

Planejamento estratégico e as metas SMART para os negócios do segmento pet



Quais foram nossos negócios?

(Gestão Aplicada para Médicos Veterinários)

VET USP 84

<https://moodle.gameiro.pro.br/>

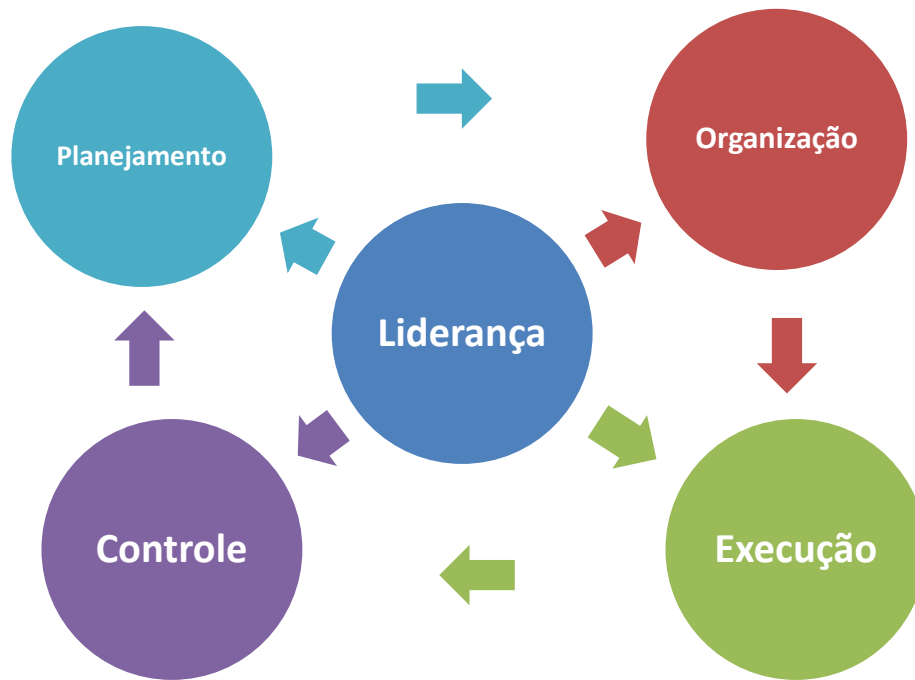
Nome do usuário: **alunovnp3122**

Senha: **#Vnp3122#**



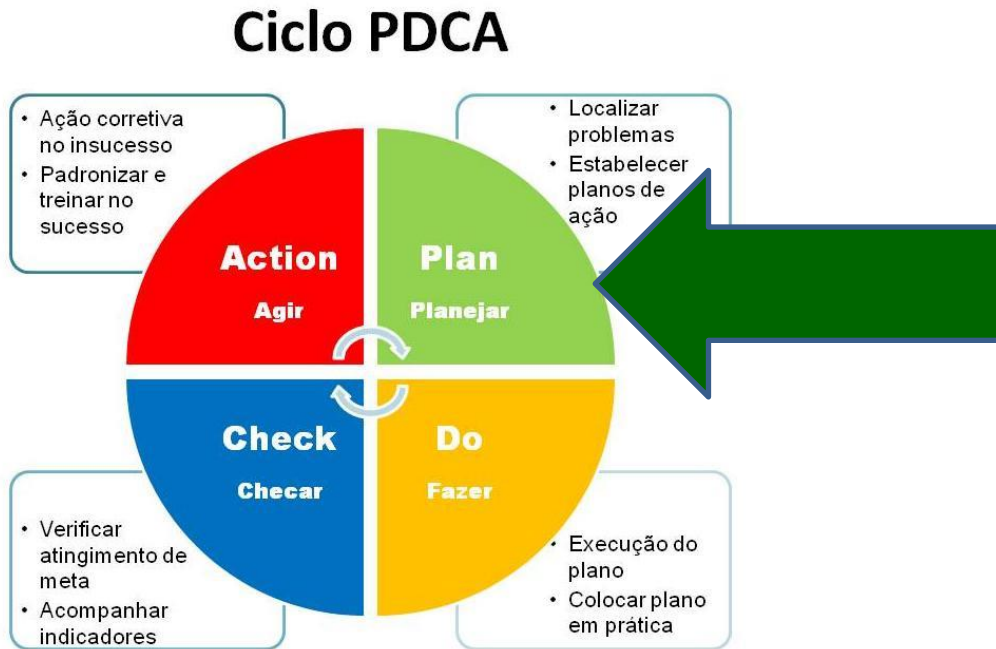
Relembrando...

As principais decisões em uma organização



Shewhart e o “Ciclo de Deming”

Relembrando....



Fonte: Perland (2011)



Relembrando....

Matriz SWOT

Fonte: SEBRAE

	Contribui para estratégia da sua empresa	Dificulta a estratégia da sua empresa
Aspectos internos	S: Quais são os pontos fortes do seu negócio? S	W: Quais são os pontos fracos do seu negócio? W
Aspectos externos	O: Quais são as oportunidades para o seu negócio? O	T: Quais são as ameaças para o seu negócio? T



Estratégia

- Na Grécia: “a arte dos generais”;
- “Estrategos” = alto comando do exército;
- Estava relacionada, no início, com GUERRA;
- Expandiu-se o conceito para CONCORRÊNCIA;
- Objetivo: **VENCER...**
- **“Escolha dos meios para atingir objetivos”**



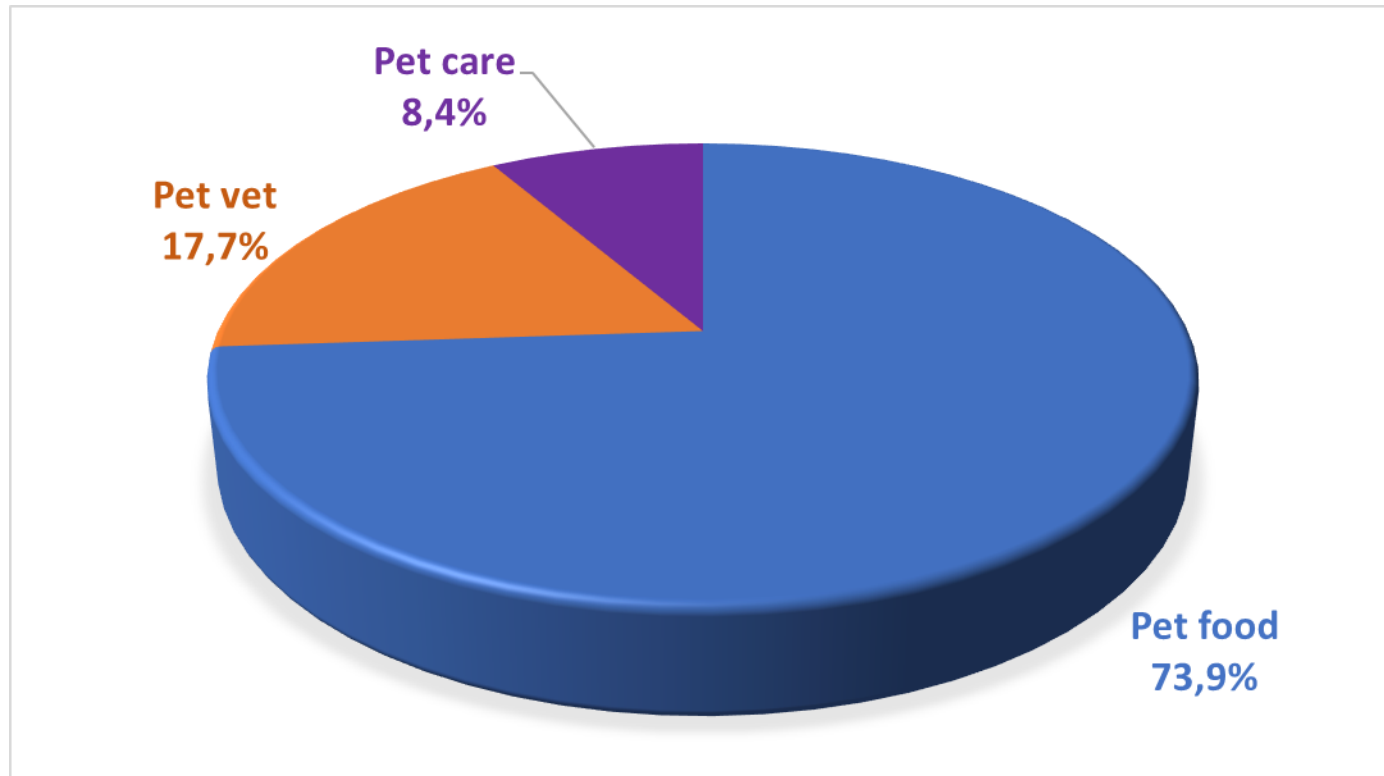
Mudança de enfoque de estratégia

- Na guerra, necessariamente deveria haver um VENCIDO e um DERROTADO;
- No mundo moderno, todos podem vencer;
- Estratégia não apenas para CONCORRÊNCIA, mas também para COLABORAÇÃO.



A indústria pet no Brasil

(R\$ 22,3 bilhões em 2019)





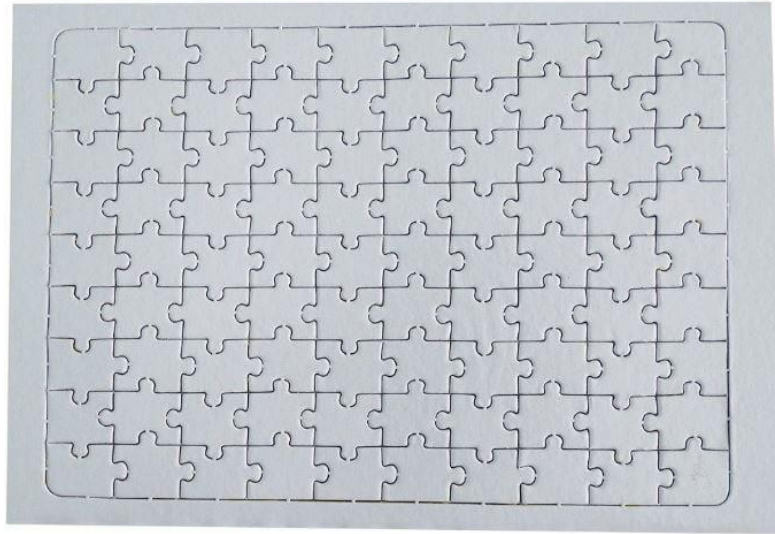




Para a Teoria Econômica

Firma = agente produtor (empresa)

Indústria = conjunto de todas as firmas de um bem ou serviço



Michael Porter e a estratégia competitiva



Tópicos da teoria de Porter a serem apresentados na aula

1. Questões centrais para a escolha da estratégia competitiva da firma
2. As cinco forças competitivas
3. As estratégias competitivas



1. Questões centrais para a escolha da estratégia competitiva da firma



Questões centrais que norteiam a escolha da estratégia competitiva da firma

1. QUAL INDÚSTRIA ESCOLHER?

Atratividade das indústrias (rentabilidade a longo prazo)

2. COMO POSICIONAR A FIRMA NESTA INDÚSTRIA?

Posição competitiva relativa (dentro da indústria)



2. As cinco forças competitivas (para escolher a indústria)

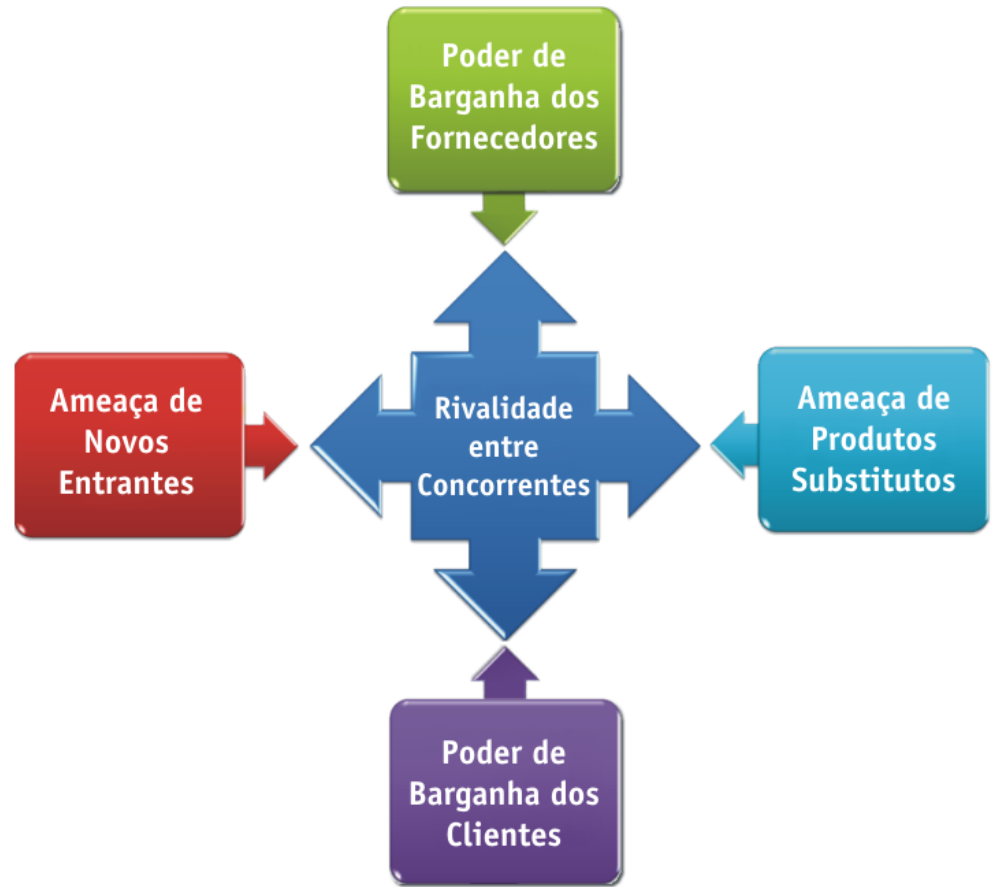


Forças competitivas que determinam a atratividade da indústria

1. Entrada de novos concorrentes
2. Ameaça de substitutos
3. Poder de negociação dos compradores
4. Poder de negociação dos fornecedores
5. Rivalidade entre concorrentes existentes



Cinco forças competitivas



Cinco forças competitivas

A força conjunta das cinco forças competitivas determinam a habilidade das firmas em uma indústria de auferir, em média, taxas de retorno sobre o investimento acima do custo do capital.



Cinco forças competitivas

A lucratividade de uma indústria não é função de como o produto é ou se ele contempla alta ou baixa tecnologia, mas sim da estrutura da indústria.



3. As estratégias competitivas (para posicionar a firma)



Posição relativa dentro da indústria

(Estratégias Genéricas)

Dois tipos básicos de vantagens:

- Baixo custo
- Diferenciação

Quatro estratégias genéricas:

- Liderança de custo
- Liderança em diferenciação
- Enfoque de custo
- Enfoque de diferenciação



Posição relativa dentro da indústria

(As 4 estratégias genéricas)

Escopo ↓ / Vantagem →	Custo mais baixo	Diferenciação
Alvo amplo	Liderança de custo	Liderança em diferenciação
Alvo estreito	Enfoque no custo	Enfoque na diferenciação



Enfoque

- Escolha de um ambiente competitivo estreito.
- Pode não possuir uma vantagem competitiva geral, mas apenas dentro do segmento-alvo focado.



**Todo planejamento
estratégico começa
com a definição de
METAS**



SMART

- Importante ferramenta para a definição de metas para qualquer organização ou pessoa...
- ...de forma **DIRETA e OBJETIVA**
- Criada por Peter Drucker (“Administração por Objetivos”)



“Ter a melhor clínica do bairro”

“Aumentar o volume de serviços prestados pelo hospital veterinário”

“Modernizar o sistema de extrusão da nossa fábrica de ração”





Specific

Who? What? Where?

Use details
while keeping the goal
clear and succinct.
What will you do?



Measurable

From? To?

Identify evidence
for when you
reach the goal.
How will you know?



Attainable

How?

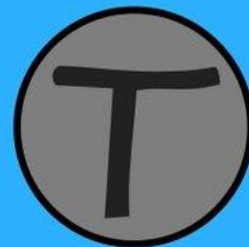
Make sure you are
able to put the goal
into action.
Can you achieve it?



Relevant

Why? Worthwhile?

The goal should meet
personal interests,
skills, and resources.
Is it relatable?



Timely

When?

Create a time frame
for accomplishing
the goal.
What is the deadline?



Certifique-se de que, em seus negócios (e em sua vida...), você irá propor metas SMART

GAMEIRO@USP.BR



GOAL * PLAN * SUCCESS