

ESTRATÉGIA ORGANIZACIONAL GERANDO COMPETITIVIDADE: uma revisão bibliográfica

Título da Sessão Temática: *Estratégia Organizacional*

Evento: VII Encontro de Iniciação Científica

Autores: Dulcinda Silva Carneiro

Estefany Barros Silva

Francisca Vanessa Silva de Andrade

Rayane Medeiros de Melo

RESUMO

Desenvolver uma estratégia competitiva é a maneira que as empresas utilizam para estabelecer as regras com a concorrência assim como as metas para sua sustentabilidade. Para ser competitiva, é importante que a organização identifique o seu negócio e tenha objetivos e metas claras que lhe permitam administrar seus recursos eficientemente e direcioná-los para o fim estabelecido. Esse trabalho bibliográfico tem como objetivo analisar a importância da estratégia organizacional para a competitividade e crescimento das empresas. O estudo baseou-se em artigos publicados sobre o tema, para buscar subsídios para essa análise. Realizou-se, portanto, uma pesquisa bibliográfica e uma análise conceitual de diversos autores e verificou-se que, o planejamento e a estratégia são fundamentais para a sobrevivência e competitividade das organizações, pois estas tentam prever situações indesejadas com antecedência e como resultado evitar uma grande quantidade de imprevistos.

PALAVRAS CHAVES: Estratégia organizacional, Competitividade, Metas, Políticas

INTRODUÇÃO

Neste estudo, são expostos diversos aspectos que possibilitam o entendimento do conceito e da utilização das estratégias organizacionais, criando assim através delas a competitividade.

De acordo com Oliveira (2014, p.3) “O conceito básico de estratégia está correlacionado à ligação da empresa ao seu ambiente, o qual é externo e está fora do seu controle; e, nessa situação, a empresa procura definir e operacionalizar estratégias que maximizem os resultados da interação estabelecida”. Portanto, a utilização da estratégia organizacional representa um grande passo na busca de competitividade.

Para ser competitiva, é importante que a organização identifique o seu negócio e tenha objetivos claros que lhe permitam administrar seus recursos eficientemente e direcioná-los para o fim estabelecido. Portanto as ações de uma estratégia organizacional representam um grande passo na busca da competitividade, tanto no curto quanto no longo prazo, é essencial que a organização lide estrategicamente.

Diante do exposto, o objetivo do trabalho bibliográfico é analisar a importância da estratégia organizacional para a competitividade e crescimento das empresas, em artigos científicos disponíveis no Google Acadêmico, Revistas Científicas e bases de dados, que tratam desse tema.

METODOLOGIA

Esta pesquisa caracteriza-se como revisão de literatura, com abordagem descritiva, sobre estratégias organizacionais que geram competitividade, portanto é uma pesquisa bibliográfica. A pesquisa bibliográfica, segundo Gil (2008) é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos.

Nesse trabalho, foi analisada a relação entre os conceitos abordados de estratégias organizacionais e competitividade encontrado em artigos, livros e revistas científicas. O estudo foi desenvolvido com base na busca de assuntos que tratassem da importância das estratégias organizacionais e seus efeitos benéficos para as organizações. Foram utilizados conceitos sobre o tema em questão em livros, Google Acadêmico e Scielo, durante o período de setembro de 2019. Os artigos encontrados datam de 1989, 1992, 2004, 2008, 2009 e 2014, o que permite uma visão evolutiva dos temas pesquisados. O Quadro 1 mostra a lista de autores e livros que foram consultados.

Quadro 1: Autores e temas consultados

Autores	Livros/Revistas consultados	Tema consultado
ALBUQUERQUE, Lindolfo G.	Revista de Administração , São Paulo, v.27, n.4, p.16-29, out./de. 1992.	Conceito de desenvolvimento de Estratégia Competitiva
CHIAVENATO, Idalberto, 1929	Planejamento estratégico . Rio de Janeiro: Elsevier, 2009. p.4 p.5	Definição de Estratégia.

DEGEN, P. J. ; MELLO, A. A. A.	O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial. São Paulo: McGraw-Hill, 1989. p. 106-107	Conceito de Competitividade como Vantagem.
OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças.	Estratégia empresarial & vantagem competitiva: como estabelecer, implementar e avaliar – 9. Ed. São Paulo: Atlas, 2014. p.3.	Conceito de Estratégia.
PORTER, Michael E.	Estratégia competitiva; Técnicas para análise de indústrias e da concorrência: Rio de Janeiro: Elsevier, 2004. p. 23.	Estratégia Competitiva para alcançar metas
THOMPSON , Artur A. , 1940	Administração Estratégica – São Paulo: MCGraw-Hill, 2008. p.2.	Estratégia e como crescimento organizacional

Fonte: Elaborado pelas autoras, 2019.

Os temas consultados envolvem utilizações de formulação de estratégias como forma de atingir metas, desenvolvimento, competitividade e crescimento organizacional nas empresas.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A estratégia visa o crescimento organizacional e tem como base um conjunto de ações. Portanto, esse plano de ação define a estratégia que será implementada na empresa. De acordo com Thompson, Arthur A. (1940, p.2) Estratégia é o plano de ação administrativo para conduzir as operações da empresa. Sua elaboração representa um compromisso para adotar um conjunto específico de ações por parte dos gerentes visando o crescimento da empresa.

Segundo Chiavenato (2009, p. 4), “A estratégia é basicamente um curso de ação e escolhido pela organização a partir da premissa de que uma futura e diferente posição poderá oferecer ganhos e vantagens em relação à situação presente”. Ou seja, a estratégia busca uma direção onde a organização visa um futuro próspero de ganhos e vantagens, é uma reflexão de seus resultados, onde se pensa para depois agir, assim, aumentando sua competitividade no cenário atual de empresas.

O conhecimento e a análise adequada de qual estratégia deve-se implementar é um fator essencial para auxiliar a empresa na tomada de decisões estratégicas e influência diretamente se a empresa terá ou não competitividade diante do mercado e como a mesma

poderá se posicionar diante das oportunidades percebidas. Competitividade é a chave do sucesso. As estratégias visam estabelecer uma boa posição quando se refere a competitividade, pois toda empresa visa a prosperidade e o destaque no mercado e a durabilidade da organização está ligada a sua capacidade de competir no mercado. Afirma Degen (1989, p.106-107) considera que “Competitividade é a base do sucesso ou fracasso de um negócio onde há livre concorrência. Aqueles com boa competitividade prosperam e se destacam dos seus concorrentes, independente do seu potencial de lucro e crescimento”.

Segundo Porter (2004, p.23) “O desenvolvimento da estratégia competitiva é, em essência, o desenvolvimento de uma fórmula ampla para o modo como uma empresa competirá, quais deveriam ser as suas metas e quais as políticas necessárias para levar-se a cabo essas metas.” A partir do pensamento do autor, as forças competitivas formam a estratégia, uma estratégia competitiva é o modo que a empresa compete no mercado, portanto a estratégia competitiva pode se referenciar a posição que a organização ocupa no mercado e é de suma importância para a longevidade da organização.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No ambiente de incerteza e em constantes mudanças dos dias atuais, as empresas precisam desenvolver estratégias que as façam se sobressair no mercado. Essas estratégias geram a competitividade que é a base do sucesso. Para ser competitiva é importante que a empresa tenha objetivos claros, portanto a estratégia competitiva se refere a uma boa posição concorrencial, ações de uma estratégia organizacional representam um grande passo na busca da competitividade

As estratégias organizacionais e as definições de estratégias coesas e dentro da realidade da organização são essenciais e de suma importância para a obtenção de sucesso e para gerar competitividade e, conseqüentemente uma forte posição concorrencial.

Em resumo, a estratégia organizacional proporciona melhores resultados á medidas que a organização aprende através dela gerar a competitividade com seu plano de ação, e assim alcançar resultados desejáveis.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, Lindolfo G. o **Revista de Administração**, São Paulo, v.27, n.4, p.16-29,

out./de. 1992.

CHIAVENATO, Idalberto, 1929 – **Planejamento estratégico**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.
p.4 p.5

DEGEN, P. J. ; MELLO, A. A. A. **O empreendedor**: fundamentos da iniciativa empresarial.
São Paulo: McGraw-Hill, 1989. p. 106-107

GIL, Antonio Carlos, **Métodos e técnicas em pesquisa social**, 6. Ed., São Paulo: Editora
Atlas, 2008.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças. **Estratégia empresarial & vantagem competitiva**:
como estabelecer, implementar e avaliar – 9. Ed. São Paulo: Atlas, 2014. p.3.

PORTER, Michael E. **Estratégia competitiva**; Técnicas para análise de indústrias e da
concorrência: Rio de Janeiro: Elsevier, 2004. p. 23.

THOMPSON , Artur A. , 1940 – **Administração Estratégica** – São Paulo: MCGraw-Hill,
2008. p.2.