



Faculdade de Tecnologia da Zona Leste

PLANEJAMENTO E GESTÃO ESTRATÉGICA

LETÍCIA SOUZA TUPINIQUEIM

Avaliação de Planejamento e Gestão Estratégica

McKinsey Growth Pyramid

São Paulo

2023



Faculdade de Tecnologia da Zona Leste

PLANEJAMENTO E GESTÃO ESTRATÉGICA

LETÍCIA SOUZA TUPINIQUEM

Avaliação de Planejamento e Gestão Estratégica

McKinsey Growth Pyramid

Projeto de pesquisa apresentado ao Curso de Tecnologia em Gestão Empresarial da Fatec da Zona Leste, a ser utilizado como requisito parcial para aprovação na disciplina de Planejamento e Gestão de Estratégica.

Orientador: Abel de Andrade

São Paulo

2023

Sumário

1. Introdução.....	4
2. O que é a Pirâmide de Crescimento McKinsey?	4
3. McKinsey Growth Pyramid e execução	5
4. Análise (Organizações que utilizam McKinsey Growth Pyramid).....	7
5. Conclusão	7
Referências	8

McKinsey Growth Pyramid

1. Introdução

A McKinsey Growth Pyramid é um modelo estratégico de negócios que ajuda as empresas a traçar e alcançar seus objetivos de crescimento. Desenvolvida pela consultoria McKinsey & Company, a McKinsey Growth Pyramid é uma estrutura que identifica quatro pilares fundamentais para o crescimento sustentável de uma empresa: aquisição de clientes, retenção de clientes, aumento das transações e otimização de preços. A pirâmide é composta por cinco camadas que representam diferentes tipos de alavancas para o crescimento: aumento de market share, expansão de mercado, diversificação, inovação e otimização. Esses pilares formam as bases para a construção de uma estratégia de crescimento sólida e eficaz. Neste trabalho, discutiremos sobre a McKinsey Growth Pyramid e como essa estrutura pode ser aplicada por empresas em diferentes segmentos e mercados para impulsionar o crescimento e o sucesso.

2. O que é a Pirâmide de Crescimento McKinsey?

A agência americana de consultoria organizacional McKinsey desenvolveu várias estratégias ao longo dos anos, entre as quais a McKinsey Growth Pyramid. Este modelo pode ser comparado à matriz de mercado de produtos de Igor Ansoff (Ansoff Matriz), que analisa os mercados atuais e novos mercados em combinação com a linha de produtos atual e a nova linha de produtos. Isso pode levar a 4 estratégias de crescimento; penetração do produto, desenvolvimento da produção, desenvolvimento e diversificação do mercado.

Desenvolvimento baseado em escolhas, a pirâmide de crescimento da McKinsey leva isso a um passo adiante e postula que as empresas devem desenvolver suas estratégias de crescimento com base em quatro escolhas; habilidades operacionais, ativos privilegiados, oportunidades de crescimento e relacionamentos especiais. Ao olhar para as oportunidades de negócios através de várias dimensões, uma empresa tem uma boa chance de crescer.

Abaixo está a explicação desses quatro fatores:

Habilidades operacionais: Trata-se das competências essenciais dentro das empresas. Uma estratégia de crescimento é baseada nessas habilidades. Tudo o que acontece dentro de uma organização pode fazer com que ela se torne bem-sucedida ou reduzir o desempenho.

Ativos privilegiados: Isso garante que uma organização possa se distinguir da concorrência. Esses ativos não podem ser facilmente replicados pelos concorrentes, o que significa que eles conferem à organização um caráter diferenciado. Grandes organizações comerciais podem ter uma grande e especial base de clientes na forma de um sistema de CRM, no qual todos os dados de seus clientes são armazenados, por exemplo às patentes que as empresas possuem também são difíceis de reproduzir para

os concorrentes, tornando os respectivos produtos únicos. Mesmo equipamentos e máquinas específicas que a empresa fabricou especialmente para um processo produtivo estão incluídos nestes ativos.

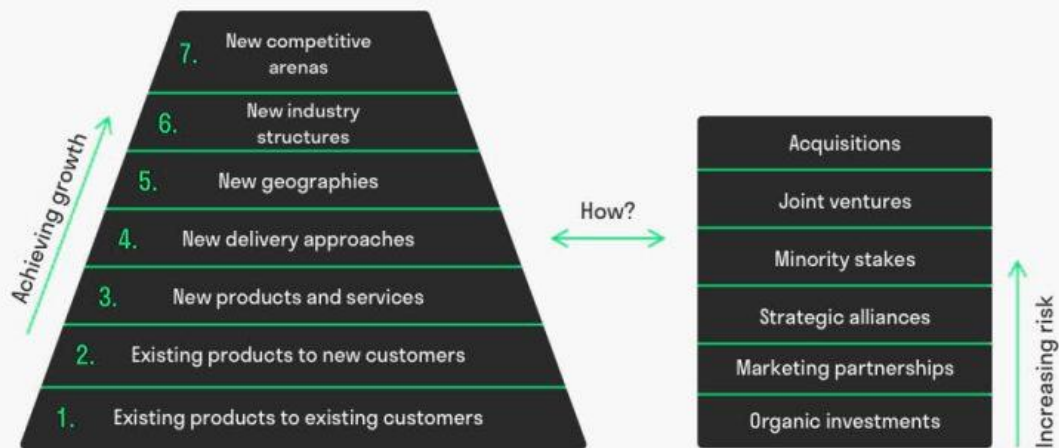
Oportunidades de crescimento: Uma empresa precisa dessas chamadas “habilidades de crescimento” para executar e direcionar a estratégia de crescimento correta. Trata-se das habilidades que uma empresa desenvolveu em relação à produção de novos produtos. Quando esses novos produtos são bem-sucedidos, isso resulta em uma oportunidade de crescimento para a organização. A possibilidade de uma equipe de vendas forte, capaz de negociar poderosamente com partes externas e realizar boas aquisições com as quais conseguem vender seus negócios se enquadram nessas habilidades de crescimento. Mesmo a possibilidade de expansão, aquisição ou foco em um mercado externo se enquadram nas habilidades de crescimento.

Relações especiais: Trata-se de partes externas com as quais uma empresa já colabora ou irá colaborar. Como resultado, uma organização tem acesso privilegiado a outros mercados e/ou novos clientes. Abre novas perspectivas e opções que podem dar origem a acordos comerciais que beneficiem a organização. A colaboração com indústrias produtoras, firmas de exportação e organizações comerciais também pode criar crescimento adicional que mantém a concorrência sob controle. Pensando em departamentos com fortes competências, como atendimento ao cliente, distribuição, tecnologia e produção. Quando esses departamentos não funcionam adequadamente, isso afeta negativamente o cliente, e a empresa percebe que o processo de crescimento estagna. A estrutura interna e a colaboração devem funcionar bem antes que o cliente possa ser atendido.

3. McKinsey Growth Pyramid e execução

É importante observar como todas as etapas da Pirâmide de Crescimento da McKinsey podem ser executadas adequadamente. Para isso, a McKinsey oferece cinco opções. Observou que 'joint ventures' envolvem um risco muito alto e que o risco diminui passo a passo. Os 'investimentos orgânicos', portanto, criam o menor risco. Entrar em estreita colaboração com outras empresas, das quais surge uma nova organização (joint venture), permite que uma organização abra ainda mais suas asas. No caso de participações minoritárias, uma organização concorda com uma aquisição parcial.

Na forma de uma aliança, uma empresa entra em colaboração com outra organização, mas a identidade da empresa permanece intacta. No caso de uma parceria de marketing, uma organização opta por criar e realizar um plano de marketing com outra empresa. A execução e colaboração de menor risco é a do 'investimento orgânico', onde a empresa realiza determinados investimentos em outras organizações que são realizados de forma bem definida e de acordo com acordos fixos.



www.toolshero.com

7. Novas arenas competitivas;
6. Novas estruturas industriais;
5. Novas geografias;
4. Novas abordagens de entrega;
3. Novos Produtos e Serviços;
2. Existência de Produtos para novos consumidores;
1. Produtos existentes para consumidores existentes.

Como?

- Aquisições;
- Empresas conjuntas;
- Participações menores;
- Alianças Estratégicas;
- Parceria de marketing;
- Investimentos orgânicos.

4. Análise (Organizações que utilizam McKinsey Growth Pyramid)

Não há uma lista definida de organizações que utilizam a McKinsey Growth Pyramid, uma vez que essa estrutura de análise e planejamento é amplamente difundida e pode ser aplicada a empresas de diversos setores e tamanhos. No entanto, é comum que grandes empresas, consultorias estratégicas e instituições financeiras utilizem essa abordagem em seus processos de planejamento estratégico e gestão de negócios. Algumas organizações que já se beneficiaram do uso da McKinsey Growth Pyramid incluem a Procter & Gamble, a Shell, a McDonald's, a Coca-Cola e a Goldman Sachs.

IBM: A IBM utiliza a McKinsey Growth Pyramid para orientar o desenvolvimento de seus negócios e aprimorar as ofertas de produtos e serviços.

Siemens: A fabricante alemã Siemens emprega a estrutura da McKinsey Growth Pyramid para identificar oportunidades de crescimento em áreas de negócios específicas.

Coca-Cola: A gigante de bebidas Coca-Cola usou a abordagem da McKinsey Growth Pyramid para revitalizar sua marca e aumentar a presença no mercado.

Dell: A empresa de tecnologia Dell usou o modelo de crescimento McKinsey para expandir seus negócios de computação em nuvem e aumentar seus negócios de hardware e serviços.

Unilever: A gigante global de bens de consumo Unilever emprega a McKinsey Growth Pyramid para identificar oportunidades de crescimento em mercados emergentes e aumentar sua presença global.

Essas empresas, entre outras, utilizam a McKinsey Growth Pyramid como uma estrutura para identificar oportunidades de crescimento, estabelecer metas de negócios e planejar estratégias de expansão.

5. Conclusão

A McKinsey Growth Pyramid é uma ferramenta importantíssima para a área de administração, pois ela auxilia na compreensão dos diferentes níveis de crescimento de uma organização e no planejamento estratégico para alcançá-los. Ao identificar claramente cada um dos degraus dessa pirâmide, os gestores podem tomar decisões mais assertivas e direcionar seus esforços de forma mais efetiva, visando à obtenção de resultados consistentes e duradouros. Além disso, a McKinsey Growth Pyramid permite que as empresas tenham uma visão mais ampla e integrada de sua situação atual, possibilitando a identificação de gargalos, oportunidades e pontos de melhoria. Em resumo, a relevância dessa ferramenta para a área de administração está diretamente relacionada à sua capacidade de fornecer elementos valiosos para o processo de tomada de decisão e para a gestão estratégica do negócio.

Referências

Baghai, M., Smit, S., & Viguerie, SP (2007). A granularidade do crescimento . The McKinsey Quarterly , 2, 41-51.

Mwadime, C. (2010). Análise de estratégias de crescimento pelo The Kenya Commercial Bank L td. (Dissertação de doutorado, University of Nairobi, Quênia).

Segev, E. (1995). Estratégia corporativa: Modelos de portfólio . Londres: International Thomson Publishing.

Mulder, P. (2019). Pirâmide de Crescimento McKinsey . Recuperado [inserir data] de Toolshero: <https://www.toolshero.com/strategy/mckinsey-growth-pyramid/>

Toolshero. **Pirâmide de Crescimento da MKinsey**. Disponível em: <https://www.toolshero.com/strategy/mckinsey-growth-pyramid/>. Acesso em: 19/05/2023.