

Estratégia e planejamento

por Flávio Paim Rodrigues

Vivemos em um mercado altamente competitivo. Essa é uma afirmação que se pode fazer para qualquer tipo de negócio, em qualquer lugar do mundo. Além das mais variadas formas de concorrência, existem atualmente diversos tipos e comportamentos de consumidores, fazendo com que a simples identificação das necessidades desses compradores seja mais complexa do que antigamente. Não bastasse isso, vivemos em um país com elevada carga tributária e péssima infraestrutura, elevando os custos da maioria dos produtos e serviços ofertados ao mercado.

Diante de todas essas questões, pode-se pensar que gerenciar uma empresa nesse contexto é uma grande aventura. Para quem decide administrar um negócio apenas “apagando incêndios” sim, será uma grande aventura. Entretanto, para aqueles empresários que se dedicam a colocar em prática o pensamento e o planejamento estratégico, a perspectiva é bem diferente. A literatura corporativa nos demonstra em variados casos práticos que empresas que possuem Planejamento Estratégico faturam mais que as organizações que não adotam esse tipo de prática, além de possuir formas de ação diferente frente à situações complexas.

No contexto competitivo, a adoção de uma ou mais estratégias pode variar de propósito. Além de uma estratégia objetivada no futuro, a empresa pode muito bem escolher uma estratégia de manutenção de sua faixa de mercado ou do que foi conquistado. A organização também pode optar uma estratégia de posicionamento, de perspectiva ou até mesmo de truque. Dependendo da complexidade do mercado em que a companhia se insere, todas essas perspectivas são necessárias, nesse ponto é que se justifica a elaboração de um Planejamento Estratégico consistente.

Ao adotar um Planejamento Estratégico, a empresa consegue fixar a direção, garantir o foco, concentrar esforços, definir a organização, aproveitar oportunidades, defender-se contra riscos, favorecer a coerência e ainda definir as ações a serem tomadas. A estratégia pode variar significativamente de organização para organização, inclusive é natural que isso aconteça. Até porque se forem adotadas as mesmas estratégias por diferentes empresas não haverá nenhuma diferenciação e, conseqüentemente, nenhum ganho de mercado ou vantagem competitiva.

Um bom planejamento estratégico deve envolver toda a organização e deve ser consistente, aplicável e de acordo com o que a empresa e, especialmente, seus dirigentes pensam. Sua adoção permite à empresa e aos seus gestores uma melhor visão dos diferentes cenários e garante uma possibilidade maior de acerto perante às incertezas do mercado.