

Administração Estratégica

 Cursos Livres



Definição e Importância da Administração Estratégica

O que é Administração Estratégica?

A Administração Estratégica pode ser definida como o conjunto integrado de ações e decisões, tomadas por gestores e líderes de uma organização, que têm por objetivo posicionar a empresa de forma competitiva em seu mercado, levando em consideração suas forças, fraquezas, oportunidades e ameaças. Esse processo envolve não apenas o planejamento de estratégias, mas também a implementação e avaliação destas para garantir que a organização alcance seus objetivos de longo prazo.

A base da Administração Estratégica repousa sobre a compreensão do ambiente externo, das capacidades internas da organização e da maneira como as decisões tomadas podem influenciar os resultados futuros. Além disso, ela demanda uma visão holística da empresa, ou seja, é necessário observar a organização como um todo, considerando todos os seus departamentos e funções e como eles se interrelacionam.

Por que a estratégia é importante para as empresas?

1. Vantagem Competitiva: No ambiente empresarial contemporâneo, caracterizado por rápidas mudanças, intensa concorrência e globalização, ter uma estratégia bem definida pode ser o diferencial entre uma empresa que lidera o mercado e uma que luta para sobreviver. Estratégias eficazes ajudam as empresas a criar e sustentar vantagens competitivas frente aos concorrentes.

2. Direção e Foco: Uma estratégia clara oferece um senso de direção para a organização. Ela fornece um roteiro para todos os colaboradores, garantindo que todos estejam alinhados e movendo-se para alcançar os objetivos comuns da empresa.

3. Otimização de Recursos: As empresas possuem recursos limitados, sejam eles financeiros, humanos ou materiais. A estratégia ajuda a direcionar esses recursos para áreas e projetos que proporcionam o maior retorno, minimizando desperdícios e otimizando resultados.

4. Antecipação e Preparação: A Administração Estratégica envolve a análise contínua do ambiente externo. Isso permite que as empresas antecipem tendências, mudanças no mercado ou na legislação e, conseqüentemente, preparem-se para tais desafios, evitando surpresas desagradáveis.

5. Inovação e Crescimento: Estratégias bem formuladas fomentam a inovação, permitindo que as empresas identifiquem novas oportunidades de mercado, desenvolvam novos produtos ou serviços e entrem em novos segmentos ou regiões.



A Administração Estratégica não é apenas sobre planejamento, mas sobre entender, adaptar e prosperar em um mundo em constante evolução. Através de uma abordagem estratégica, as empresas podem navegar com sucesso pelas águas muitas vezes turbulentas do ambiente empresarial, garantindo sua sustentabilidade e crescimento no longo prazo.

Componentes da Estratégia:

Missão, Visão, Valores e Objetivos Estratégicos

Missão, Visão e Valores: Estes são os pilares fundamentais que definem a identidade de uma organização, fornecendo uma clareza sobre o propósito, a direção futura e os princípios que a guiam.

1. Missão: É a razão de ser de uma organização. Define claramente o propósito central da empresa, respondendo à pergunta: "Por que existimos?". A missão ajuda a orientar as ações diárias da organização e a fundamentar suas decisões, garantindo que todas as atividades se alinhem ao seu propósito central.

2. Visão: Representa o que a organização aspira tornar-se no futuro. É uma imagem clara e inspiradora do que a empresa deseja alcançar a longo prazo, fornecendo uma direção estratégica e motivando os membros da organização a trabalharem para atingir esse ideal.

3. Valores: São os princípios fundamentais que orientam o comportamento da organização. Os valores refletem as crenças centrais da empresa e estabelecem as normas culturais que determinam como os membros da organização se comportarão e tomarão decisões.

Objetivos Estratégicos: Estes são os alvos específicos, mensuráveis e alcançáveis que uma organização se propõe a atingir dentro de um período de tempo determinado, em sua jornada para realizar sua visão.

1. Clareza e Especificidade: Os objetivos estratégicos devem ser claros e específicos, eliminando ambiguidades. Isso garante que todos na organização compreendam o que precisa ser alcançado.

2. Mensurabilidade: Cada objetivo deve ser quantificável. Isso permite que a organização monitore seu progresso em relação ao objetivo e faça ajustes conforme necessário.

3. Relevância: Os objetivos estratégicos devem ser relevantes para a direção que a organização deseja tomar. Eles devem estar alinhados com a missão e visão da empresa.

4. Desafiadores, mas Alcançáveis: Embora os objetivos estratégicos devam desafiar a organização a se esforçar e melhorar, eles também devem ser realistas, levando em consideração os recursos e as capacidades da empresa.

Os componentes da estratégia são essenciais para dar forma à trajetória de uma organização. A missão, visão e valores estabelecem a identidade da empresa e fornecem direção, enquanto os objetivos estratégicos delineiam os passos concretos que a organização tomará para realizar sua visão. Juntos, estes componentes garantem que a estratégia seja focada, orientada para a ação e alinhada ao propósito central da empresa.

Níveis da Estratégia:

Corporativa, de Negócios e Funcional

Dentro do universo organizacional, a estratégia não é uma única entidade monolítica; ela se desdobra em diferentes níveis, cada um com seu foco, alcance e objetivos. Esta segmentação permite que empresas complexas, muitas vezes com múltiplas linhas de negócio e operações em diferentes regiões ou setores, naveguem eficientemente em direção aos seus objetivos globais. Vamos explorar os três níveis primários da estratégia: corporativa, de negócios e funcional.

1. Estratégia Corporativa

A Estratégia Corporativa define o escopo e a direção geral da empresa como um todo. Ela responde às perguntas:

"Em quais negócios devemos atuar?"

"Como podemos agregar valor aos nossos diferentes negócios?"

"Deveríamos diversificar nossas operações ou concentrarmos em áreas específicas?"

Aqui, os líderes organizacionais tomam decisões sobre aquisições, fusões, parcerias, investimentos em novos mercados ou desinvestimentos em áreas que não são mais consideradas centrais para o core business da empresa.

2. Estratégia de Negócios

Enquanto a estratégia corporativa se concentra no 'onde' jogar, a Estratégia de Negócios ou Estratégia Competitiva se aprofunda no 'como' ganhar no mercado escolhido. Ela é aplicada ao nível das unidades de negócios individuais e foca em:

Como a empresa pode competir eficazmente em seus mercados específicos?

Qual posição a empresa deve adotar em relação aos concorrentes?

Como a empresa pode alcançar e manter uma vantagem competitiva?

Modelos como as Estratégias Genéricas de Porter (Liderança de Custo, Diferenciação e Enfoque) são frequentemente utilizados neste nível para definir abordagens competitivas.

3. Estratégia Funcional

A Estratégia Funcional desce ainda mais no detalhe, focando nas operações específicas dentro de uma unidade de negócios. Ela se refere à forma como diferentes funções da empresa (como marketing, finanças, produção, recursos humanos) apoiam a estratégia de negócios. Questões típicas a serem respondidas neste nível incluem:

"Como o departamento de marketing pode promover nosso produto de forma mais eficaz?"

"Como a produção pode otimizar processos para suportar nossa vantagem de custo?"

"Que tecnologias a área de TI deve adotar para apoiar nossos objetivos de negócios?"

Os níveis da estratégia permitem que as empresas articulem e implementem sua visão de forma holística, desde decisões de alto nível sobre a direção geral da empresa até detalhes específicos sobre operações do dia-a-dia. Esta abordagem estratificada garante alinhamento, coordenação e eficiência em todos os níveis da organização.