

## VANTAGENS COMPETITIVAS DO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO PARA UMA PEQUENA EMPRESA

**Lucas Rodrigues Alves**

Graduando em Administração,  
Faculdades Integradas de Três Lagoas – FITL/AEMS

**Luis Alexandre de Oliveira**

Esp. em Gestão Empresarial e Recursos Humanos – FITL/AEMS;  
Esp. em Docência Profissional – SENAC;  
Docente das Faculdades Integradas de Três Lagoas – FITL/AEMS

### RESUMO

O planejamento estratégico pode ser descrito como um ciclo contínuo dentro das organizações que planejam alcançar as metas desejadas, executando as de maneira eficiente, através do mínimo necessário. É baseado em uma pesquisa de futuros cenários e elaboração de estratégias para os mesmos, visando concentrar o foco no objetivo de tornar consistente a visão da organização. Este artigo apresenta uma pesquisa que tem a função de informar sobre o planejamento estratégico que uma empresa pequena necessita para elaborar, implantar e praticar para seu desenvolvimento. Foi realizada a pesquisa bibliográfica para busca de informações e suporte na elaboração deste artigo. O planejamento corretamente preparado, implementado e praticado pelos administradores exerce a função de reforçar as organizações, para futuras dificuldades que possam vir a acontecer, fazendo com que estas por sua vez alcancem os seus objetivos definidos.

**PALAVRAS-CHAVE:** empresa, planejamento, estratégia, competitividade.

### 1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho salienta a importância do conhecimento sobre planejamento estratégia como uma ferramenta administrativa dando foco ao uso da sua vantagem competitiva no mercado, pois a maioria das pequenas empresas não possui ou não fazem uso do planejamento estratégico antes de colocar em prática suas metas e seus objetivos, sendo que os fatores externos são a base para as primeiras referências da montagem do planejamento para o desenvolvimento de um empreendimento.

Há necessidade da prática nas decisões dos processos organizacionais entre as pequenas empresas. Dado que cada a cada dia o mercado se torna mais competitivo e agressivo para os pequenos empreendimentos, de tal forma o planejamento é ferramenta mais eficiente e decisiva para se destacar competitivamente. Identificando a importância dos fatores externos para que as pequenas empresas alcançassem competitividade no mercado, entendendo o

assunto de como montar executar um planejamento estratégico, para que desta forma seja possível entender quais são os fatores que influenciam, as empresas obterem vantagens no mercado. O planejamento estratégico é definido como um processo desenvolvido para alcançar os objetivos da empresa

Neste sentido, este artigo justifica-se para avaliar a importância de sua vantagem dentro de uma pequena empresa, visando comprovar e salientando os aspectos centrais, especificamente apontando tais resultados quando aplicados em uma pequena empresa.

Planejar é de vital importância, pois agrega consideravelmente para o sucesso de um negócio e de tal maneira atual com algum controle sobre acontecimentos futuros. O planejamento em sua maioria se destaca para o fato de melhoria no setor de produtividade da organização, na qualidade e nos resultados financeiros.

## **2 OBJETIVOS**

O objetivo do artigo é descrever a importância do planejamento estratégico para uma pequena empresa, informando sobre o conhecimento necessário para administrar as empresas ao aperfeiçoamento de seus processos de planejamento e da gestão.

## **3 MATERIAL E METODOS**

O presente artigo foi realizado através de levantamento bibliográfico, e estudos realizados para formação do conhecimento deste assunto, provenientes de sites didáticos, artigos e teses.

## **4 PLANEJAMENTO E ESTRATEGIA**

A tarefa de definir “planejamento” como apenas um conceito único seria considerado uma grande feito. A construção deste artigo é baseada em publicações de grandes autores que se aprofundaram no tema de planejamento estratégico. Os autores aqui citados, afirmam que planejamento não é um processo o qual pode ser aplicado como um projeto e esperar frutos, eles defendem que o planejamento é um

processo contínuo, tendo como fator o principal o ato de imaginar o futuro, que não depende da vontade específica dos administradores. Para tal este ato busca se basear em ações no presente momentos que irão desencadear em futuras consequências. Drucker (1962, p. 131) mostrar que “o planejamento não diz respeito a decisões futuras, mas às implicações futuras de decisões presentes”. Drucker também indaga a ideia de que o planejamento não é um acontecimento solitário, que não se conecta como tudo acontece a sua volta.

O planejamento não considero uma ferramenta da administração moderna, ele surgiu em um era passada distante, como exemplo a Arte da Guerra que foi escrita por Sun Tzu cerca de 500 anos antes de Cristo, Conforme Sun Tzu (2001), possui a personalidade de bom para todos os que o cercam, não é sinônimo de possuir postura liberal e desatenciosa, a disciplina deve sempre ser mantida e exercida, ser rígido e ético igualmente ser bom e tratar todos como se fossem próximos, se recebem ordens totalmente claras e não conseguem cumprir, então é necessário ter vigor, e corrigir os culpados. Não corrigir, planejando alcançar a disciplina de outros indivíduos é um erro e como consequência, terá mal desenvolvimento da sua liderança, assim eram desenvolvidos conceitos muitos semelhantes aos que hoje cientificamente são conhecidos como planejamento, produção, liderança e logística.

#### **4.1 Estratégia**

Considerando a estratégia como uma rota a percorrer visando o futuro, então a construção e um plano de ação para isto que possibilite criar uma posição destaque e de valor para empresa. Ela deve ter embasamento em tudo aquilo que possa vim a acontecer no futuro em relação a todo percurso traçado. Para isso deve ser utilizado do conhecimento já adquirido anteriormente, projetando assim suas futuras ações. Mintzberg (2004, p. 34) cita: “As estratégias se referem às coisas importantes, as táticas, a simples detalhes”

A estratégia constitui uma ferramenta que sendo utilizada de forma assertiva, oferece aos administradores, uma ampliação visual de suas oportunidades nas tomadas de decisões perante a iminência de mudanças constantes que ocorrem de entorno da organização. É definida como um plano gerencial, indicando os melhores caminhos para estabelecer uma posição da organização gerida no mercado econômico e ajudá-los na tomada das melhores decisões decorrentes das

oportunidades com maior índice de sucesso, alavancando assim a empresa para os objetivos almejados em seu plano, captando as melhores chances de crescimento, promovendo o empenho para o enriquecimento e fortalecendo contra as futuras ameaças externas, seguindo a missão e em outras palavras, é uma caminho para onde a organização deve almejar.

O planejamento estratégico pode deve ser utilizado como uma ferramenta administrativa para a análise do ambiente organizacional. Esta ferramenta propicia a visão sobre as oportunidades e forças, ameaças e fraquezas para que se possa dar cumprimento ao estabelecido na missão. A partir disso, a empresa tem condições de estabelecer a direção a ser seguida, aproveitando as oportunidades existentes e trabalhando para evitar riscos (OLIVEIRA, 2002).

Para Chiavenato (1987, p. 445), “estratégia é a mobilização de todos os recursos da empresa no âmbito global visando atingir objetivos em longo prazo”. Com a definição dos recursos, os administradores procuram avaliar constantemente as alterações dos cenários econômicos que acontece em torno de sua organização, localizando desta forma, fatores muitas vezes negativos sobre os quais deverão se concentrar as novas medidas para ênfase da organização.

As organizações devem ter o objetivo de lidar com acontecimentos futuros, devem compreender fatos ocorridos no passado, pois somente a partir de estudos dos padrões acontecidos anteriormente é que serão eficazes em determinar suas capacidades de mudanças e seu potencial para desenvolvimento. De tal forma, o desenvolvimento do planejamento estratégico envolve uma criteriosa análise dos acontecimentos passados, da presente situação e um deslumbramento do possível futuro da organização (MINTZBERG, 1994).

Oliveira (1991, p. 32-33) define como uma estratégia “[...] O processo gerencial que possibilita ao executivo estabelecer o rumo a ser seguido pela empresa, com vistas a obter um nível de otimização na relação da empresa com seu ambiente”. Considera-se o planejamento estratégico como uma ferramenta de gestão que busca auxiliar as empresas estabelecendo valores a serem praticados para a construção de uma visão do futuro, orientando as decisões que ocorrem diariamente, caminhando na direção pretendida. Entretanto, Mintzberg (1994) também enfatizou a falta de comprometimento dos gestores como a principal característica de “falha” na utilização da ferramenta do planejamento estratégico.

Devido ao quanto deve ser vital a abrangência e importância do uso do planejamento, dentro do ambiente organizacional, este por sua vez deve ser guiado de forma que consolide, localizando os detalhes e as adversidades do cotidiano da sua organização ao invés de fazer uso da ferramenta apenas para situações específicas ou acontecimentos isolados. Assim, a privação de preparo para os membros da organização era um dos maiores motivos que acarretaram no desuso do planejamento estratégico inicialmente. Outro motivo é o alcance que o termo planejamento possui, sendo utilizado de uma forma inoportuna como para aplicação de uma ação que não possui ligação correlação ao planejamento estratégico, ao invés de possuir a compreensão de gestão administrativa que a ferramenta agrega (MINTZBERG, 1994).

Abordando em uma edição, mais atual Sun Tzu (2006, p. 17):

Aqueles que dominam os verdadeiros princípios da arte militar não atacam duas vezes. Tudo termina já na primeira campanha. Não consomem suprimentos em vão, durante anos consecutivos. Fazem com que suas tropas subsistam às expensas do inimigo e poupam ao Estado os imensos gastos em que este incorre quando tem que transportar provisões para lugares distantes.

Sendo uns dos princípios do planejamento evitar danos futuros, com um bom planejamento para tomada de decisão. Nota-se que mesmo que até para princípios militares a ferramenta do planejamento estratégico possui um grande valor.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio desta pesquisa observa-se que o planejamento não possui o poder de controlar o futuro e também não atua como uma bola de cristal mostrando informações do futuro apenas por possui-la, mas é uma ferramenta que identifica, compreende e isola as ações que poderá influenciar no futuro.

O objetivo de um planejamento eficiente é providenciar os meios para que os propósitos e metas sejam alcançados, por sua vez resultando em uma maior vantagem competitiva, pois se em seu ambiente interno esta preparado para transtorno futuros e melhorias presentes baseada em acontecimentos passados com certeza, esta estará apta para enfrentar o ambiente externo explorando suas oportunidades e combatendo suas ameaças, definido um caminho em longo prazo.

Associado a estes fatores vemos que o planejamento estratégico contribui para um melhor desempenho dos administradores em seus papéis, fortalecendo o trabalho em equipe, gerando crescimentos na capacidade da organização, através de centralização de esforços para conquista de objetivos comuns.

No planejamento a metodologia aplicada deve ser flexível e vista como uma ótima ferramenta para a melhoria das organizações, pois ela gerar meios úteis e aplicáveis para a obtenção dos objetivos e suas respectivas finalidades, sendo assim realizando o planejamento para o momento presente, uma organização já possui grande vantagem econômica comparando uma organização que possui e outra que não, se esta organização que o possui aplicar através de uma estratégia própria o resultado será ainda mais benéfico, isto é, uma análise de como esta organização precisa estar operando hoje e o planejamento para momentos futuros com base em uma visão do futuro. E mais significativa ainda, uma estratégia focando em como chegar ao seu objetivo final. De tal modo, o planejamento não pode simples ser apenas criado, ele deve ser aplicado, executado e corrigido.

## REFERÊNCIAS

CHIAVENATO, I. Teoria Geral da Administração. 3ª ed, São Paulo: McGraw-Hill, Ltda, 1987.

DRUCKER, P. F. Prática de administração de empresas. Rio de Janeiro. Fundo de Cultura, 1962.

MINTZBERG, H. Rethinking Strategic Planning Part I: Pitfalls and Fallacies. Long Range Planning, v. 27, n. 3, p. 12-21, 1994.

MINTZBERG, H. AHLSTRAND. Ascensão e queda do planejamento estratégico. Porto Alegre, Bookman, 2004.

OLIVEIRA, D. de P. R. de. O executivo estadista: uma abordagem evolutiva para o executivo estrategista e empreendedor, com depoimentos de executivos, 1 ed., São Paulo: Atlas, 1991.

OLIVEIRA, D. de P. R. de. Planejamento Estratégico: conceitos, metodologia e práticas. 18. ed. São Paulo: Atlas 2002.

SUN TZU, A. Arte da Guerra, 10 ed. Rio de Janeiro: Record, 2001.

SUN TZU, A. Arte da Guerra, v. 207. Rio Grande do sul: L&PM, 2006.