

FORMAÇÃO DE ESTRATÉGIAS EM UM CENÁRIO DE CRISE PARA NOVOS NEGÓCIOS

**Edmar Martins de OLIVEIRA¹, Marcio Rodrigues RAMOS², Jeffeson³
CRISTIAN, João ROBERTO⁴, Rafael ASSUNÇÃO⁵**

¹*Estudante do curso de tecnologia de gestão da produção/Unincor – edmarsasa@hotmail.com*

²*Estudante do curso de tecnologia de gestão da produção/Unincor – márcio.protominas@hotmail.com*

³*Estudante do curso de tecnologia de gestão da produção/Unincor – jeffersoncristianrs@hotmail.com*

⁴*Estudante do curso de tecnologia de gestão da produção/Unincor – jbeta.cruz@hotmail.com*

⁵*Estudante do curso de tecnologia de gestão da produção/Unincor – rafael_assuncao@ymail.com*

Palavras Chave: Estratégia, crise e novos negócios.

RESUMO

Com a globalização cada vez mais presente no mundo dos negócios, os reflexos do desempenho das empresas são cada vez mais comuns e influenciam diretamente os resultados de outras organizações ao redor do mundo. O objetivo deste trabalho foi pesquisar ideias inovadoras, Gestão de Estratégia, vantagem competitiva e modelos de planejamento, para diminuir os riscos de insucesso e aumentar as possibilidades de sucesso no processo de tomada de decisão estratégica. Cabe à organização desenvolver e manter sistemas de inteligência competitiva que garantam aos gestores estratégicos informações e conhecimentos suficientes e no momento adequado. Formação de estratégias, extração e análise de dados, facilitam a tomada de decisões através de um fluxo eficaz de informações. São versões atualizadas dos tradicionais sistemas de apoio à decisão. Sua mecânica compreende a coleta e organização de dados que a empresa possui sobre elementos críticos do seu ambiente de competitividade no setor industrial, de forma a transformá-los em informações e, posteriormente, em conhecimentos estratégicos a serem distribuídos entre os tomadores de decisão. As empresas bem administradas obtêm vantagens sobre seus concorrentes, através da criação de um elo entre empresa e seu ambiente externo por meio de atividades de análise ambiental. A formação de estratégia permite que as empresas mantenham conhecimentos atualizados sobre, movimentos dos concorrentes que possam afetar a sua competitividade, a entrada de concorrentes potenciais no setor de atuação da empresa, mudanças nos elementos do macro-ambiente (cultural, social, político, econômico, tecnológico e natural), mudanças em tecnologias, processos e produtos.