**RESENHA DOS ARTIGOS:**

* A Eficiência Empresarial (1963) de Peter F. Drucker;
* Objetivo Estratégico (1989) de Gary Hamel C.K. Prahald.

DRUCKER, Peter F. **A Eficiência Empresarial**. Publicado originalmente pela Harvard Business Reviex; 1963. Acesso pelo SGA em: 18 fev. 2017.

PRAHALD, Gary Hamel C.K. **Objetivo Estratégico**. Publicado originalmente pela Harvard Business; 1989. Acesso pelo SGA em: 20 fev. 2.

Taylon Róger Souza Santos\*

Os dois artigos tratam da importância de uma boa gerencia para o desenvolvimento empresarial. O artigo A Eficiência Empresarial da ênfase nas ações dos gerentes das empresas, já o artigo Objetivo Estratégico foca na importância da estratégia para a empresa adquirir seu objetivo.

Peter Drucker começa seu artigo relatando qual é o papel do gerente em uma empresa, segundo ele um gerente deve buscar os melhores resultados econômicos, a partir dos recursos correntemente empregados ou disponíveis. Qualquer outra atividade que o gerente venha a desempenhar na empresa esta amplamente relacionada com o bom desempenho econômico, e a capacidade de geração de lucros futuros da empresa.

O autor também diz que os gerentes gastam muito tempo se preocupando com coisas que trazem poucos resultados, porque é a minoria dos produtos que trazem a maior parte dos resultados para as empresas. “Numa situação social, um número muito reduzido de eventos – 10% a 20% no máximo – respondem por 90% de todos os resultados, ao passo que a grande maioria dos eventos responde por 10% ou menos dos resultados.” (DRUCKER, 1963).

Sendo assim, os executivos e as equipes de assessoria devem concentrar seus esforços nos produtos que geram a grande parcela das receitas das empresas, dedicando o mínimo de esforço possível às outras atividades. Os gerentes necessitam selecionar os melhores profissionais para se ocuparem dessas áreas de maio retorno para a empresa.

Drucker cita três passos para que se possua uma gerencia mais eficiente:

O primeiro passo menciona a importância da análise para que o gerente possa tomar decisões, ou seja, é necessário fazer uma comparação entre receita e custos reais, e quais as contribuições desse produto ou desse funcionário no desempenho econômico da empresa.

O segundo passo trata da alocação de recursos, onde o gerente precisa ter discernimento para colocar os melhores profissionais nas áreas mais complexas e importantes para a empresa.

O terceiro passo é a decisão, o gerente precisa estar preparado para fazer escolhas difíceis em relação aos produtos, atividades de staff ou sobre estratégias que afetem o futuro a empresa.

Com isso, o autor espera que o gerente resolva o problema de aumentar a eficácia da empresa de forma sistemática. E se for preciso pode-se abandonar os produtos que não são relevantes para a empresa, pois a mesma necessita de produtos que contribuam com o seu desenvolvimento econômico de longo prazo e não de produtos que sejam simpáticos e obsoletos.

Segundo o autor Gary Hamel, o planejamento estratégico é considerado como um meio para se prepara melhor para o futuro, porém a maioria dos empresários, admitem que seus planos estratégicos refletem mais sobre os erros que estão acontecendo hoje do que sobre as oportunidades de amanhã. Para ele, é normal que isso aconteça, porque o planejamento estratégico é pouco eficiente para mostras quais as diretrizes a companhia deve seguir durante anos para alcançar seu objetivo.

Esse autor cita dos modelos estratégicos implícitos de gerentes, o primeiro busca diminui os riscos financeiros através de uma carteira diversificada de empreendimento que gerem dinheiro e consumam dinheiro. O segundo busca diminui o risco competitivo obtendo um portfólio de vantagens bem diversificado.

O texto Objetivo Estratégico evidencia a importância das vantagens comparativas para que as empresas se tornem a numero um do mundo no texto são citados os casos das empresas Fujitsu, IBM, Canon, Xerox, Siemens, STC entre outras. Em todos esses casos, pode-se perceber que a empresa que é mais inovadora e não perde tempo copiando a concorrente adquiri diversas vantagens e com isso, se destaca no senário mundial.

Hamel também relata que enquanto o EUA e a Europa racionalizavam a produção, o Japão deu mais um passo a frente, acelerando o desenvolvimento de seus produtos, criando marcas globais, e depois aprimoraram as negociações com seus fornecedores. Isso demonstra que a capacidade de uma empresa aprimorar seus conhecimentos é a vantagem competitiva mais forte que existe.

O objetivo estratégico é de extrema relevância para a empresa, porque é ele que garante coerência e a continuidade na aplicação dos recursos no longo prazo. Sem o objetivo estratégico bem determinado a empresa se perde facilmente de seu foco e imobiliza recursos em atividades que não contribuem com o seu objetivo.

Os gerentes possuem papel fundamental na realização do objetivo estratégico da empresa, pois se a companhia muda o gerente de área toda vez que ele tem um bom resultado esse gerente não irá se preocupar com resultados de longo prazo, sendo assim, a empresa estará fadada a nunca alcançar sem grande objetivo, ou seja, Hamel indica que as companhias devem seguir o modelo japonês onde os gerentes ficam décadas no mesmo negócio, com isso, eles adquirem mais experiência naquela área e também acabam tendo mais compromisso com o objetivo de longo prazo da empresa.

Com a leitura dos artigos pode se perceber que a empresa deve possuir um objetivo de longo prazo bem determinado, porém alcançar esse objetivo não depende só dessa empresa, mas sim de todo um senário politico, econômico e social que ela se encontra. No entanto, a gerencia tem um papel fundamental na busca desse objetivo, para isto, a gerencia tem que elaborar um plano de ação, um método de análise e tomar decisões difíceis, só assim à empresa conseguirá desenvolver vantagens competitivas e alcançar seu objetivo final.