

1. IDENTIFICAÇÃO

ITENS	DESCRIÇÃO
Nome Fantasia da Empresa	LOJA DE PRESENTES
Razão Social	Perfumaria, cosméticos e presentes Ltda.
CNPJ	00.000.000/0001-00
Composição Societária	Empresa individual de responsabilidade limitada
Setor da Economia	Comércio de perfumes, cosméticos e presentes

2. FOCO

MISSÃO	VISÃO	VALORES
Oferecer artigos de qualidade, com variedade de preços e presentes personalizados.	Ser reconhecida como a loja de referência em presentes e perfumes do bairro.	Ética Inovação Qualidade Preço justo

3. ANÁLISE DO AMBIENTE INTERNO

FATORES	PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
EMPRESA	Reconhecida, pois atua no ramo há muito tempo.	Pouca diversificação de produtos.
COLABORADORES	Habilitados a suas funções.	Alta rotatividade, muitos são novatos e não conhecem bem os clientes nem os produtos.
CUSTOS	A empresa tem o controle dos custos.	Os custos da empresa são altos.
CONTROLES	Os controles que existem são automatizados.	Há poucos controles.

4. ANÁLISE DO AMBIENTE EXTERNO

FATORES	OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
CLIENTES	Mercado estável.	Clientes exigentes e há muita alternativa de compra.
FORNECEDORES	Parceiros leais, fornecem há muito tempo produtos para a empresa.	Poucos fornecedores.
CONCORRÊNCIA	Empresas não tradicionais no mercado.	Concorrência acirrada.
ECONOMIA	Favorável ao setor.	Impostos elevados.

EXERCÍCIO:

Agora lhe convidamos para exercitar, destacando que os quadros preenchidos nos módulos anteriores devem ser copiados e serão complementados com a análise de sua empresa, no que se refere aos ambientes interno e externo, por meio do preenchimento dos quadros 3 e 4, a seguir.

ANÁLISE DO AMBIENTE INTERNO E EXTERNO

1. IDENTIFICAÇÃO

ITENS	DESCRIÇÃO
Nome Fantasia da Empresa	
Razão Social	
CNPJ	
Composição Societária	
Setor da Economia	

2. FOCO

MISSÃO	VISÃO	VALORES

3. ANÁLISE DO AMBIENTE INTERNO

FATORES	PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
EMPRESA		
COLABORADORES		
CUSTOS		
CONTROLES		
OUTROS		

4. ANÁLISE DO AMBIENTE EXTERNO

FATORES	OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
CLIENTES		
FORNECEDORES		
CONCORRÊNCIA		
ECONOMIA		
OUTROS		

Pretendemos ao final do 9º passo, se você preencher todos os quadros solicitados ao longo dos módulos, que você possa concluir o seu planejamento e seu plano de ação.

Identificados os itens do ambiente interno e externo que causam impacto no seu resultado, teremos que definir as estratégias e ações que devem ser postas em prática para aproveitar as oportunidades e superar as ameaças, potencializar os pontos fortes e melhorar os pontos fracos.

Convidamos-lhe para acompanhar o próximo passo: “DEFININDO AS ESTRATÉGIAS”.

