Quadro 48 – Prioridades das bases de competição e seus indicadores de competitividade - empresa 2

Bases de competição	Prioridade da empresa 2 para atuação nas bases de competição	Indicadores de competitividade	Prioridade dos indicadores para a empresa 2
Produto	1º	Qualidade no processo	1º
		Projeto do produto	2º
		Novos produtos	4º
		Variedade de modelos	3º
Preço	2º	Alta produtividade	1º
		Instrumentos de controle gerencial, financeiro e contábil	2º
		Competição externa	3º
Assistência Técnica	4º	Pós-venda	2º
		Pré-venda	1º
Prazo	3º	Prazo de entrega	1º
		Prazo de pagamento	2º
		Prazo de cotação e negociação	3º
Imagem	5º	Imagem do produto, da marca e da empresa	1º
		Imagem preservacionista	2º

Quadro 49 – Fatores críticos de sucesso da empresa 2

Visão Externa / Visão Interna (a empresa estruturada por meio das atividades de valor)			Necessidades dos Clientes													
			Bases para a Competição													
			Preço			Produto				Prazo			Assistência Técnica		Imagem	
Tipos de Atividades		Fatores Críticos de Sucesso	Alta Produtividade	Instrumentos de controle gerencial, financeiro e contábil	Competição Externa	Projeto de Produto	Qualidade no Processo	Variedade de Modelos	Novos Produtos	Prazo de Cotação e Negociação	Prazo de Entrega	Prazo de Pagamento	Pré-vendas	Pós-vendas	Marca e Empresa	Preservação Ambiental
Atividades de apoio	Infra-estrutura da empresa	Controle de Custos		x												
Atividades primárias	Operações	Planejamento e controle da produção		x												
		Controle de qualidade					x									
		Programas de qualidade e produtividade					x									
		Nível de desperdícios/ perdas	x													
		Quantidade de refugos	x													
		Grau de produtividade da mão-de-obra	x													
	Logística externa	Rapidez/ pontualidade nas entregas									x					
	Marketing/ Vendas	Propaganda													x	
		Lançamento de novos produtos							x							

(continua)

Quadro 49 – Fatores críticos de sucesso da empresa 2 (continuação)

Visão Externa / Visão Interna (a empresa estruturada por meio das atividades de valor)			Necessidades dos Clientes													
			Bases para a Competição													
			Preço			Produto				Prazo			Assistência Técnica		Imagem	
Tipos de Atividades		Fatores Críticos de Sucesso	Alta Produtividade	Instrumentos de controle gerencial, financeiro e contábil	Competição Externa	Projeto de Produto	Qualidade no Processo	Variedade de Modelos	Novos Produtos	Prazo de Cotação e Negociação	Prazo de Entrega	Prazo de Pagamento	Pré-vendas	Pós-vendas	Marca e Empresa	Preservação Ambiental
Atividades primárias - cont.	Marketing/ Vendas - cont.	Número e potencial dos concorrentes			x											
		Fluxo de caixa do cliente										x				
		Variedade da linha de produtos						x								
		Habilidade de negociação								x			x			
		Grau de concentração dos clientes			x											
		Pesquisa sobre preferência dos clientes e dos consumidores				x										
	Serviços	Habilidade no atendimento ao cliente												x		