



**CENTRO UNIVERSITÁRIO VALE DO SALGADO – UNIVS
BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

TALICIA SILVA DE SOUSA

ESTRATÉGIA EMPRESARIAL E SUCESSO NAS ORGANIZAÇÕES

**ICÓ - CE
2021**

TALICIA SILVA DE SOUSA

ESTRATÉGIA EMPRESARIAL E SUCESSO NAS ORGANIZAÇÕES

Trabalho de Conclusão do Curso entregue ao Curso de Administração do Centro Universitário Vale do Salgado-UniVs, como requisito para obtenção do título de graduada em Administração, sob a orientação da professora Maria Eirilúcia Cruz Macedo.

TALICIA SILVA DE SOUSA

ESTRATÉGIA EMPRESARIAL E SUCESSO NAS ORGANIZAÇÕES

Trabalho de Conclusão do Curso entregue ao Curso de Administração do Centro Universitário Vale do Salgado – UniVS, como requisito para obtenção do título de graduada em Administração, sob a orientação da professora Maria Erilúcia Cruz Macêdo.

Aprovada em: ____/____/____.

BANCA AVALIADORA

Maria Erilúcia Cruz Macêdo
Orientadora

Prof^º. Me. José Evandro da Silva Figuerêdo
Avaliador 1

Prof^º. Hudson Josino Viana
Avaliador 2

DEDICATÓRIA

“Dedico este trabalho a minha mãe Vanusia e a minha avó, pelo apoio e incentivo na realização deste trabalho”.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, fonte da minha vida, inspiração e sabedoria. Até aqui o Senhor me sustentou e nunca me abandonou! Agradeço especialmente a minha mãe Vanusia e a minha avó Maria Nita que me incentivaram, me ajudaram muito e me forneceram os meios para estudar, pelo apoio dado ao longo da minha vida, pois sem elas não teria conseguido chegar até à universidade. Mesmo nos momentos mais difíceis vocês estiveram ao meu lado e sei que estarão sempre torcendo por mim! Amo demais vocês. Deixo aqui também meu agradecimento ao prof.me. Emmanuel Teixeira pela orientação, apoio e confiança. Agradeço a minha orientadora Eirilúcia Macêdo por aceitar o convite. Por todas as contribuições, por toda a paciência, correções, dúvida esclarecida.

Epígrafe

“Todos os problemas se tornam menores quando você os confronta ao invés de evita-los”.

William F. Halsey

ESTRATÉGIA EMPRESARIAL E SUCESSO NAS ORGANIZAÇÕES

Talicia Silva de Sousa

Maria Erilúcia Cruz Macêdo

RESUMO

Este trabalho expõe a importância da estratégia nas organizações empresariais, buscando investigar a relevância e as contribuições do planejamento preventivo para o sucesso no mercado de negócios. É uma ferramenta de auxílio para tomada de decisão nas organizações. Objetivou-se analisar a importância da estratégia empresarial nas organizações. Trata-se de um trabalho de revisão bibliográfica do tipo qualitativo de caráter descritivo. A busca dos artigos científicos foi realizada nas plataformas eletrônicas Biblioteca Virtual FGV (FGV SB) e UNESC. A busca foi feita a partir das seguintes palavras-chave: “evolução do mercado” “gestão empresarial” e “estratégia”. Para a análise dos trabalhos selecionados, foram dispostos e organizados em tabelas para melhor compreensão dos resultados encontrados na pesquisa. Portanto, é importante que as empresas tenham uma visão inovadora e que estejam sempre preparadas para as constantes mudanças ocorridas no mundo globalizado. Contudo, é visto que a falta de planejamento em uma empresa pode estar diretamente relacionada ao declínio e falência empresarial. Ou seja, é necessário que haja o planejamento acerca da implementação de estratégias empresariais bem antes da empresa se instituir, entrar em vigor e/ou sua existência física. Traçando assim, estratégias que tenham objetivos de crescimento e aprimoramento contínuo, no qual visem resultados a longo prazo.

Palavras-chave: Estratégia Organizacional, Planejamento Empresarial, Competividade Empresarial.

ABSTRACT

This one Work exposes the importance of strategy in business organizations, seeking to investigate the relevance and contributions of preventive planning for success in the business market. AND a tool in help for power plug decision in organizations. The objective was to analyze the importance of business strategy in organizations. This is a descriptive qualitative bibliographic review work. The search for scientific articles was carried out on the FGV Virtual Library (FGV SB) and UNESC electronic platforms. The search was made using the following keywords: “market evolution” “business management” and “strategy”. For the analysis of the selected works, they were arranged and organized in tables to better understand the results found in the research. Therefore, it is important that companies have an innovative vision and that they are always prepared for the constant changes that occur in the globalized world. However, it is seen that the lack of planning in a company can be directly related to business decline and bankruptcy. In other words, there must be planning about the implementation of business strategies well before the company is established, comes into force, and/or its physical existence. Thus, outlining strategies that have goals of continuous growth and improvement, which aim for long-term results.

Keywords: Organizational Strategy, Business Planning, Business Competitiveness.

1 INTRODUÇÃO

Atualmente, muito se tem discutido acerca do emprego das estratégias empresariais. Dessa forma, estratégia empresarial é o conjunto de planos relacionados e elencados pela empresa, para orientar os caminhos da organização, e trata-se de um fator essencial para qualquer organização, independentemente de seu porte e estrutura, principalmente no tempo atuais. Uma empresa precisa estar sempre a buscar inovações, estar atualizada, acompanhado as mudanças do mercado, tendo em vista que sua sobrevivência no mercado depende da capacidade de interação com ambiente de negócios em que opera. A permanente evolução dos mercados gera múltiplas oportunidades, porém ameaças potenciais também, diante disso, as empresas necessitam de planejamentos para reagir e procurar dar respostas imediatas a esses mercados, pois nesse “jogo”, os “jogadores” que forem menos rápidos e eficazes em adequar-se às tendências do ambiente, correm o sério risco de perderem a sua clientela, e em última análise, de sair do negócio.

Nesse contexto, é necessário encontrar um modelo que se adapte melhor à realidade da organização nos modelos de suporte às decisões estratégicas existentes, e conseqüentemente não se esquecer de que a escolha deve ser consistente com a missão e visão da organização. Desse modo, este é o principal norteador para que uma empresa que pretende ir em direção ao sucesso no mercado deve possuir. Com isso, informações incompletas ou processadas indevidamente pela empresa podem levar a restrições de uso ou privar os consumidores de todos os recursos que a estratégia visa fornecer.

Diante desse pressuposto, esta pesquisa baseia-se na necessidade de evidenciar a importância da implementação de ações voltadas para resultados na empresa, nesse sentido, utilizando o planejamento estratégico como ferramenta de gestão empresarial, este projeto de pesquisa atraz a importância deste elemento na gestão empresarial com base nesses elementos.

A metodologia traz análises e reflexões sobre as estratégias empresariais para a manutenção da vida das empresas. A realização deste trabalho foi de caráter, qualitativo e com levantamento bibliografia em livros.

Além de sua estratégia sobre o desenvolvimento da reflexão de decisões na organização, identificar modelos de suporte estratégicos existentes por meio de um modelo conheça a realidade de acordo com a missão e visão da organização.

O planejamento é um princípio que existe na situação digital. Uma empresa de sucesso só pode traçar um caminho de sucesso no mercado se seguir um plano bem elaborado e

detalhado, tendo espaço para poder ser ajustado durante o processo. Mas devemos nos atentar a uma questão, se o objetivo é que todos esses antecedentes nos levem a uma conclusão preliminar, a estratégia é uma ferramenta importante na vida da empresa e deve ser implementada para atingir a meta, avaliar os resultados e tomar decisões mais seguras.

Portanto, a pesquisa tem por objetivo, analisar a importância da estratégia empresarial nas organizações, determinar estratégia, determinar o processo de elaboração da estratégia nas organizações, identificar ações estratégicas para a contribuição na empresa por meio do estudo de estratégias empresariais, formular a elaboração de planos estratégicos para empresas, baseando-se na análise de estratégias constantemente utilizadas pelas mesmas, bem como buscar compreender a relação existente entre estratégia empresarial e organizacional, que proposta pelo gestor empresarial, permite que a empresa alcance seus objetivos e continue a se manter competitiva no mercado.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

De acordo com MILLS (1993 apud Oliveira 2006, P.196), "A estratégia de negócios determina os requisitos de habilidade da estrutura organizacional e, em seguida, estabelece uma estrutura de pessoas, sistemas, estilos de gestão e valores comuns. Claro, a estratégia não é o único fator que determina o sucesso ou o fracasso de uma empresa; as habilidades da sua alta administração e da sua Estratégia é igualmente importante." De acordo com a situação específica da empresa, combinada com a situação estratégica apresentada pela empresa, a estratégia pode ser formulada com foco na sobrevivência, crescimento ou desenvolvimento.

De acordo com esta definição, pode-se destacar a estratégia geral e básica de desenvolvimento da empresa, pois a empresa pode utilizar diversos métodos para garantir o sucesso da organização. Destarte, o objetivo da empresa é garantir o sucesso da empresa e aumentar a rentabilidade e o propósito. É importante ressaltar que a fundamentação teórica é a base teórica é uma revisão da pesquisa e discussão de outros autores sobre os temas que serão abordados em seus trabalhos.

Dessa maneira, a estratégia de negócios é o curso de ação que uma empresa realiza para garantir seus objetivos de desempenho, como a sobrevivência, a escala que pretende atingir, os concorrentes que deseja enfrentar ou a posição que pretende ocupar no mercado. Com isso, a estratégia da empresa está no planejamento estratégico, é um processo de gestão que permite aos executivos definir os rumos que a empresa deve seguir.

Diante disso, para otimizar o relacionamento entre a empresa e seus clientes até certo

ponto, segundo Oliveira aborda sobre uma frase de um autor desconhecido sobre o conceito de estratégia: “Quando a munição acaba, você continua atirando, para que o inimigo não descubra que a munição acabou. “O significado desta frase mostra a importância da estratégia, inclusive para a empresa”. Vale destacar que essa estratégia é uma ferramenta básica da empresa muito importante e, portanto, o ponto de partida para o sucesso na organização.

3 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

O planejamento estratégico é um processo administrativo que permite determinar o melhor rumo a ser seguido por uma empresa, visa aperfeiçoar o grau de interação com o meio ambiente e atuar de forma inovadora e diferenciada. O planejamento estratégico costuma ser de responsabilidade do mais alto nível da empresa, envolvendo o estabelecimento de metas e a escolha do plano de ação a ser seguido para atingi-las, levando em consideração as condições externas e internas da empresa e o desenvolvimento esperado. Conforme, Tavares (2000, p.146) pode-se dizer também que “planejamento é a medição do conhecimento e da ação com o apoio de recursos. Refere-se à estimativa do impacto futuro das ações realizadas atualmente”.

Neste artigo, a importância do planejamento para o sucesso empresarial é enfatizada, pois essa ferramenta se tornou uma ferramenta de extrema importância para as empresas, pois pode nortear as ações da organização nos ambientes interno e externo”. De acordo com Lacombe (2009, p.28) planejar é determinar a direção a ser seguida para alcançar os resultados desejados. É a determinação consciente de planos de ação, incluindo decisões baseadas em metas, fatos e estimativas do que acontecerá em cada alternativa disponível.

A vista disso, o planejamento no nível corporativo é chamado de planejamento estratégico; os gerentes, no nível institucional da empresa, então se concentram totalmente na tarefa principal da empresa, ou seja, enfrentando incertezas causadas por fatores incontroláveis e imprevisíveis no ambiente da missão da empresa e no ambiente sexual em geral.

Acresça-se a isso, o planejamento estratégico é de responsabilidade dos executivos de alto nível, que podem ser auxiliados por consultores; grandes organizações profissionais podem usar novas equipes de negócios ou departamentos para auxiliar os executivos; organizações participativas promovem seus funcionários a participarem deste processo em diferentes níveis. Uma série de análises e tomadas de decisão (MAXIMIANO, 2000, p.546).

3.1 PLANEJAMENTO TÁTICO

Segundo Oliveira (2009, p. 48), “O planejamento tático visa otimizar uma determinada área de resultado e não toda a empresa, portanto, aplica-se à decomposição de objetivos, estratégias e políticas estabelecidas no planejamento estratégico. O planejamento estratégico considerado como um todo é diferente. O planejamento tático foca nos objetivos de médio prazo e nas estratégias e ações que afetam apenas uma parte da empresa. Ou seja, o planejamento feito pela camada intermediária dentro da empresa tem como objetivo principal, de acordo com a estratégia que foi determinado, o mais eficaz a forma de usar os recursos disponíveis para executar metas previamente determinadas.

Para Frezatti (2009, p. 14), “O planejamento é quase uma necessidade interna, assim como a alimentação humana. Não comer significa fraqueza e o mesmo ocorre na organização, se o plano não o afetar no seu trabalho diário uma visão de longo prazo”.

Em face do exposto, o planejamento tático é a base para explicar o planejamento estratégico e o planejamento básico em nível departamental. No nível departamental, a produção passa a ser avaliada com base em seu método de planejamento, tecnologia utilizada e organização do processo produtivo.

3.2 PLANEJAMENTO OPERACIONAL

Em relação, o planejamento operacional pode ser visto como a formalização de métodos de desenvolvimento e implementação estabelecidos, principalmente por meio de documentos escritos. Portanto, neste caso, basicamente existe um plano de ação ou um plano de operação. (Oliveira, 2009, p. 49).

Segundo Maximiano (2009, p.160) “A determinação de metas é o foco prepare o ponto de partida para o plano operacional.”. A partir da identificação metas definidas por planos estratégicos e táticos podem guiar esforços operacionais de processos e atividades visando atingir resultados e metas conformidade com as macrodiretrizes da organização.

O planejamento decide com antecedência como fazê-lo e colocá-lo em prática, de forma a atingir o resultado esperado, e para tanto, é necessário utilizar recursos financeiros, técnicos e humanos para obter o resultado desejado, que é, o resultado final. Este tipo de planejamento envolve o nível organizacional básico, coordenando várias atividades por meio de tomadas de decisão. A figura 1 apresenta os planejamentos Estratégico, Tático e Organizacional:



Figura 1 – Níveis Estratégicos Organizacionais

Fonte: OLIVEIRA, 1994, p.43

Diante do relatado, o planejamento estratégico é um processo para determinar o que uma empresa pretende ser e qual a melhor estratégia para atingir esse objetivo. Com a constante mudança Organizações, elas precisam se renovar e sempre investir em planos qualidade, porque os clientes têm requisitos muito mais elevados de preço e qualidade.

4 FERRAMENTAS ESTRATÉGIAS

4.1 MISSÃO

Dentro da organização, a missão é o propósito da empresa, a visão de futuro esperada a ser alcançada em um determinado período de tempo, e envolve objetivos de negócios. Para Oliveira (1996, p. 71), a missão é determinar as principais razões para o planejamento estratégico. Ele contém informações como quem são seus clientes, quais são os valores importantes que eles possuem, os tipos de produtos ou serviços que a organização produz, tecnologias, ideias, objetivos e os objetivos da empresa autoconhecimento.

Com isso, a missão da empresa é definir a estratégia que a empresa pretende executar. A missão costuma estar intimamente relacionada à causa o empresário decidiu abrir seu negócio. E em relação, a tarefa deve se adaptar ao ambiente em que está inserida, ser capaz de ajustar e atualizar de acordo com a situação, ficar irritado devido a mudanças políticas, culturais ou econômicas. É possível através dela fornece suporte para refletir as ações atuais da empresa no futuro campo visual. Esta é a razão pela qual uma organização existe, é por isso que foi criada. Na prática, o propósito de sua existência é dar à equipe um significado real no seu trabalho diário e orientar.

4.2 VISÃO

Diante do exposto, uma visão estratégica clara mostra a definição do futuro de longo prazo, é caracterizada por objetivos ambiciosos e pode ser usada como um guia para o estabelecimento de metas e a implementação da missão da organização.

Com isso, a visão estratégica da organização deve descrever claramente seus objetivos e projetos dentro de um determinado prazo. Segundo Chiavenato (2004, p.66), “A visão é a imagem da organização de si mesma e de seu futuro”. Com isso, a visão estratégica fornece um bom delineamento para o planejamento estratégico e implementação da empresa e representa os objetivos futuros da empresa. Mostra onde a empresa quer chegar e traz seus objetivos de longo prazo. É também um guia para suas ações e aspirações para o futuro. Motiva funcionários e lideranças a irem mais longe e ajudar a empresa a alcançar grandes conquistas, deve ser uma meta prática.

4.3 VALORES

No que se refere os valores, esta associado ao propósito da empresa no comportamento, atitude e tomada de decisão. Esses são os princípios que norteiam todos os colaboradores da organização. Portanto, representam a crença da empresa de que, quando os funcionários têm os mesmos valores, os benefícios para ambas as partes são ilimitados. As pessoas são o ativo mais importante, caso contrário o cliente sempre terá razão. Eles são os valores definidos por uma organização são frequentemente os líderes acreditam ou valorizam seu dia a dia. Os valores organizacionais são derivados de certas suposições que levam a forte tendência das pessoas de cumprir os regulamentos como política principal Consistência é a direção, integridade e autodisciplina entre as pessoas.

Segundo Chiavenato (2010, p.65), os valores que norteiam uma organização e seus membros são a cultura organizacional, que é um importante papel dos líderes na criação e organização. Representam as crenças e comportamentos em que a organização acredita, defende, promove e valores, bem como suas motivações e o que faz.

5 METODOLOGIA

Trata-se de um trabalho de revisão bibliográfica do tipo qualitativo de caráter descritivo, onde, traz análises e reflexões sobre as estratégias empresariais para a manutenção da vida das empresas. A revisão bibliográfica não se resume somente nas técnicas que devem ser executadas pelos pesquisadores durante suas buscas em obras já estudadas, este tipo de pesquisa necessariamente deve conter significados que irão assessorar com o progresso do estudo, logo, entende-se que a pesquisa bibliográfica busca solucionar a hipótese por meio dos referenciais teóricos (SOUSA, OLIVEIRA, ALVES. 2021).

No que tange, o estudo descritivo, o autor Triviños (1987) afirma que o estudo descritivo tem como pretensão descrever com exatidão os fatos e fenômenos que fazem parte de uma realidade e também procura desvendar a relação existente entre os eventos que estão ligados com as situações que englobam o estudo descritivo.

E em relação ao estudo qualitativo têm-se várias possibilidades de como e onde pode-se utilizá-lo, isto é, levando em consideração que a abordagem qualitativa não apresenta uma proposta rigidamente estruturada, permitindo assim, que o investigador utilize de sua criatividade para explorar diferentes panoramas (MINAYO 2018).

A seleção dos artigos científicos foi realizada através de publicações que cumprissem o objetivo proposto através deste trabalho. A busca dos artigos científicos foi realizada através de livros. A busca foi feita a partir das seguintes palavras-chave: “evolução do mercado” “gestão empresarial” “estratégia”. Para os critérios de inclusão estabelecidos foram: trabalhos escritos em português; publicação dos últimos 6 anos; textos completos e disponíveis em português. Após a leitura integral dos artigos, trabalhos foram selecionados para compor os resultados e discussão, pois percebeu-se que estes abordavam a temática que foi disposta a ser abordada nesse trabalho.

Para a análise dos trabalhos selecionados, foram dispostos e organizados em tabelas para melhor compreensão dos resultados encontrados na pesquisa, onde, esta organização consegue dar ênfase à abordagem escolhida para este trabalho, conseguindo assim, maior objetividade para propor uma solução perante o problema que foi apontado pelo pesquisador.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através desse estudo foi possível identificar os modelos de apoio às estratégias existentes, no qual se pode adaptar melhor como ferramenta de gestão estratégica. A partir do estudo realizado observaram-se as necessidades das organizações estarem à frente da competitividade e com isso dar continuidade no crescimento da organização, no entanto, nota-se que é necessário o planejamento adequado para se alcançar uma estratégia que verdadeiramente reúna os resultados esperados.

Dessa forma, observa-se que o planejamento aumenta as chances de manter a organização no topo da “briga” no mercado, visando novos horizontes, comparando-se com a situação atual, formulando planos e projetos, apresentando as necessidades e incentivando a organização a atingir os objetivos desejados. O planejamento deve ser voltado para a obtenção de resultados significativos, sendo desenvolvido de forma flexível, o que a permite redefinir-se conforme a sua necessidade, visando priorizar os setores mais produtivos e fortalecendo os setores iniciais, buscando assim o melhor aproveitamento dos recursos por meio de monitoramento e medição. A medição mostra os resultados obtidos pela equipe, mantendo contato direto com a motivação e o desenvolvimento profissional.

Foi notado que as estratégias permitem que as organizações consigam se manter no mercado empresarial com mais força e, conseqüentemente, obter uma maior competitividade. È um processo de gestão no qual vai direciona a organização. Os líderes competidores devem sempre buscar o aprimoramento de suas habilidades técnicas e científicas, especializando suas equipes para garantir em conjunto uma melhoria na qualidade do serviço e no avanço tecnológico.

Portanto, é importante que as empresas tenham uma visão inovadora e que estejam sempre preparadas para as constantes mudanças ocorridas no mundo globalizado. Contudo, é visto que a falta de planejamento em uma empresa pode estar diretamente relacionada ao declínio e falência empresarial. Ou seja, é necessário que haja o planejamento acerca da implementação de estratégias empresariais bem antes da empresa se instituir, entrar em vigor e/ou sua existência física. Traçando assim estratégias que tenham objetivos de crescimento e aprimoramento contínuo, no qual visem resultados em longo prazo.

REFERÊNCIAS

MAXIMIANO, A.C.A. **Introdução à administração** 5ª ed. rev. E amp. São Paulo: atlas, 2000.

Oliveira, Djalma de Pinho Rebouças de. **Planejamento estratégico: conceitos, metodologia e prática**. 22. Ed. São Paulo, 2006.

TAVARES, mauro calixta. **Gestão estratégica**. São Paulo: Atlas, 2000.

LACOMBE, FRANCISCO. **Teoria geral da administração**. Saraiva, 2009.

MAXIMIANO, antonio cesar Amaru. **Introdução à Administração**. 7.ed. São Paulo; atlas, 2000.

OLIVEIRA D. P. R. **Planejamento estratégico**. 26ª ed, São Paulo: Atlas, 2009

FREZATTI, fabio. **Orçamento empresarial: planejamento e controle gerencial**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MAXIMIANO, Antonio Cesar A. **Introdução à Administração** .7. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

Oliveira, Djalma de Pinho Rebouças de. **Planejamento estratégico: conceitos, metodologias e práticas**. 10. Ed. São Paulo: Atlas, 1996.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas e o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004 – 2ª ed.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

MINAYO, M. C. S. (Org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis: Vozes, 2018.

SOUSA, A. S.; OLIVEIRA, S. O.; ALVES, L H. a pesquisa bibliográfica: princípios e fundamentos. Cadernos da Fucamp, v.20, n.43, p.64-83/2021.

TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. Três enfoques na pesquisa em ciências sociais: o positivismo, a fenomenologia e o marxismo. In: ____. Introdução à pesquisa em ciências sociais. São Paulo: Atlas, 1987.