

# A Importância da Visão Estratégica

por Jeronimo Mendes em QualidadeBrasil.com.br



Pensar de maneira estratégica é a coisa mais difícil do mundo, principalmente, para quem não é dono da empresa tampouco diretor ou gerente. Em geral, os valores pessoais dos empregados têm pouco a ver com os valores escolhidos pela organização.

De fato, são poucas as empresas levam a sério a questão do plano estratégico. Somente as empresas mais consolidadas, de médio e grande porte, adotam a ferramenta como um orientador. Na maioria das vezes, elas concentram a energia nos objetivos financeiros e se esquecem das pessoas embora se refiram a elas como talentos, o seu maior ativo.

Em geral, as que adotam, o fazem por modismo, pecam na falta de disseminação dos resultados do planejamento e, acima de tudo, ignoram o plano de ação. Nenhum plano estratégico sobrevive à falta de plano de ação.

Por experiência, posso dizer que a maioria das pessoas não se empolga com as diretrizes organizacionais. Visão, missão, valores e políticas não cabem nas mentes essencialmente operacionais, pois, de certa forma, mexem com a zona de conforto e exigem mudança de modelo mental. Uma coisa é ser o dono, outra coisa é ser um empregado comprometido com os interesses do dono.

Por essa razão, a maioria conspira, reclama da empresa e considera tudo isso uma grande bobagem, afinal, boa parte delas pessoas está no cargo, mas não está na empresa, razão pela qual o compromisso com os resultados também é mínimo.

Quando eu pergunto para as pessoas se elas conhecem a visão, a missão e os valores da empresa, menos de 10% dizem que sim. Por que razão isso acontece? Algumas prováveis respostas: a empresa não é delas; os valores não batem; elas não participaram do evento de elaboração do plano estratégico; a empresa tem por que faz parte do método; não houve disseminação etc.

Tudo isso serve apenas para consolidar as fontes de complacência na organização e a questão ainda é crucial para muitas empresas: quem não sabe para onde vai, qualquer lugar

serve. Quanto mais a empresa é favorecida pelas circunstâncias econômicas, mais ela ignora isso.

Quem não pensa de maneira estratégica nunca será capaz de conceber e gerir negócios por conta própria. Isso requer lidar com variáveis que vão além do conhecimento técnico e das habilidades gerenciais. Tem a ver com a emoção, o sonho, o idealismo, o sentido de contribuição e a vontade de querer fazer as coisas da melhor maneira possível.

No papel de empreendedor, não há como não pensar no futuro do seu negócio, o que, por sua vez, exige pensamento estratégico. Seus empregados nunca farão esse papel por você se não forem estimulados a comprar parte do seu sonho, afinal, eles tem sonhos próprios.

Por essa razão, eles ainda são empregados e não empreendedores. Parece duro, mas é difícil mobilizar as pessoas para se apaixonarem por algo que não saiu da cabeça delas. Se o seu sonho não contribui para a realização do sonho dos empregados, fica quase impossível mobilizá-los. A maioria não tem sonho algum, apenas sobrevive do sonho alheio.

Tudo isso importa em parte. O que importa de fato é a sua determinação em fazer do seu negócio uma referência e a sua capacidade de mobilizar ou substituir rapidamente aqueles que não contribuem para o desenvolvimento do seu negócio.

De acordo com Peter Drucker, empreendedores bem-sucedidos, seja qual for a sua motivação pessoal – poder, fama, dinheiro, curiosidade ou desejo de reconhecimento -, tentam criar valor e fazer uma contribuição efetiva para a sociedade.

A única maneira de fazer isso é pensar de maneira estratégica e sonhar aquilo que todo mundo sonha, mas não tem coragem de realizar, afinal, mudar, gerar negócios, criar empregos e prosperar requer muito mais do que correr atrás de salário, benefícios, status e crachá.

Pense nisso e empreenda mais e melhor!