



GESTÃO ESTRATÉGICA: O GUIA COMPLETO PARA MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

egestor 

SUMÁRIO

Introdução	3
Definição das estratégias.....	6
Direcione as estratégias.....	12
Hora de executar e monitorar.....	16
Avalie sua estratégia e revise sempre.....	19
Conclusão.....	22
Sobre a Zipline.....	25





INTRODUÇÃO





O termo empresa, embora seja majoritariamente entendido como a repartição onde uma atividade comercial é desenvolvida, também possui outra conotação: a de atividade organizada para a produção ou o fornecimento de bens ou serviços. E esse sentido não é à toa. A atividade empresarial deve estruturar-se em critérios racionais e ser exercida com profissionalismo e seriedade. Apenas assim os objetivos e metas do empreendedor podem ser concretizados, e o sucesso atingido.

Todos os anos, milhares de novas empresas surgem no Brasil. Elas são formadas, na maioria das vezes, por propósitos audazes e uma boa dose de coragem daqueles que empregam seu patrimônio para o desenvolvimento de uma iniciativa de risco, que visa ao lucro, mas que, caso não trabalhada de maneira correta, pode não triunfar.

As **micro e pequenas empresas** são a maioria das organizações do país, e respondem por parcela significativa do postos de trabalho formais, empregando milhões de pessoas e rendendo parte considerável dos impostos arrecadados.

Contudo, para que possam prosperar, é preciso mais que um sonho audaz dos seus idealizadores. É necessário programar-se, firmar bases sólidas e desenvolver aquilo que os estudiosos da administração chamam de gestão estratégica.

Sim, é preciso desenvolver mecanismos que as diferencie da concorrência, e que lhes dê mais chances de sobreviver num cenário econômico marcado pela intensa instabilidade e desafios.

Se você é empreendedor e deseja conhecer um pouco mais sobre o que significa a gestão estratégica para micro e pequenas empresas, então continue lendo este e-book. Ele foi feito pensando em você e, principalmente, no sucesso do seu negócio. Confira!

A group of four business professionals are gathered around a table in a meeting. A man with glasses and a beard is pointing at a laptop screen. A woman is looking at the screen. Another man is leaning over the table, looking at the laptop. A fourth man is in the foreground, looking at the laptop. The image has a red overlay. A white text box is in the center.

DEFINIÇÃO DAS ESTRATÉGIAS





Se procuramos no dicionário o significado da palavra estratégia, veremos que se trata de um plano, método, tática ou manobra utilizada para atingir um objetivo ou um resultado específico.

Aplicando essa definição ao cenário empresarial, principalmente ao panorama das micro e pequenas empresas brasileiras, concluiremos que aqui, o sentido não é diferente. Como já afirmado, todos os anos milhares de novos negócios surgem no país, e essa crescente competitividade reclama dos gestores uma postura mais proativa e inovadora, que busque métodos eficazes para se destacar da concorrência e tornar-se uma referência no segmento em que atua.

É a partir dessa necessidade que a gestão estratégica ganha forma, pois é indispensável ao êxito de qualquer negócio. Sem a avaliação das potencialidades e deficiências ínsitas ao empreendimento, a atividade se torna desprovida de sentido, e ganha inegáveis contornos de amadorismo, distanciando-se do propósito maior do empreendedor, que é conseguir expandir a empresa e aumentar seus lucros.

A gestão estratégica, embora não seja sinônimo de planejamento estratégico, não sobrevive sem ele. Poderíamos afirmar que ela engloba o planejamento estratégico e dele depende para que tenha êxito.

Sem delimitar objetivos claros e refletir sobre as melhores formas de concretizá-los, não se chega a lugar algum. Passemos, então, a falar sobre ele.

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

O planejamento estratégico, como já ressaltado, consiste na elaboração de ações visando a um fim específico. A atividade empreendedora é caracterizada por sua organização e complexidade, e para ter sucesso, é indispensável que a empresa seja bem administrada, com o desenvolvimento de ações racionais e focadas em atingir as metas do negócio. Ações desconectadas ou sem um propósito bem delimitado não surtirão qualquer efeito a longo prazo.

Um planejamento estratégico, para ser eficaz, depende de quatro fatores: definição dos objetivos, estabelecimento das estratégias para alcançá-los, apuração dos resultados das ações praticadas e da forma de correção de eventuais desvios. Vejamos no que consistem:

DEFINIÇÃO DO OBJETIVO

O primeiro passo para ter sucesso em algo é refletir de forma específica sobre o que se deseja alcançar. Ter clareza e precisão na hora de estabelecer as metas e objetivos do negócio é fundamental para ter êxito. As metas também são essenciais para um bom planejamento estratégico, mas é preciso que elas sejam possíveis, factíveis.

Um bom exemplo seria estabelecer uma meta de crescimento anual, um prognóstico de aumento de vendas, a conquista de determinados mercados consumidores, e assim por diante.

ESTRATÉGIAS PARA ALCANÇÁ-LO

Aqui é a cereja do bolo, a parte central do planejamento estratégico. Nessa fase, o empreendedor vai estipular os caminhos que vai utilizar para concretizar as metas que fixou.

A essa altura, será preciso avaliar o mercado consumidor, as ofertas da concorrência, as necessidades e desejos dos clientes, etc. Essas informações serão fundamentais para a tomada de decisões e para o estabelecimento dos rumos do negócio.

Nessa fase, o empreendedor deve proceder à chamada “Análise SWOT”. O termo vem do inglês e consiste na verificação de dados importantes que caracterizam a empresa, tanto do ponto de vista interno (forças e fraquezas), quanto do seu prisma externo (oportunidades e ameaças do mercado).



Em termos simples significa verificar quatro fatores: as vantagens internas que a organização possui em relação a seus concorrentes (como, por exemplo, a qualidade dos seus produtos e serviços), as suas debilidades (tais como custos elevados para a produção, imagem arranhada, marca pouco conhecida), as oportunidades ou vantagens competitivas (mudanças no padrão de consumo dos clientes, nicho pouco explorado, etc.), e as possíveis ameaças existentes no mercado (novos competidores, evasão de talentos para a concorrência, etc.).

VERIFICAÇÃO DE RESULTADOS

Após a fixação das metas e a delimitação e concretização das estratégias eleitas, é o momento de analisar a eficácia das ações empreendidas e a sua contribuição para o sucesso do negócio. Essa etapa será uma espécie de termômetro que indicará o quão acertadas – ou não – as estratégias são, e indicará os caminhos a seguir.

CORREÇÃO DE FALHAS

O planejamento estratégico também não pode desconsiderar a necessidade de corrigir eventuais falhas e de reconduzir as ações para que tenham êxito. Essa fase dependerá da anterior. Apenas com a identificação das falhas verificadas é possível estabelecer qual a melhor maneira de vencê-las.



DIRECIONE AS ESTRATÉGIAS





Bem, já falamos da importância de estabelecer estratégias para concretizar os objetivos desejados pela organização, mas há outro ponto muito importante sobre esse assunto: o direcionamento delas. Mas para que isso seja possível, o micro e pequeno empresário devem seguir alguns passos. Vamos a eles.

DEFINIÇÃO DO OBJETIVO CENTRAL DO NEGÓCIO

Quando se abre uma empresa, independentemente do seu porte ou segmento, é preciso definir o objetivo central, a atividade principal dessa empresa, aquilo que será o seu forte, o objeto de maior dedicação de tempo e recursos. Assim, por exemplo, quando se abre um laticínio e visa-se comercializar queijos e leite, a venda de manteiga seria um diferencial, ou atividade satelitária desse negócio, sem intenção de auferir o mesmo lucro que com os demais produtos. O objetivo central do negócio, então, seria a venda de queijo e leite.

Essa noção é importante porque vai orientar a aplicação de recursos e a eleição das prioridades da empresa (área de maior contratação de mão de obra, aquisição de tecnologia, realização de investimentos, e assim por diante).

DEFINIÇÃO DA MISSÃO DA EMPRESA

Nessa fase do direcionamento da estratégia também estão inseridas a definição da missão da empresa, que comporá o propósito para o qual aquele empreendimento foi idealizado. A missão é fundamental para inspirar os colaboradores e os próprios clientes, angariando não apenas consumidores, mas verdadeiros seguidores dos produtos ou serviços oferecidos.

ESTABELECIMENTO DE VALORES

Os valores pelos quais se pauta também é uma das estratégias das empresas para atingir mercados e auferir crescimento e rentabilidade. Eles embasarão a cultura organizacional, e são responsáveis por conferir identidade à organização. Com eles, os consumidores também poderão se identificar, e isso vai gerar mais firmeza e solidez para o empreendimento.





HORA DE EXECUTAR E MONITORAR





Uma gestão empresarial verdadeiramente estratégica não pode descuidar dessa fase: execução e monitoramento dos resultados do planejamento realizado. Como já tivemos a oportunidade de apontar, a simples prática de ações desintegradas de um objetivo, ou desconectadas entre si, não têm aptidão de gerar resultados duradouros, e não compõem, portanto, uma estratégia de crescimento eficaz.

Mas para que as ações planejadas possam ser bem executadas, é fundamental que todos os setores participem e compartilhem dos mesmos ideais. As pessoas são a verdadeira força motriz das empresas, e sem elas não haveria que se falar em organização. O êxito do planejamento estratégico também dependerá dos colaboradores.

Por isso, é preciso que o planejamento estratégico também contenha ações para a conquista e fidelização do seu público interno, como a concessão de benefícios empresariais e recompensas pelo atingimento das metas.

Após fazê-lo, é hora de adotar a rotina de fazer um acompanhamento periódico do desempenho da equipe, através do feedback do desempenho, acompanhamento da produtividade e checando se os resultados estão sendo alcançados, e quais as causas de eventual insucesso de alguma etapa.

Desse modo, adotando-se a verificação contínua da eficácia do planejamento realizado, será possível corrigir as falhas e redirecionar o negócio para o caminho do sucesso.



AVALIE SUA ESTRATÉGIA E REVISE SEMPRE





Nesta etapa é importante fazer uma ressalva. O planejamento estratégico de uma empresa não deve ser estático. Pelo contrário. Ele só pode ser concebido como algo verdadeiramente tático se contemplar técnicas de redirecionamento das ações empreendidas, sempre que verificado o insucesso de qualquer medida adotada, ou quando se vislumbra que outra conduta traria resultados melhores.

Assim, é imprescindível revisar a sua estratégia constantemente, sempre em busca do aperfeiçoamento das ações empreendidas e da maior precisão no atingimento dos resultados visados. A economia é dinâmica.

Os desejos e necessidades dos consumidores também são. Eles mudam constantemente, e na mesma velocidade outros empreendimentos também são lançados no país, sejam do mesmo porte da sua empresa ou não.

Portanto, não se pode ingenuamente supor que uma estratégia será ideal para todo o sempre, mas que ela deve ser adaptada às novas demandas e reclames da sociedade de consumo, buscando manter a sua empresa competitiva e firme no mercado.

Avaliar as estratégias adotadas e a postura da sua equipe de colaboradores é sempre necessário para assegurar a excelência dos produtos e serviços, e o renome da empresa. Se constados problemas, o feedback deve ser usado como uma forma de informar os colaboradores da situação enfrentada e de apontar as melhores saídas. O importante é nunca perder de vista que os sonhos, para serem concretizados, demandam ações práticas, certeiras e corajosas.



CONCLUSÃO





Como vimos, muitas empresas são criadas anualmente, mas muito poucas conseguem manter-se firmes num cenário econômico de grandes instabilidades e desafios. Isso decorre da falta de preparo e do amadorismo que caracteriza grande parte dos empreendedores brasileiros. Empresa é atividade organizada e complexa. Por isso, para ter êxito nesse ramo, é preciso esforço e profissionalismo, acreditar nas oportunidades que surgem e transformar panoramas pouco favoráveis em grandes chances de crescimento.

No planejamento estratégico, os objetivos seriam uma espécie de bússola, que indica ao empreendedor o caminho que seguirá. Mas se estes objetivos não forem acompanhados de boa dose de técnica e profissionalismo, jamais se tornarão reais. Por isso, são tão importantes as ações práticas. Porém, essas ações têm que conter um diferencial.

Se o empreendedor fizer apenas o mesmo que seus concorrentes, o negócio não vai crescer – e pode não dar certo. O segredo está, então, na perseverança e no trabalho diário. O esforço será grande, mas as lutas são sempre proporcionais ao tamanho da vitória.



A ZIPLINE é uma companhia que traz soluções em internet com foco em sistemas online para micro e pequenas empresas. Ela está no mercado há alguns anos, desde 2001.

A eGestor é um software completo para a gestão eficiente das micro e pequenas empresas. Ele possui atendimento 100% online e foi completamente reestruturado e configurado em um novo padrão, com um sistema bem intuitivo e com maior usabilidade.

Ele é um sistema totalmente online, que dispensa instalação e que funciona diretamente no seu navegador de internet ou outro sistema operacional. Também funciona em smarthphones e tablets, basta que tenham acesso à internet.

A Zipline está sempre atenta aos principais anseios e necessidades do seu mercado consumidor e por isso busca, constantemente, aperfeiçoar os seus serviços e o seu padrão de responsabilidade e apreço pelo consumidor.