

MARQUES, Regiane.  
MUNIZ, Kamila.  
PAIVA, Tamiris.  
VICENTE, Rafael.  
GRASSI, Jose Augusto.

regiane95marques@hotmail.com  
Kamilla\_pereira77@nokiamail.com  
tamirispai7@gmail.com  
Rafaeljr.vic@gmail.com  
jose.grassi@gmail.com

\*Acadêmico Curso de Administração de Empresas  
\*Acadêmico Curso de Administração de Empresas  
\*Acadêmico Curso de Administração de Empresas  
\*Acadêmico Curso de Administração de Empresas  
\*\*Docente Curso de Administração de Empresas

## INTRODUÇÃO

As Escolas do Pensamento Estratégico são modelos, que nos ajudam a formular estratégias que melhor se adequem a situação atual ou futura da empresa.

Mintzberg, as relatou em seu livro "Safári de estratégia. Porto Alegre: Bookman, 1999"; onde as dividiu em três categorias; Escolas Prescritivas; Escolas Descritivas e Escola Configurativa.

Veremos agora um pouco mais sobre as Escolas Prescritivas.

## DESENVOLVIMENTO

### Escola de design

Segundo Mintzberg, Ahlstrand e Lampel (2000, p. 28), em sua versão mais simples, a escola do Design propõe um modelo de formulação de estratégia que busca atingir uma adequação entre as capacidades internas e possibilidades externas.

Sua origem vem desde os prestigiosos livros escritos na Universidade da Califórnia e no Instituto de Tecnologia de Massachusetts: *Leadership in Administration* escrito por Philip Selznick em 1957, e *Strategy and Structure* de Alfred D. Chandler em 1962. Essas teorias veem a formação da estratégia como ajuste essencial entre as forças e fraquezas internas com as ameaças e oportunidades externas. A gerência sênior formula estratégias claras, simples e únicas, em um processo deliberado de pensamento consciente, que não é nem formalmente analítico nem informalmente intuitivo, de forma que todos possam implementar as estratégias. Essa era a visão dominante do processo estratégico, pelo menos nos anos 70, e, ainda hoje devido à sua influência implícita em grande parte da teoria e da prática. Porém, a Escola do Design não se desenvolveu no sentido de fazer surgir variantes dentro de seu próprio contexto. Ao contrário, ela se combinou com outras de contextos diferentes.

### Escola de Planejamento

Oliveira (2001) define planejamento como um processo de pensamento contínuo sobre o futuro, um processo que envolve um modo de pensar, que por sua vez envolve indagações, que envolvem questionamentos sobre o que fazer.

O processo em si é mais importante que seu fim – o plano.

Segundo *Mintzberg*, no planejamento, o executivo principal é quem detém o poder sobre as decisões e planos estratégicos, embora, na prática deve aprovar e não mais propriamente conceber tais planos.

Para *H. Igor Ansoff* (1991), a escola de planejamento reflete a maior parte das ideias da escola de design, acrescentando a concepção de que o processo estratégico não é apenas cerebral, mas também forma, e incluindo a técnica de planejamento estratégico.

### Posicionamento

*Michael Porter* é o autor principal da escola de posicionamento, ele tem suas genéricas estratégicas, a liderança em custo de diferenciação, identificadas a partir do modelo das cinco forças, poder de barganha dos fornecedores. Poder de barganha dos clientes. Barreiras a entrada ameaça de produtos substituídos e rivalidades interna da indústria.

*Arbstrang, Mintzberg e Lampel* (2000) escreveram "Safari de estratégia". E dizia que a escola de posicionamento é a formulação da estratégia com um processo analítico e a base está na teoria econômica de organização industrial.

Segundo *Mintzberg*, para ele nessa terceira escola que é o posicionamento, ela tem um processo controlado, formal e, portanto, consistente, produzindo estratégias totalmente desenvolvida. Que deve ser explicitas antes de serem implementadas.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A estratégia organizacional é vital para o sucesso e perpetuação de uma empresa ou negócio. Muitos pensadores debatem sobre como é o processo de formulação de uma estratégia. As conclusões são divergentes, porém, consoante a cada realidade, tornam-se complementares.

É de fundamental importância para a sobrevivência da empresa um excelente planejamento e uma ótima formulação das estratégias; que por fim serão utilizadas para se chegar nos objetivos desejados.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

MINTZBERG, Henry. AHLSTRAND, B. LAMPEL, J. Safári de Estratégia: um roteiro pela selva do planejamento estratégico. Porto Alegre: Bookman, 2000.

LIMA, Rodrigo Queiroz da Costa. Um Modelo Para Planejamento Estratégico de Pequenas Empresas de Tecnologia da Informação. Disponível em (<http://www.cin.ufpe.br/~rqcl/tg/tg-rqcl.pdf>) Acesso em 25 set. 2014.