

ESAN - Escola de Administração e Negócios
Curso de Graduação em Administração

ATIVIDADE ORIENTADA DE ENSINO

ESTUDO DIRIGIDO

“Estudo sobre Diagnóstico Setorial para o setor de Comércio e Serviços: conceitos, usos e ferramentas”

Aluna: FERNANDA TOZZO ROCHA

RGA: 2020.2502.060-8

Profa. Orientadora: Caroline Foscahces

Coordenadora do Curso: Patricia Campeão

Campo Grande, 12/2024

Conceito de Diagnóstico Setorial

O Diagnóstico Setorial é uma abordagem estratégica essencial que visa compreender, analisar e interpretar as dinâmicas específicas que moldam o ambiente de negócios em um setor particular, com foco aqui no setor de comércio e serviços. Esse processo profundo de avaliação oferece uma visão detalhada das variáveis que impactam as organizações dentro desse contexto dinâmico.

No setor de comércio e serviços, o diagnóstico setorial visa identificar as tendências, oportunidades e desafios únicos que afetam as empresas envolvidas na venda de bens e na prestação de serviços. Isso inclui uma análise minuciosa de fatores macroeconômicos, como condições de mercado, políticas governamentais e flutuações econômicas que influenciam as operações diárias.

Além disso, o diagnóstico setorial também baseia-se em fatores microeconômicos, como a concorrência no mercado, comportamento do consumidor, inovações tecnológicas e regulamentações específicas do setor. A compreensão desses elementos é crucial para a formulação de estratégias que permitam às organizações adaptarem-se às mudanças, antecipar tendências e se destacar em um mercado competitivo.

A metodologia do diagnóstico setorial no setor de comércio e serviços geralmente incorpora análises SWOT, PESTEL, entrevistas com stakeholders, pesquisa de mercado e avaliação financeira. Essas ferramentas proporcionam uma avaliação abrangente, desde as forças internas e fraquezas da organização até as oportunidades e ameaças que emergem do ambiente externo.

Em última análise, o diagnóstico setorial não apenas identifica o estado atual do setor, mas também serve como base para a formulação de estratégias sustentáveis e adaptáveis às mudanças constantes no mundo dos negócios.

Benefícios do Diagnóstico Setorial

O diagnóstico setorial capacita as empresas a reconhecerem as oportunidades emergentes, como alterações nas preferências dos consumidores ou avanços tecnológicos, ao mesmo tempo em que possibilita antecipar potenciais ameaças, como regulamentações desfavoráveis ou intensificação da concorrência.

A partir das informações obtidas, as organizações têm a capacidade de formular estratégias adaptadas às condições específicas do setor. Isso implica fortalecer pontos fortes, mitigar fraquezas e capitalizar oportunidades identificadas.

Ao compreender o posicionamento da empresa em relação aos concorrentes, incluindo a identificação de suas estratégias e pontos fracos, torna-se possível criar estratégias competitivas mais eficazes.

O diagnóstico setorial, ao oferecer uma base sólida de informações, capacita os gestores a tomar decisões informadas, permitindo que ajam proativamente diante de mudanças no ambiente de negócios.

Metodologias para Diagnóstico Setorial no Comércio e Serviços

A análise setorial no comércio emprega diversas técnicas para proporcionar uma visão abrangente do ambiente de negócios. Algumas das principais abordagens são:

- **Análise PESTEL:** Examina fatores políticos, econômicos, sociais, tecnológicos, ambientais e legais que impactam o setor, oferecendo uma visão abrangente do ambiente externo.
- **Análise SWOT:** Identifica Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças internas e externas, proporcionando uma avaliação holística da posição da empresa.

- Entrevistas e Pesquisas de Mercado: Coleta de dados qualitativos por meio de entrevistas com stakeholders e pesquisa de mercado, oferecendo insights sobre as percepções do consumidor e as tendências do setor.
- Análise Financeira: Examina demonstrativos financeiros para avaliar a saúde financeira da empresa e sua capacidade de enfrentar desafios econômicos.
- Benchmarking: Compara o desempenho da empresa com o de concorrentes líderes, identificando áreas de melhoria e oportunidades de crescimento.

Ao empregar essas técnicas, as empresas do setor de comércio e serviços podem não apenas entender melhor o ambiente competitivo, mas também desenvolver estratégias robustas para se adaptar e prosperar em um mercado em constante evolução.

Como exemplo do uso de análises setoriais para o direcionamento das estratégias das empresas, tem-se o caso das grandes redes varejistas e seus supermercados de proximidades, os quais visam competir diretamente com os pequenos mercados de bairro e, em alguns casos, estabelecer parcerias com esses estabelecimentos. Esse formato de lojas, com até cinco *checkouts*, têm como foco atender o consumidor que busca realizar compras rápidas. Dada a manutenção dos índices de inflação em níveis baixos, os consumidores brasileiros contemporâneos não necessitam mais acumular grandes estoques em casa, levando-os a visitar o mercado com maior frequência para compras mais modestas. As bandeiras Dia% (pertencente à rede Carrefour), Extra Perto e Extra Fácil (Grupo Pão de Açúcar) e Wal-Mart Todo Dia (Wal-Mart) destacam-se como principais alvos de investimento para as grandes redes varejistas nos próximos anos.

Esse exemplo, ilustra um pouco de como a consideração de indicadores macroeconômicos pode ajudar na definição de estratégias de posicionamento no mercado.

Os Indicadores desempenham papéis cruciais no diagnóstico setorial do comércio e serviços, fornecendo *insights* fundamentais para compreender o ambiente operacional e desenvolver estratégias eficazes. Abaixo tem-se alguns exemplos:

Indicadores Macroeconômicos:

- **Crescimento do PIB:** O Produto Interno Bruto é um indicador-chave que reflete o desempenho econômico geral do país. Variações no crescimento do PIB podem impactar diretamente o poder de compra e os padrões de consumo, influenciando as operações do setor de comércio e serviços.
- **Taxa de Inflação:** A inflação afeta os preços dos produtos e serviços, influenciando as margens de lucro e as decisões de compra dos consumidores. No diagnóstico setorial, é crucial entender como as tendências inflacionárias podem impactar a competitividade e as estratégias de precificação.
- **Taxa de Desemprego:** A situação do mercado de trabalho tem implicações diretas no poder de compra dos consumidores. Uma taxa de desemprego elevada pode resultar em redução nas despesas com comércio e serviços, enquanto uma taxa baixa pode indicar maior potencial de consumo.

Indicadores Microeconômicos:

- **Vendas no Varejo:** Esse indicador microeconômico fornece uma visão direta do desempenho das empresas no setor de comércio. Variações nas vendas no varejo podem sinalizar mudanças nas preferências do consumidor e na demanda por produtos e serviços.

- Margem de Lucro: Avaliar a margem de lucro das empresas no setor de serviços e comércio é essencial para entender a viabilidade financeira e a eficiência operacional. Variações nas margens podem indicar pressões competitivas ou mudanças nas estratégias de precificação.
- Taxa de Rotatividade de Estoque: Esse indicador é vital para empresas que lidam com mercadorias. Uma taxa de rotatividade eficiente sugere boa gestão de estoque, enquanto uma taxa alta pode indicar riscos de obsolescência ou insuficiência de oferta.

Esse são apenas poucos exemplos entre muitos outros da área econômica, financeira, operacional e social que costumam compor os diagnósticos setoriais.

Conclusão

Em síntese, o Diagnóstico Setorial no setor de comércio e serviços emerge como uma ferramenta indispensável para as organizações enfrentarem os desafios dinâmicos do mercado. Ao identificar tendências, oportunidades e desafios específicos, essa abordagem estratégica proporciona uma compreensão profunda das variáveis que moldam o ambiente de negócios.

A aplicação de metodologias como SWOT, PESTEL e análise financeira oferece uma visão holística, permitindo às empresas formularem estratégias adaptadas às condições setoriais. Nesse contexto, a expansão de supermercados de proximidade por grandes redes varejistas é um exemplo concreto de resposta estratégica às mudanças nas preferências do consumidor.

Os benefícios do Diagnóstico Setorial, incluindo a capacidade de antecipar ameaças, capitalizar oportunidades e tomar decisões informadas, destacam-se como impulsionadores fundamentais para o sucesso no setor de comércio e serviços. Essa abordagem não apenas revela o estado atual do setor, mas também serve como alicerce para estratégias sustentáveis e adaptáveis em um cenário de negócios em constante evolução. Dessa forma, as organizações estão

preparadas para enfrentar os desafios, capitalizar oportunidades e prosperar em um ambiente altamente competitivo.

Referências

<https://www.dieese.org.br/notatecnica/2008/notatec74.pdf>

<https://www.decmer.com.br/analise-setorial>

<https://economicnewsbrasil.com.br/2023/08/17/comercio-varejista-2023-altas-equedas-setoriais/>

<https://www.gov.br/mdic/pt->

[br/assuntos/competitividadeindustrial/pmr/componente-1/produto-2/diagnostico-setorial-industria.pdf/view](https://www.gov.br/mdic/pt-br/assuntos/competitividadeindustrial/pmr/componente-1/produto-2/diagnostico-setorial-industria.pdf/view)

<http://www.fazenda.mg.gov.br/noticias/2023/sef-e-fjp-lancam-diagnostico-ineditodo-comercio-interestadual-de-mg/>

