

Análise do Ambiente Empresarial

O planejamento estrutural de uma nova empresa, é característico de um comportamento empreendedor, a análise detalhada do ambiente como um teste preventivo. A percepção desse ambiente junto cria a identidade da nova empresa, a sua viabilidade, competitividade e diferencial no mercado competitivo. A análise de ambiente é a porta de entrada para a formulação de estratégias e planos de ação, e com base nessa análise serão definidos objetivos e formuladas as estratégias que a empresa pretende implementar, tanto no âmbito empresarial como no âmbito das suas diversas funções gerenciais (operações, marketing, finanças, etc.).

A análise de ambiente, neste caso, pode contemplar dois cenários: o cenário competitivo atual em que a empresa se insere, e um cenário futuro esperado (que geralmente corresponde a um detalhamento da visão da empresa ao final de um horizonte de planejamento pré-determinado). O planejamento global é uma combinação de todos os planos existentes na empresa, é o processo que amarra todos os seus planos internos ao esquema maior. (CHIAVENATO, 2005, p. 128). Ter a ciência das oportunidades e ameaças pode propiciar uma autoanálise em relação as atitudes que foram tomadas no passado e no presente para evitar desgastes no futuro, na hora de empreender. Esse processo de concentração de especialidade facilita a interação dos planos de ação com diversas unidades da estrutura organizacional da empresa e, conseqüentemente, facilita a operacionalização das atividades e projetos correlacionados, bem como das estratégias que deram origem aos projetos. (OLIVEIRA, 2001 p. 131).

Definição de missão - A missão é a razão principal da existência de uma organização, pois ela define o comportamento que esta deverá adotar para responder a seguinte pergunta principal que é onde se quer chegar com a empresa, assim, para Oliveira (2001), a definição da missão é ponto inicial para as macro estratégias serem estabelecidas, bem como fornece a direção em que a empresa vai implementar-se e determina os limites dentro dos quais será escolhida a postura estratégica relevante.

Definição de visão - A definição de visão identifica os limites que os principais responsáveis pela empresa conseguem enxergar dentro de um período mais longo e uma abordagem mais ampla. "Proporciona o grande delineamento do planejamento estratégico a ser desenvolvido e implementado pela empresa" (OLIVEIRA, 2001 p. 329). A visão da empresa quando é bem divulgada e colocada em prática traz as pessoas um sentimento de identificação porque aí está delineado o como, onde e para quem a empresa a existe.

Análise de SWOT

A SWOT é uma ferramenta criada e utilizada para estudar a competitividade das organizações apresentando quatro variáveis: **Força, Oportunidade, Fraquezas e Ameaças.**

Ponto forte: é a diferenciação conseguida pela empresa (variável controlável) que lhe proporciona uma vantagem operacional no ambiente empresarial.

Ponto Fraco: é uma situação inadequada da empresa (variável controlável) que lhe proporciona uma desvantagem operacional no ambiente empresarial.

Oportunidade: é a força ambiental incontrolável pela empresa que pode favorecer sua ação estratégica, desde que conhecida e aproveitada, satisfatoriamente enquanto perdura.

Ameaça: é a força ambiental incontrolável pela empresa, que cria obstáculo a sua ação estratégica, mas que poderá ou não ser evitada desde que seja conhecida em tempo hábil. (OLIVEIRA, 2001 p. 64 e 65)

A análise SWOT fornece, segundo Machado (2005), uma orientação estratégica bastante significativa, pois permite:

- Eliminar pontos fracos nas áreas que a empresa enfrenta ameaças graves da concorrência e disposições desfavoráveis diante do negócio;
- Abranger oportunidades encontradas a partir da análise dos seus pontos fortes;
- Retificar pontos fracos nos quais a organização vislumbra oportunidades potenciais;
- Monitorar seus pontos fortes, evitando riscos e incertezas no futuro.

Não é mais possível conceber as empresas como mecanismos fechados, envoltos em sua própria realidade. Na era atual não é mais possível negar a nova realidade, organizações estão inseridas em um contexto de integração, uma vez que “a capacidade de adaptação a um ambiente dinâmico, apresenta um duplo desafio, ela requer que a organização seja capaz não só de perceber, mas também de criar significado” (CHOO, 2006. p.123).

A criação de significado de uma empresa tem início em seu ambiente interno, a forma com a qual ela se relaciona com seus colaboradores transmite a eles uma mensagem diferente, demonstrando que fazem parte do sistema vivo das empresas, e não apenas são considerados como parte do processo produtivo. O significado criado pela organização origina-se na base que forma a cultura organizacional. Para Freitas (2007, p. 12) “entender a organização como uma cultura é reconhecer o papel ativo dos indivíduos na construção da realidade organizacional e no desenvolvimento de interpretações compartilhadas para as suas experiências”.

Fleury e Fischer (1989, p.117), descrevem que trabalhar cultura no ambiente de trabalho significa lidar com: um conjunto de valores e pressupostos básicos expresso em elementos simbólicos, que em sua capacidade de ordenar, atribuir significações, construir a identidade organizacional, tanto age como elemento de comunicação e consenso, como oculta e instrumentaliza as relações de dominação.

