

A importância do planejamento estratégico para empresas

The importance of strategic planning for companies

La importancia de la planificación estratégica para las empresas

Recebido: 08/03/2022 | Revisado: 10/04/2022 | Aceito: 13/04/2022 | Publicado: 17/04/2022

Anna Beatriz de Abreu Maciel Ruas

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2285-8222>

Centro Universitário Carioca, Brasil

E-mail: beatrizamruas@gmail.com

Resumo

Este trabalho tem como proposta analisar a importância do planejamento estratégico para empresas, no alcance dos objetivos e metas dentro da organização e até nas tomadas de decisões, visando o sucesso da empresa. Com o mercado em permanente modificação, a empresa visando atingir seus objetivos e metas desenvolvidas, percebendo mudanças, direcionará suas estratégias. Neste contexto, vale ressaltar que o sucesso futuro de uma empresa, nos dias atuais, está intimamente ligado com o planejamento estratégico e o seu não desenvolvimento pode causar impactos decisivos para o insucesso.

Palavras-chave: Objetivos; Metas; Tomada de decisão; Planejamento estratégico.

Abstract

This work proposes to analyze the importance of strategic planning for companies, in achieving objectives and goals within the organization and even in decision-making, aiming at the success of the company. With the market in permanent change, the company, aiming to achieve its developed objectives and goals, perceiving changes, will direct its strategies. In this context, it is worth mentioning that the future success of a company, nowadays, is closely linked with strategic planning and its non-development can cause decisive impacts for failure.

Keywords: Objectives; Goals; Decision making; Strategic planning.

Resumen

Este trabajo propone analizar la importancia de la planificación estratégica para las empresas, en el logro de objetivos y metas dentro de la organización e incluso en la toma de decisiones, visando el éxito de la empresa. Con el mercado en permanente cambio, la empresa, buscando alcanzar los objetivos y metas desarrollados, percibiendo los cambios, encaminará sus estrategias. En este contexto, cabe mencionar que el éxito futuro de una empresa, en la actualidad, está íntimamente ligado a la planificación estratégica y su no desarrollo puede ocasionar impactos decisivos para el fracaso.

Palabras clave: Metas; Metas; Toma de decisiones; Planificación estratégica.

1. Introdução

O referido trabalho monográfico apresenta a importância do planejamento estratégico para empresas, uma vez que o mercado está em constantes mudanças e o administrador/empresário precisa ter em mente a tomada de decisão no cenário que estiver inserido para atingir o sucesso da empresa.

O tema escolhido deve-se ao fato de que muitas empresas ainda não possuem a prática de desenvolverem o seu planejamento estratégico, sofrendo impactos no alcance dos objetivos e metas com tomadas de decisões sem um norte estratégico definido inicialmente.

Metas e decisões que são tomadas sem orientação estratégica, por não serem analisados os pontos fortes e fracos da empresa, oferecem risco ao sucesso da empresa, o que pode ser evitado com o planejamento estratégico elaborado.

O trabalho tem como objetivo demonstrar que o Planejamento Estratégico visa identificar forças e fraquezas, detectando as oportunidades e ameaças que levarão a empresa a atingir seus resultados.

Diante deste contexto, o trabalho expõe os fatores que levarão ao sucesso da empresa entre eles: objetivo, metas e tomada decisão que podem ser definidos no planejamento estratégico.

2. Metodologia

De acordo com Fernandes e Berton (2005), os objetivos podem ser vistos como todos os resultados que a empresa deseja alcançar dentro de um determinado período de tempo.

Segundo Rodrigues et al (2009), os objetivos podem ser especificados quanto a natureza, forma e prazo. Ao que se refere à natureza, os objetivos podem ser gerais ou específicos, quanto à forma eles podem ser quantitativo ou qualitativo, e o prazo de curto ou longo tempo.

Para Costa (2007), metas e objetivos são parâmetros chaves para a empresa no desenvolvimento do planejamento, pois para ele, metas e objetivos propõem desafios ao planejamento estratégico.

Norton e Kaplan (1997) afirmam que as metas também devem ser ambiciosas e entendidas por todos da empresa, de forma a serem atingidas visando o sucesso da empresa.

Para Freitas e Kladis (1995), não tem como pensar em empresa sem considerar o aparecimento constante do processo decisório. Neste passo, a tomada de decisão está ligada ao ambiente que a empresa está inserida, pois numa sociedade em constantes modificações, devendo assim, a organização empresarial estar atenta dos pontos fortes e fracos.

Maximiano (2009) acredita que quanto maior for a base de informação, mais racional é o processo e quanto mais opiniões e sentimentos, mais intuitivo se torna. Para ele, tomadas de decisão servem para resolução do problema ou aproveitamento das oportunidades.

Segundo Robbis (2010), a tomada de decisão acontece em reação a um problema, este problema é identificado quando verifica que o estado presente não está de acordo com o que se deseja atingir. A percepção neste caso é fundamental, analisando o ambiente organizacional.

Em Caravantes Panno e Kloeckner (2005), tomada de decisão é a escolha da melhor alternativa, dentro de um conjunto abrangente de alternativas. Com mudanças constantes no ambiente empresarial, é importante avaliar todas as possibilidades que para atingir os resultados que a empresa espera.

Para Certo (2005) e Chiavenato (2010), a tomada de decisão é passível de erro, pois dependerá da percepção do tomador de decisão. A importância do reconhecimento de todos em relação onde a empresa quer chegar, diminui este risco, pois dentre as possibilidades de alternativas que o ambiente oferecer, o tomador de decisão irá escolher a melhor.

Para Batistella et al. (2020) compreender as razões que levam as organizações a utilizar determinados recursos de gestão, constitui-se em um tema importante, especialmente, porque serve para apoiar e orientar para decisões melhores.

Para Kotler (1992), planejamento estratégico é um processo de gestão que busca desenvolver e manter os objetivos e as oportunidades do mercado que estão sempre em modificação, este processo é importante para obter os resultados para que a empresa cresça.

Neste sentido, planejamento estratégico, para Drucker (2002), é capaz de prever o futuro, se este for contínuo, sistêmico e organizado.

Para Chiavenato (2003), o planejamento estratégico é o mais alto nível do planejamento, pois atinge toda empresa, projetado no longo prazo, visa atingir os objetivos no futuro.

Já Aaker (2008), o planejamento estratégico deve ser centrado para o meio que a empresa está inserida no mercado, observando clientes e concorrente. Avaliando seus pontos fortes e fracos para o direcionamento de atingir os resultados da empresa.

De acordo com Chiavenato e Sapiro (2009), planejamento estratégico é um processo contínuo nas empresas, com uma visão do futuro para tomada de decisões atuais que podem atingir os objetivos traçados, fazendo com que a empresa reavalie as suas atividades e acompanhe os resultados e confronto com o que se espera.

Conforme Almeida (2001), o planejamento estratégico é uma técnica administrativa, que tem como função, organizar as ideias das pessoas, assim criando uma visão que deverá seguir. Mostra de forma alinhada como deverá estruturar as ações, para que consigam alcançar os resultados. O planejamento estratégico serve como uma ferramenta para auxiliar sua a gestão.

Segundo Oliveira (2007), O planejamento estratégico é geralmente de responsabilidade dos níveis mais altos da empresa. É o processo administrativo que proporciona uma sustentação metodológica que estabelece a melhor direção a ser seguida pela empresa, visando ao otimizado grau de interação com o ambiente e agindo de forma inovadora e diferenciada.

Para Maximiano (2006), o processo de planejamento estratégico, compreende na tomada de decisão sobre qual o comportamento que a organização pretende seguir para o que pretende atingir.

Já Motta (1992), o planejamento estratégico é um processo de gestão concentrado em níveis mais elevados da organização, ou seja, não deve ser delegado à grupos de planejamento. São decisões tomadas à longo prazo e envolvem uma série de fatores que afetam diretamente o ambiente empresarial.

Segundo Trindade (2020), para se ter uma vantagem competitiva, as formulações estratégicas devem ser deliberadas e ajustadas rapidamente às mudanças do mercado, pois uma inovação por parte do concorrente pode afetar diretamente a competitividade da empresa.

3. Resultados e Discussão

3.1 Objetivos e metas

Neste sentido ao traçar objetivos e metas, deve levar em consideração critérios quantificáveis, portanto devem ser claros e atingíveis, dentro de um período determinado de tempo, que pode ser de longo ou curto prazo. Quanto maior forem os objetivos e metas, mais desafiador será o planejamento. Já para que o sucesso da empresa seja atingido é de suma importância que todas as pessoas sejam orientadas de forma clara quanto ao objetivo e meta deve ser alcançado.

3.2 Tomada de decisão

Sendo assim, a tomada de decisão consiste no processo decisório da melhor alternativa quando surge um problema ou para aproveitamento de oportunidades, com a sociedade em constantes mudanças, deve-se a empresa atenta aos seus pontos fortes e fracos identificar soluções para atingir os objetivos da organização, portanto é muito importante contar com muitas informações, pois facilitarão na avaliação de possibilidades que levarão ao resultado esperado, para isso o tomador de decisão precisa ter conhecimento onde a empresa quer chegar, diminuindo assim o risco da escolha errada.

3.3 Planejamento estratégico

Diante disso, o planejamento estratégico é uma ferramenta da administração que se sustenta em métodos para obtenção do sucesso da empresa, sendo bem elaborado visa a empresa atingir os objetivos e metas futuros, determinando antecipadamente a estrutura das ações e tomada de decisão, compreendendo o ambiente que a empresa está inserida, a alcançar os resultados ao longo prazo.

4. Conclusão

Diante dos apontamentos sobre o tema, entende-se que a manutenção e organização da empresa devem-se ao fato do planejamento estratégico. A empresa que tem seu planejamento estratégico é superior aquelas que não têm, pois com a percepção do futuro, com base nos objetivos, metas e tomada de decisão, a empresa acompanha os resultados e confronta com o esperado.

Por vivermos em uma sociedade em constantes mudanças, os gestores devem estar atentos a essas mudanças ao ponto de identificar em qual cenário a empresa está inserida, sua percepção é fundamental, pois diante de um conjunto de alternativas, o tomador de decisão deve escolher aquela que melhor busca atingir os resultados da empresa.

Neste sentido, o planejamento estratégico é um processo que deve envolver toda a empresa, com informação clara a todos da empresa em prol de atingir os objetivos propostos. Nas empresas onde não há o comprometimento de todos os níveis ocorrem conflitos entre as atividades operacionais, fazendo com que o desempenho da organização seja prejudicado.

Mediante as mudanças no ambiente empresarial, as empresas devem estar preparadas para enfrentá-las, daí a necessidade de realizar o planejamento estratégico que deve ser flexível às mudanças que ocorrem no ambiente empresarial, visando buscar as prioridades. Para que a implementação e a execução da estratégia ocorram é necessário que a organização esteja atenta ao que está ocorrendo, tanto no interno quanto no ambiente externo, antecipando às mudanças e coletando informações para a tomada de decisão.

Através do planejamento estratégico vai ser possível analisar o ambiente externo e interno conhecendo seus pontos fortes e fracos, as oportunidades e ameaças. A partir do planejamento estratégico vão ser traçados os objetivos e metas que tem como finalidade levar aonde a empresa quer chegar, já para tomada de decisão, um ambiente complexo e dinâmico vai dar as informações necessárias para a execução.

A partir do momento que a empresa concebe a relevância do planejamento estratégico adequando a fim de assumir uma boa gestão, os resultados tendem a ser mais eficientes atingindo o propósito da empresa

Vale ressaltar que o planejamento estratégico é uma etapa fundamental para a construção de uma empresa, pois avalia o contexto da empresa e estabelece os caminhos para o sucesso da empresa, proporcionando sustentação para dar a melhor direção a seguir.

A elaboração do Planejamento Estratégico é de grande importância para que a empresa reconheça os desafios do ambiente em que está inserida e os efeitos para o seu futuro de sucesso, lembrando sempre de identificar as oportunidades de negócio mais promissoras para a empresa.

Referências

- Aaker, D. A. *Administração estratégica de mercado*. Artmed, 2008.
- Almeida, M. I. R. de. *Manual de planejamento estratégico: desenvolvimento de um plano estratégico com a utilização de planilhas Excel*. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2001.
- Batistella, A. J., Zanin, A., Dal Magro, C. B. & Pinheiro, A. B. (2020) Influência de características organizacionais na aplicabilidade de práticas de controladoria. *Research, Society and Development*, 9(11), e 51491110199, <http://dx.doi.org/10.33448/rsd-v9i11.10199>
- Caravantes, G., Panno, C., Kloekner, M. *Administração: teorias e processo*. Pearson, 2005.
- Certo, S. C. *Tomada de decisões*. In: Certo, S. C. *Administração moderna*. (9a ed.), Pearson, 2005.
- Chiavenato, I. *Introdução à teoria geral da administração: uma visão abrangente da moderna administração das organizações*. (7a ed.), Elsevier, 2003
- Chiavenato, I., & Sapiro, A. *Planejamento Estratégico*. Elsevier, 2009.
- Costa, E. A. (2007). *Gestão estratégica, Da empresa que temos para a empresa que queremos*. (2a ed.), Saraiva
- Drucker, P. F. *A profissão de administrador*. Pioneira Thomson Learning, 2002.
- Fernandes, B. H. R., & Berton, L. H. *Administração Estratégica: da competência empreendedora à avaliação de desempenho*. Saraiva, 2005
- Freitas, H., & Kladis, C. M. *O processo decisório: modelos e dificuldades*. *Revista Decidir*. ano 2, n.08, mar. 1995.
- Kotler, P. *Administração de Marketing: Análise, Planejamento, Implementação e Controle*. (2a ed.), Atlas, 1992.
- Maximiano, A. C. A. *Introdução à Administração*. (6a ed.), Atlas, 2006.
- Maximiano, A. C. A. *Introdução à Administração*. Ed. Compacta. Atlas, 2009

- Motta, P. R. *Dimensões Gerenciais do Planejamento à Gestão Estratégica*. Caderno de Administração. Belo Horizonte. v. 1. 1992.
- Norton, D. P., & Kaplan. R. S., *A estratégia em ação, Balanced scorecard*. (26a ed.), Elsevier, 1997.
- Oliveira, D. de P. R. de. *Planejamento estratégico: conceitos, metodologias e práticas*. Atlas, 2004.
- Robbins, S., Judge, T., & Sobral, F. *Comportamento organizacional: teoria e prática no contexto brasileiro*. (14a ed.), Pearson, 2010.
- Rodrigues, M. R. A., Torres M. C. S., Filho J. M., & Lobato. D. M, *Estratégia de empresas*. (9a ed.), FGV, 2009.
- Trindade, D. P. *Planejamento estratégico: vantagem competitiva – como colocar em prática uma ideia ou um plano?* Laureate, 2020.