

GESTÃO ESTRATÉGICA COMO AÇÃO QUE VIABILIZA O SUCESSO NO EMPREENDIMENTO

Maxmiliano da Silva Soares

RESUMO

Trata-se de uma pesquisa qualitativa, descritiva e de cunho bibliográfico, pautada na revisão de literatura sobre o assunto escolhido, cuja problemática que impulsionou a investigação foi: - Quais as ações necessárias dentro da gestão estratégica que viabilizam o sucesso de uma organização? O Objetivo principal deste trabalho é traçar uma investigação teórica com base na revisão de literatura a respeito da gestão estratégica como ação para viabilidade de um empreendimento, cujo tema parte da motivação desta autoria em conhecer mais sobre este assunto, uma vez que teóricos afirmam que o empreendimento compreende um espaço para a aplicação de estratégias e planejamentos bem elaborados para atingir êxito. No presente esboço, ainda é possível identificar e entender que a gestão estratégica como uma ação com a qual se viabiliza o sucesso no empreendimento. Os objetivos específicos do referido trabalho consistem em apresentar as vantagens nas quais a gestão estratégica permite o sucesso de uma organização empresarial; compreender como a gestão estratégica se faz necessário e sua importância no contexto empresarial; além de discutir as consequências da ausência da gestão estratégica dentro da organização. Finalmente, conclui-se que a gestão estratégica é extremamente importante para o trabalho empresarial, pois ele é fator decisivo para o sucesso empresarial.

PALAVRAS-CHAVE: Gestão. Estratégica. Sucesso. Empreendimento. Empresarial

ABSTRACT

It is a qualitative, descriptive, and bibliographic research, based on the literature review on the chosen subject, whose problem that drove the investigation was: - What are the necessary actions within the strategic management that make the success of an organization feasible? The main objective of this work is to outline a theoretical investigation based on the literature review regarding strategic management as an action for the viability of an enterprise, whose theme starts from the motivation of this authorship to know more about this subject, since theorists affirm that the The enterprise comprises a space for the application of well-designed strategies and plans to achieve success. In the present outline, it is still possible to identify and understand that strategic management as an action with which success in the enterprise is made possible. The specific objectives of this work are to present the advantages in which strategic management allows the success of a business organization; understand how strategic management is necessary and its importance in the business context; in addition to discussing the consequences of the absence of strategic management within the organization. Finally, it is concluded that strategic management is extremely important for business work, as it is a decisive factor for business success.

KEYWORDS: Management. Strategic. Success. Enterprise. Business

1. INTRODUÇÃO

Com as constantes transformações que o mercado tem passado tornando-se necessário que as empresas estejam sempre em busca de novos modelos gerenciais e de novas

tecnologias para se manterem competitivas no mercado, aprimorando sempre a qualidade de seus produtos e serviços. Desse modo, é imprescindível utilizar-se de um diferencial na gestão das organizações, por isso, a escolha do objeto desta pesquisa.

Neste contexto, a problemática que mobilizou este estudo foi a seguinte: - Quais as ações necessárias dentro da gestão estratégica que viabilizam o sucesso de uma organização?

A gestão estratégica é uma ferramenta administrativa que pode auxiliar as organizações a se avaliarem e avaliar o mercado em que atua, para ajudar na busca pela competitividade, além de auxiliar na determinação de suas metas, objetivos e quais suas estratégias para alcançá-los.

A empresa, ao se relacionar com o mercado defronta-se com a incerteza gerada pelos elementos incontroláveis e imprevisíveis do ambiente, gerando assim as ameaças ambientais e oportunidades disponíveis para a empresa. Assim, é preciso definir as estratégias a serem utilizadas para lidar com o ambiente complexo, dinâmico, mutável e imprevisível.

O objetivo deste trabalho é defender a gestão estratégica enquanto ação que viabiliza o sucesso de um empreendimento. Neste sentido, a escolha se fez na oportunidade de conhecimento a respeito de um assunto cuja identificação pessoal harmoniza com as pretensões futuras de desempenho profissional. A importância da gestão estratégica nos empreendimentos é um assunto bastante tratado nas pesquisas acadêmicas e descrever neste nicho é uma oportunidade de oferecer, ainda mais, mais uma produção acadêmica a respeito do assunto, ampliando sua oferta de consultas e pesquisas.

A pesquisa é qualitativa, descritiva e de cunho bibliográfico, pautada nos ensinamentos técnicos e suas revisões no assunto escolhido. A relevância desta pesquisa indica a possibilidade de oferecer um precioso conjunto de ideias que podem servir de argumentação teórica em outros trabalhos a respeito desse mesmo assunto.

A importância da gestão estratégica não se observa apenas no mundo dos negócios como todos pensam, mas pode contribuir também em outros sentidos, como por exemplo, ensinando a pessoa a agir de forma diferente, ou seja, pode ajudar na contribuição para além da formalidade da ciência, bem como com a personalidade do fazer em todas as tarefas do dia a dia.

2 DESENVOLVIMENTO

2.1 CONCEITOS DE ESTRATÉGIAS

Em conformidade aos estudos de Christensen e Rocha (1995), o termo estratégia tem origem e fundamento na teoria militar, o que significa a utilização dela no combate a fim de se atingir a vitória na guerra.

Partindo desta discussão sobre planejamento, podemos afirmar que ela envolve uma gama de ações e atividades, as quais precisam ser pensadas sumariamente, sendo necessário estabelecer, antes de tudo, uma programação para todas essas ações e atividades, quer comercial ou não, mas, ao final, o que importa é o sucesso pretendido.

De fato, o planejamento é fundamental na administração de uma organização empresarial. Chiavenato (2010) entender o quanto a estratégia é importante num empreendimento organizacional, ao defender a ideia de que ela carece nos negócios.

Sobre o aspecto administrativo, este artigo ainda questiona a necessidade de uma empresa ou uma organização poder conduzir sua estratégia até o fim para obter de resultados práticos, e ainda discute a importância que tal planejamento se verifica no âmbito das associações informais e setores não governamentais da sociedade civil onde também pode ser este aplicado.

2.2.1 A gestão estratégica

Observar o planejamento de forma ordenada, a fim de conceber no caminho certo para os quais uma empresa ou organização poder conduzir cálculos para sua apropriação no plano administrativo e funcional, é entendido por Chiavenato (2010), no primado de um gerenciamento eficaz.

Assim, é preciso antes fazer a avaliação do potencial de lucro futuro, afim de que se possa realocar o capital da empresa. Em suma, coloca-se adiante, uma criteriosa alocação de recursos, indicadas no portfólio do negócio, pois esta é uma das ideias mais básicas da gestão estratégica.

Por conseguinte, é preciso estar em constante avaliação, com vistas ao potencial de lucro futuro para cada tipo de negócio, pois a empresa não poderá agir, simplesmente, com

base no planejamento anual, como também, fazendo planejamento para longo prazo usando a base nas vendas passadas.

Para Drucker (2007), gestão estratégica é entendido também como uma estratégia propriamente dita, em que, para cada tipologia de negócio a empresa teria que utilizar de uma estratégia para alcance dos objetivos para longo prazo, uma vez que, não há uma estratégia única para todos os concorrentes.

Portanto, a fim de entender melhor sobre a gestão estratégica, faz-se necessário exame da estrutura organizacional da organização, no qual, normalmente, se divide em três níveis: alta administração, unidade negocial da empresa e produto.

Cabe acrescentar que, cada produto, cada unidade, e tarefa do negócio da empresa irão desenvolver-se num plano de marketing a fim de que se possam atingir os objetivos do produto no mercado. Adiante, é possível identificar o papel do planejamento nas corporações, suas categorias e a argumentação da literatura no sentido prático de sua viabilidade técnica.

2.2 GESTÃO ESTRATÉGICA NAS CORPORAÇÕES

A gestão estratégica nas corporações abrange 4 linhas de ação. A primeira desenvolve-se uma clara ideia da missão da empresa, o que ocorre em termos de objetivos da história, do segmento de mercado, o que ocorre na produção vertical e área geográfica. Isso tudo, quando bem definido, permite, finalmente que, aos empregados um senso compartilhado de direção, oportunidade, significância e realização. Outra importante atividade é aquela consiste finalmente que, em definir as unidades de negócios. O negócio é, portanto, bem definido pelos grupos de clientes, portanto, também pelas necessidades dos clientes e tecnologias empregadas. As unidades de negócio se beneficiam de planejamento específico, enfrentam concorrentes próprios e são geridas como centros de lucro.

Gestão estratégica, portanto, significa o ponto de largada para uma administração estratégica de organizações, independentemente do tamanho ou de seu tipo. Este método de planejamento possui como objeto principal a adoção de medidas de importância decisiva aos resultados e na condução de atividades proativas no gerenciamento de tais organizações. (GAJ, 2002). A realização de uma gestão estratégica em um empreendimento se depreende em responder questões como:

- a) Onde se almeja chegar?
- b) O que se deve fazer?
- c) Como fazer? Quando fazer?

- d) Quanto custa para se fazer?
- e) Para quem será feito?
- f) Por que motivo fazer?
- g) Por quem será realizado?
- h) Onde será feito? (GAJ, 2002, p. 37)

Contudo, todo esse conjunto de questionamentos deve ser apreciado nos momentos de planejamentos estratégicos para os empreendimentos, sobretudo, para àqueles que possuem vários limitantes e estes são percebidos inicialmente se impõe que na estrutura em que o capitalismo constitua enquanto essência observará uma relação de classes em que a economia e o social se unem a fim de definir de uma forma explicativa o sistema de relações entre elas.

Quando a gestão deve ser vista enquanto ação que viabilize o sucesso num empreendimento se estabelece, a sociedade brasileira vivia um momento de retenção econômica, o que ocorreu devido ao condicionamento do país advindo de uma economia de agricultura para uma economia industrial, e logo em seguida tomando empréstimos internacionais no lume de seu desenvolvimento.

2.3 GESTÃO ESTRATÉGICA PARA OS NEGÓCIOS

Becker reafirma que um negócio, quando iniciado sem gestão estratégica tende ao fracasso. É iminente a uma perda de sentido final os projetos que não usam da gestão estratégica numa perspectiva construtiva. Portanto, as unidades de negócio realizam a sua gestão estratégica, no qual as fases adiante podem ser uteis:

- a) Definir missão,
- b) Observação de ambientes externo e interno,
- c) Metas,
- d) Elaborar estratégias do negócio,
- e) Formular programas de ação,
- f) Feedback interno e externo
- g) Controles. (ALMEIDA JUNIOR,1999, p.23).

Todas essas fases mantêm a unidade de um negócio constantemente ligada ao ambiente, como também atenta às novas ameaças e oportunidades. Deste modo, a gestão estratégica fornece um contexto para preparação dos planos de mercado aos produtos e serviços específicos.

Adiante Gaj (2002, p.189) inclui que, esta metodologia, sobretudo à carência de uma declaração de visão da referida empresa embasada em sua realidade, que expresse nos verdadeiros sentimentos as intenções de seus recursos humanos, já que as declarações

fantasiosas de nada podem contribuir a uma visão da empresa, a não ser sobre o fato de torná-la mais capaz de ser desmentida, ou de até, ridicularizada ao longo com as práticas cotidianas.

2.4 GESTÃO ESTRATÉGICA PARA O NÍVEL FUNCIONAL

No nível funcional consolidam-se os requisitos funcionais demandados através da estratégia corporativa, e se constitui no arsenal de armas competitivas que serão transformadas nas competências distintivas da empresa.

As estratégias funcionais podem ser aplicadas às funções de cada tipo de negócio, ou de cada tipologia nas unidades em que se atua em determinado ramo de negócios, entre eles o marketing, a produção, as finanças, e engenharia de recursos humanos, áreas de pesquisa e desenvolvimento, de logística, de vendas e/ou de serviços etc.

O nível funcional objetiva manutenção do bom desempenho para as corporações e interatividade em meio a cada negócio estratégico da organização. Igualmente, chama-se de objetivo funcional, o conjunto de metas relacionadas à área funcional a serem atingidas com a finalidade de se concretizarem os objetivos da empresa, ou seja, da organização como um todo. (GRACIOSO,1996)

Torna-se, por diante, importante ao nível funcional, não somente em atingir tais objetivos e metas correlatas, mas com o desempenho geral da organização, pois esse nível compreende grande compatibilidade para metas e para objetivos entre seus negócios.

2.5 AS FASES DA GESTÃO ESTRATÉGICA NA PRÁTICA FUNCIONAL

A partir destas fases, a empresa é situada em um ambiente que oferece oportunidades e riscos e, estas informações deverão ser coletadas em quantidade e qualidade adequadas, proporcionando uma boa tomada de decisão em grande parte de seus executivos (FISHMANN, 2002).

A administração estratégica se identifica, de forma total, de uma forma de acrescentar novos componentes à observação e ação sequenciada e habitual e comum. Assim se fazendo, o objetivo é calcular uma ocorrência, colocar em pauta na elaboração de projetos de transformações bem fundamentadas em processos metódicos de orientação, e conduzir e dirigir e chefiar os passos de implementação. Em resumo, é o controle gerencial de todos os meios de uma organização para aferir ou alcançar anseios e perseguições dos anseios. Com o

concorrido mercado em que todos ficam hoje em dia, trabalhar com metodologias é indispensável à sobrevivência do negócio.

Nessa assimilação, como para aferir seu lugar e prestar serviço ajustadamente, o constante excelente aperfeiçoamento é bastante preciso. Ou seja, é por meio da administração estratégica que os dados com relação a alta competição da corporação empresarial, meios acessíveis, ameaças, oportunidade e, com relação a outras acabam se fazendo erguidas com o objetivo de pensar estrategicamente em demais planejamentos para as ações futuras.

Assim, um plano comercial sem estratégia é um processo fadado ao fracasso. Isto porque não podem fugir da realidade do planejamento e observado em um compasso de etapas sem estrutura do escopo de planejar que tenha subsídio em uma ação diminuta de racionalidade técnica. A gestão estratégica numa perspectiva atinge certa racionalidade técnica, é o que observa Motta (1984) em suas conclusões.

Acima de tudo, a gestão estratégica informa sob a tutela do trabalho administrativo e funcional um denominador comum com o público atingido que espera do mesmo uma ação ordenada e eficiente no atendimento de suas necessidades.

A administração estratégica é o campo em que é efetivado o processo metódico de orientação estratégico da corporação empresarial possuindo enquanto bases sua a finalidade maior, visão e valores.

O desenvolvimento de uma metodologia competitiva se identifica, de forma total, de uma fórmula ampla de que modos a corporação empresarial competirá e que poderão ser as perseguições dos anseios e políticas estabelecidas para aferir ou alcançar o objetivo.

Motta (1984) descreve que a gestão estratégica parte do sentido operacional administrativo. Chiavenato (2010) concorda com ele, mas discorda no sentido de que a economia e a administração se entrelaçam de uma forma menos crítica e mais disposta ao âmbito do operacional (atender clientes) e suas necessidades deixando as observações da macroeconomia e suas expressões sociais para outro momento.

No estratégico, o parágrafo anterior se desloca a perguntar como, porque e qual o momento melhor de atender a clientela e suas expectativas. Portanto, na aplicação de uma gestão estratégica, observar-se-á, antes de tudo, as disposições legais e condicionar tal gestão estratégica em suas bases legais, pois a definição da missão, objetivos, dentre outros elementos pertinentes devem atender a tais requisitos legais para se obter sucesso numa determinada organização empresarial. Entende-se que as corporações que não têm administração estratégica ficam fadadas à derrota. Em conformidade com um inquérito

realizada pelo Sebrae, envolve de 25% das corporações falham e encerram no Brasil. Por outro lado, um levantamento praticado, acertadamente, pelo IBGE expôs que em média, 72% das corporações sobrevivem nos 2 primeiros anos.

Para tanto, essas pessoas terminam trabalhando com bases no achismo, ou por terem alguma pessoa seguinte que esteja tendo êxito com o empreendimento. Aliás, a ausência de um processo metódico de orientação estratégico atento em uma administração de alto desempenho faz com que muitas corporações fechem as portas precocemente.

Por outro lado, a administração estratégica é de extrema importância ao desenvolvimento do empreendimento. Por isto, abordaremos neste artigo tudo o que o usuário necessita saber com relação a planejamento: o significado, que áreas se aplica, como necessita ser usada, com relação a outras opiniões ou dicas que irão te melhor acrescentar a conduzir e dirigir a empresa

De acordo com o SEBRAE (2018), Porque refletir com estratégia é essencial para quem quer aferir ou alcançar o êxito empresarial, sobrevivendo às transformações seguidas do mercado.

Muitas corporações se originam e aumentam de um modo desordenado, devendo até resistir por certo tempo no mercado. Mas, em tempos de tantas transformações nos qualidades específicas políticos, econômicos, sociais e científicos, num mercado exaustivamente concorrente, resistir com resultados distintos e notados, cobra muita organização, manejo estratégico e inovação.

Se a corporação empresarial está iniciando, dar definição de a metodologias que irá trilhar no mercado fará grande desigualdade pontual, dado que, ao saber de que se identifica, de forma total, as potências e as insuficiências para ação, falhas acabam se fazendo evitadas, conquistando resultados mais consistentes com a sua razão de existir (SEBRAE, 2018)

Se a corporação empresarial já está no mercado, é essencial repensar a forma de ação. No ambiente de seguidas transformações, é capaz de ser preciso tornar assíduos processos de recomposição para sobrevivência e alta competição. Ademais, as reestruturações acabam se fazendo na forma da organização, financeira, todavia seja, igual a, dos produtos e serviços apresentados no mercado.

Ainda de acordo com o Sebrae (2018), as estratégias de Crescimento: metodologias empresariais para evoluírem os lucros, as comercializações, ou a bem-vinda contribuição do mercado, acrescentando desenvolvimentos aumentativos oportunos o valor da empresa. Estratégias de estabilidade: quando existem operações em muitos setores, a corporação

empresarial é capaz de desejar concentrar suas operações, seus empenhos administrativos, nas corporações reais, sem evoluírem suas unidades. Estratégias de redução: quando os resultados ficam abaixo do esperado, ou a sobrevivência está desafiadora, a diminuição é capaz de ser uma metodologia de melhora da situação negativa, devendo ser, de reviravolta – transformações para melhoria; desinvestimento ou liquidação se for o caso (SEBRAE, 2018).

Para colocar em pauta na elaboração de as metodologias entendidos, às corporações, é importante percorrer um roteiro, estruturar o conceito de um modo estratégico, ensinando a corporação empresarial rumo ao futuro.

Para tanto, é usada a técnica de Planejamento Estratégico. Nela, o dono de um empreendimento e os diretores administrativos analisam o ambiente em que promovem, identificam suas crenças e valores para ação no mercado, estabelecendo a finalidade maior da corporação empresarial, sua razão de estar no mercado, o que irá entregar e como deverá ser identificada em definido e ajustado prazo.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho se propôs a investigar a gestão em um patamar estratégico, enquanto ação que viabiliza o sucesso num empreendimento dissecou a respeito da necessidade dele na condução do sucesso de um empreendimento, bem como deu ênfase a sua importância e relevância para as organizações empresariais, bem como para toda a sociedade.

Conclui-se que o sucesso da partida viabilize os fins lucrativos não somente no sentido econômico, mas na cultura organizacional e no plano político organizacional dispostas no âmbito da discriminação industrial e empresarial. A estratégia de ações é observada no âmbito da discriminação industrial e privada no sentido amplo das conquistas ansiadas pelo nível organizacional do comércio.

Para tanto, o nível gerencial de comércio também observa a melhor maneira para atender as necessidades do amplo organizacional superior e subordinado a este. Observa a melhor forma de uma empresa ou organização poder conduzir cálculos para sua apropriação no plano de estratégia política de suas ações de comando. (ANSOFF, 1987). Embora tendo sido planejada estrategicamente, a ação operacional é a última fase de um processo de operação, pois a gestão permite à continuidade deste para a avaliação de resultados, fase depois de cumprida a ação planejada realizada através dos meios estratégicos. Para se alcançar um efeito desejado, a gestão estratégica necessita do apoio e comprometimento de

todos do corpo funcional da empresa por ocasião da implementação das várias ações estratégicas dele decorrentes. Baseado nessa premissa, os atores das diversas fases do processo são os próprios integrantes da organização. Desse modo e diante do exposto, defendemos a ideia de que esse modelo de gestão é imprescindível para o sucesso de uma organização empresarial e, para tanto, faz-se necessário considerar todas as fases para a sua criação e implementação.

REFERÊNCIAS

ANSOFF, H. Igor, DECLERK, Roger P., HAYES, Robert L. (Org.) **Da gestão estratégica à administração estratégica**. São Paulo: Editora Atlas, 1987.

DUCKER, A. **A importância do planejar para o comércio**. São Paulo. Ed.3. Nobel, 2007.

CHRISTENSEN, Carl. ROCHA, A. da. **Marketing: Teoria e Prática no Brasil** - Editora: Atlas Ano: 1995.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações** 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

FISHMANN, Adalberto Martinho I.R. **Gestão estratégica na prática**. São Paulo: Editora Atlas, 1990.

GAJ, Luis. **O estrategista: do pensamento à ação estratégica na organização**. São Paulo: Editora Makron Books, 2002.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GRACIOSO, Francisco. **Gestão estratégica orientado para o mercado**. 3ª ed. São Paulo: Editora Atlas, 1996.

HINDLE, Tim. **Tudo sobre administração**. São Paulo: Editora Nobel, 2002.

JÚNIOR, Aldery Silveira Guilherme. **Gestão estratégica como instrumento de mudança organizacional**. 2. ed. São Paulo: Editora Atlas, 1999.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. 2. ed. São Paulo: Editora Atlas, 1992.

LEVY, A. R. **Estratégia em ação**. São Paulo: Editora Atlas, 1986.

MARCONI, M. de A. LAKATOS, E. M; **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MATOS, F. G., CHIAVENATO, I. **Visão e ação estratégica**. São Paulo: Editora Makron Books, 1999.

MOTTA, P. R. Dimensões gerenciais do planejamento organizacional estratégico. *In*: VASCONCELLOS FILHO, P.; MACHADO, A. M. V. (Org.). **Gestão estratégica, formulação, implantação e controle**. Belo Horizonte: Editora Moderna, 1984, Capítulo 2, p.132-133.

SEBRAE. 2018. **O que são estratégias empresariais**. 2018, disponível em <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-sao-estrategias-empresariais,e4df6d461ed47510VgnVCM1000004c00210aRCRD> acesso em 29 dez. 2020.

SILVA, R. O. **Teorias da administração**. São Paulo: Editora Pioneira Thomsom Learning, 2001.