

RGE

Revista
de Gestão
e Estratégia

GUIA PARA A GESTÃO ESTRATÉGICA EM EMPRESAS

ISSN: 2674-6743

Vol. 1 | Nº. 1 | Ano 2019

**Dárcio Antonio Margobo
Junior**

*Faculdade de Tecnologia de Assis -
FATEC*

darcio_amj22@yahoo.com.br

RESUMO

O cenário atual do mercado é altamente competitivo e acirrado, obrigando quem nele atua a estar sempre preparado para garantir seu espaço e conseguir captar clientes e crescer. Porém, nada disso é possível sem uma gestão estratégica eficiente, que mobilize todos os recursos internos e externos da empresa, utilizando ferramentas e análises disponíveis para identificar suas fraquezas, forças, atuação do concorrente, entre outros. O objetivo do presente trabalho é proporcionar um guia que forneça informações e auxilie na gestão estratégica. As teorias foram abordadas de forma que os autores especialistas nos temas descritos ao longo dos capítulos consigam dar embasamento para a construção do guia, com os conceitos teóricos devidamente estruturados. O resultado foi de um material didático de apoio, com ferramentas que irão ajudar no conhecimento e na prática da gestão estratégica por qualquer pessoa interessada no assunto, podendo ser desde estudantes até variados gestores de empresa.

Palavras-chave: Gestão, Estratégia, Ferramentas.

ABSTRACT

The current scenario of the market is highly competitive and demanding, obliging those who work in it, always be prepared to guarantee its space and manage to attract customers and grow. This occurs when the products and / or services offered by the company, conquer customers and loyal customers, increasing their profit and conquering the market. However, none of this is possible, without efficient strategic management, that mobilizes all internal and external resources of the company, using the tools and analysis available, to identify its weaknesses, strengths, performance of the competitor, among others. The objective of the present work is to provide a guide that can supply information and help in the strategic management. The theories were approached in such a way that the authors of the themes described throughout the chapters, can provide a basis for the construction of the guide, with the theoretical concepts properly structured. The result was a didactic material of support, with tools that will help in the knowledge and practice of the strategic management by anyone interested in the subject, being from students to varied managers of company.

Keywords: Management, Strategy, Tools.

Correspondência/Contato

Faculdade de Tecnologia de Assis - FATEC

Av. Dom Antonio, 2100

CEP 19806-900

Fone (18) 3324-1607

rgecontato.fatecassis@fatec.sp.gov.br

<http://www.fatecassis.edu.br>

Editores responsáveis

Taciana Maria Lemes de Luccas

taciana.luccas@fatec.sp.gov.br

Rafael Oliva

rafael.oliva@fatec.sp.gov.br

1 INTRODUÇÃO

Em um cenário competitivo as empresas tendem a buscar vantagens perante seus concorrentes para conquistar, manter clientes e obter lucro. Entretanto, nem sempre é possível garantir uma vantagem competitiva sem uma gestão estratégica eficiente, que conduza e faça com que todos os processos dentro da empresa (operacionais, financeiros, gerenciais, etc.) sejam realizados com harmonia e eficácia. Uma forma inteligente e eficaz de auxiliar na gestão estratégica é a construção de guias, que facilitam a compreensão de como as ferramentas podem ajudar e instruir os gestores das pequenas empresas, que tem a necessidade de implantar um planejamento eficiente, mas não sabe por onde começar. O grande foco do presente trabalho é a elaboração de um guia estratégico que auxilie e norteie na implantação da gestão em sua empresa. Com o material em mãos ele poderá observar, de forma didática e bem explicada, servindo de base para iniciar o processo da gestão estratégica.

O objetivo geral do trabalho foi propor soluções para a implantação da gestão estratégica em empresas por meio de métodos e passos intuitivos, com modelo prático e funcional. Já o objetivo específico foi expor os conceitos de gestão estratégica, evidenciando a sua importância para uma empresa, seus benefícios (em curto e em longo prazo) e principais aplicações da teoria. O presente trabalho se justifica ao querer proporcionar uma alternativa para as empresas para a realização da gestão estratégica, auxiliando e informando quais caminhos seguir através de um guia de fácil compreensão.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico do trabalho pode ser exemplificado na figura 1, apresentada a seguir, na qual estão evidenciados os capítulos e as principais fontes para a elaboração dos mesmos. Em seguida, serão explicados e evidenciados os assuntos divididos:

Figura 1 – Referencial teórico e suas principais fontes.

Referencial Teórico	Principais Fontes
• Estrutura Organizacional	• Porter (2005)
• Tipos de Planejamento	• Chiavenato (2004)
• Ferramentas do Planejamento Estratégico	• Kotler (2000)
• Fatores críticos na Gestão Estratégica	• Ballou (1993)
	• Sertek et. al (2012)
	• Wright et. al (2015)

Fonte: MAGORBO JÚNIOR (2018)

Os capítulos, baseados em seu contexto principal, são detalhados da seguinte maneira:

- Estrutura Organizacional – Tipos de estrutura e definições;
- Tipos de Planejamento – Tipos, Abrangência, Atores;

-
- Ferramentas do Planejamento Estratégico – Missão, visão e valores, origens, aplicações, resultados, comparativo e indicação;
 - Principais ferramentas abordadas:
 - Análise 360°, SWOT, Forças de Porter, Matriz BCG;
 - Liderança – Estilos de liderança e sua influência;
 - Marketing – Plano de Marketing, Mix de Marketing (4Ps);
 - Logística – Conceitos, Custos e impactos.

Toda a teoria abordada serve de base essencial para a elaboração do guia, pois não há como elaborar um material de apoio sem evidenciar os principais teóricos do assunto, mantendo a credibilidade do trabalho e todo embasamento científico.

O título de cada seção e subseção deve ser escrito em negrito e itálico, centralizado, com fonte de tamanho 12, conforme modelo.

3 MÉTODOS E TÉCNICAS

Este trabalho foi realizado por meio de uma pesquisa exploratória–bibliográfica, que segundo Gil (2002), é um tipo de pesquisa que tem como finalidade explorar os conceitos e temas de um determinado assunto para um aprofundamento maior do que se pretende pesquisar. É bibliográfica, pois suas fontes de pesquisa são trabalhos já existentes, como livros, artigos, revistas, entre outros, com estudos e relatos de autores que já publicaram sobre determinado tema.

A pesquisa abordará alguns dos conceitos e ferramentas utilizados em uma gestão estratégica, que servirão de base para a construção do guia estratégico.

A proposta do guia é auxiliar as empresas a implementar a gestão estratégica em suas organizações, com um material em forma de “manual”, que contém os conceitos e exemplos, de forma simplificada e didática. Alguns passos, se utilizados, podem garantir a eficiência da gestão.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

O principal resultado obtido da coleta e análise das teorias abordadas, é o guia propriamente dito. Conforme mencionado na introdução, o objetivo era fornecer um material que auxiliasse o gestor a realizar uma gestão estratégica dentro da empresa. Uma vez que o guia tenha essa função, o leitor que fizer o uso do material poderá obter informações necessárias para conseguir implantar algumas ferramentas importantes na construção de uma gestão eficiente e eficaz. O que se espera é a compreensão dos assuntos abordados pelo guia para que ele realmente possa trazer resultados, já que a função principal é facilitar o entendimento e a implantação da gestão estratégica em uma empresa.

5 CONCLUSÃO

É de conhecimento geral que o processo de gerir uma empresa e praticar uma gestão estratégica eficiente não é nada simples, principalmente quando não há o conhecimento ou a informação necessária para a tarefa em questão.

Muitos podem ser os fatores que alavancam e proporcionam o estado estratégico atual de muitas empresas, tais como: herança cultural, sucessão familiar, despreparo técnico ou conceitual, falta de materiais de apoio acessíveis, insegurança, etc.

Porém, o objetivo do presente trabalho não foi o de investigar casos específicos ou explicar os fenômenos apresentados, mas elaborar um material que suprisse e desse apoio para que qualquer leitor, mesmo aquele que não estivesse familiarizado com assunto, ao menos conseguisse ter uma noção básica das ferramentas que auxiliam na gestão e sua usabilidade.

Afinal, não basta “jogar” uma ferramenta na mão de uma pessoa e não instruí-la de forma adequada e esperar que dê resultados. Não adianta “trocar seis por meia dúzia” ao produzir um material que fale o que tem que ser feito, mas não ensinar como.

Em contrapartida, tem que haver interesse do leitor em querer aprender e utilizar os conceitos expostos. É aí que voltamos à justificativa do trabalho, a qual propõe oferecer um material que consiga equilibrar a equação: fazer um guia bem detalhado e que consiga despertar o interesse do leitor. Quando o gestor consegue realizar uma gestão estratégica de alto nível, o mercado fica mais fácil de ser conquistado e a empresa passa a ser referência para todos os envolvidos.

6 REFERÊNCIAS

- BALLOU, Ronald. **Logística Empresarial**. São Paulo: Atlas, 1993.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Administração nos novos tempos**. 2º ed. – Rio de Janeiro: Elsevier. 2004.
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ºed. São Paulo: Atlas 2002.
- KOTLER, Philip. **Administração de Marketing: a edição do novo milênio**. São Paulo: Prentice Hall, 2000.
- PORTER, Michael. **Estratégia Competitiva**. Rio de Janeiro: Campus, 2005.
- SERTEK, Paulo; GUINDANI, Roberto Ari; MARTINS, Tomas Sparano. **Administração e planejamento estratégico**. Curitiba: Intersaberes, 2012.
- WRIGHT, Peter; KROLL, Mark J; PARNEEL, John. **Administração estratégica: Conceitos**. Tradução Celso A. Rinoli, Lenita R. Esteves – 1ed – 14 reimpressão. São Paulo: Atlas 2015.

Recebido em 17/12/2018.

Aprovado em 01/04/2019.