

Toda empresa possui os seus processos cruciais para funcionar. Normalmente são compostos por atividades de rotina, partes integrais da engrenagem da operação: rotinas financeiras, vendas, operacional, departamento pessoal, dentre outras.

O objetivo deste artigo não é questionar a relevância destes grupos de processos, – são essenciais, sem dúvidas – mas adicionar mais um componente, muitas vezes negligenciado, à discussão: a gestão estratégica.

Diferentemente dos outros grupos de processos, a gestão estratégica não possui atividades essencialmente urgentes. Em outras palavras, a empresa não vai morrer no curto prazo se não fizer suas rotinas estratégicas.

Mas ela estará deixando de encontrar caminhos para crescer. E isso, no longo prazo, significa morrer.

O que você vai encontrar neste artigo:

[A importância da Gestão Estratégica nas empresas](#)

[Análise de Mercado](#)

[Missão, Visão e Valores](#)

[Definição de Metas](#)

[Planos de Ação](#)

## A importância da Gestão Estratégica nas empresas

A gestão estratégica é a principal visão de médio a longo prazo das empresas. Sabemos que todas as áreas da empresa devem pensar no longo prazo.

O financeiro, por exemplo, quando sai do fluxo de caixa diário e começa a pensar em contas a pagar e receber, orçamento empresarial, planejamento financeiro em geral, está pensando no longo prazo.

O setor comercial, quando planeja seu pipeline de vendas está fazendo a mesma coisa. Mas o que é esse longo prazo que dita as regras? Crescer 10% no mês que vem é bom ou ruim?

Essa é a função da gestão estratégica nas empresas. Fornecer um norte: uma missão, um sonho e um conjunto de metas a perseguir e controlar.

Acredito que toda empresa passe por isso em algum momento. Começamos em um ciclo simples: vender, entregar para o cliente, controlar o financeiro, sobreviver.

Com o tempo, isso não é mais suficiente. A empresa não cresce olhando apenas para a operação. É preciso definir metas sérias e planos de ação para conquistá-las.

Hoje, falaremos mais sobre as fases da gestão estratégica. Acompanhe!

## Análise de Mercado

Antes de tentar fazer um planejamento estratégico formal, qualquer empresa deve ter conhecimento amplo de seu ambiente interno, mas sobretudo de seu ambiente externo: o mercado no qual ela está inserida.

Quais são as oportunidades e ameaças que podem afetar seus planos? Como os concorrentes estão posicionados diante disso? São perguntas que devem ser respondidas ao longo do processo de análise de mercado.

A principal e mais simples ferramenta para auxiliar na avaliação do ambiente interno e externo, considerando aspectos positivos e negativos é a Análise SWOT.

Ela consiste em levantar o máximo de forças e fraquezas (ambiente interno), além de oportunidades e ameaças (ambiente externo), para entender onde a empresa deve focar seus esforços.

A análise SWOT pode ser feita no Excel e consiste em um exercício realmente simples e muito útil para a gestão estratégica de uma empresa.

Outros métodos que podem ajudar são:

5 Forças de Porter – para mapear mercado e concorrentes

Diagnóstico Empresarial – para entender melhor as forças e fraquezas da empresa

## Missão, Visão e Valores

Após muita pesquisa e muito entendimento da posição atual da empresa em seu setor, é a hora de pensar grande. Como falamos anteriormente, uma empresa precisa de um norte ou, melhor dizendo, de fatores que representem diretrizes sólidas para ela.

O primeiro desses fatores é a **missão da empresa**. Ela é o propósito, a razão de existir da organização. Muitas empresas são iniciadas com um propósito. Outras vão descobrindo aos poucos. O certo é que, no longo prazo, apenas empresas ligadas a uma missão perduram e são capazes de fazer a diferença nas vidas de sua equipe e de seus clientes.

Eu costumo ligar a missão às histórias construídas. Por exemplo, dentre os seus clientes, quais construíram as melhores histórias com a sua empresa? Como você fez a diferença na

vida deles? Esse talvez seja o seu propósito.

O Google nasceu porque queria ajudar as pessoas a serem mais inteligentes. A Apple, mais criativas. A padaria do seu Manel pode estar fazendo a diferença na forma como as pessoas da comunidade dele se relacionam.

A **visão de uma empresa**, por outro lado é o sonho que ela está percorrendo. Não necessariamente é uma meta, um número, com um prazo definido. É algo mais aspiracional, que faça a equipe sonhar junto.

Pode ser atuar em todos os estados do Brasil ou ser uma agência premiada. Cada gestor saberá o que motiva a si e a sua equipe.

Por último, **uma empresa deve ter valores bem definidos** a serem exigidos de sua equipe e propagados para seus clientes. Esses valores devem estar relacionados ao seu propósito e a sua visão.

Muitas vezes, uma organização define valores como características e deixa por isso mesmo. Isso é um erro grave. Por exemplo, de nada adianta ter proatividade como um valor escrito no papel.

O que é esta proatividade tão valorizada dentro da empresa? Valores são ações e essas ações devem ser passadas para toda a equipe, além de premiadas e reconhecidas.

A missão, a visão e os valores devem ser definidos uma vez e, se possível, não devem ser mudados ao longo do tempo. A não ser que a empresa descubra novos rumos.

## Definição de Metas

A missão, a visão e os valores de uma empresa são os fatores que norteiam o mais longo prazo possível da gestão estratégica. Devem haver também fatores que norteiem a empresa em uma visão de menor prazo.

Diferentemente da missão, visão e valores, as **metas devem ser renovadas e controladas a cada ciclo**. O tamanho de um ciclo dependerá muito da operação da empresa.

Uma mineradora, por exemplo, pode definir ciclos de 10 anos para renovar suas metas. Uma startup pode renová-las trimestralmente. Não existe certo ou errado. Existe o que funciona melhor ou pior para você.

O importante é que as metas de uma empresa possuam um valor, uma unidade de medida, um prazo e um responsável.

Por exemplo, “faturar mais” não é uma meta. Mas, “crescer o faturamento em 10% até o fim do ano”, sob responsabilidade do diretor de marketing e vendas, pode ser considerado uma boa meta.

Após definir as metas globais da empresa, cada área ou departamento deve definir suas contribuições. Estas seriam metas próprias, sempre ligadas às metas da empresa como um todo.

As metas devem ser medidas, controladas e replanejadas, caso a empresa esteja fora do circuito para perseguí-las. Esse controle pode ser feito com uma planilha de planejamento estratégico.

## Planos de Ação

Para finalizar, metas sem uma estratégia para batê-las são apenas números que não dizem muita coisa. A gestão estratégica de uma empresa precisa criar planos para chegar no alvo desejado.

Para a elaboração de planos de ação, eu recomendo o uso do método 5W2H. É um método baseado nas iniciais de 7 perguntas em inglês:

What? – **O que** será feito?

Why? – **Por que** será feito?

Who? – **Quem** fará?

When? – **Quando** será feito?

Where? – **Onde** será feito?

How? – **Como** será feito?

How much? – **Quanto custará?**

Os planos devem ser caminhos para que as metas sejam batidas. Nenhuma empresa almeja crescer fazendo a mesma coisa sempre.

É claro que há uma parte do crescimento que pode ser orgânica, desde que o mercado esteja favorável, mas é necessário ter planos: contratações, investimentos em equipamentos, treinamentos. São esses projetos que devem estar contemplados nos planos de ação.

**Precisando planejar o resultado financeiro da sua empresa? Conheça nossas soluções!**

**Quero falar com um especialista!**