**O QUE É ?** – Assim como na vida pessoal, na vida empresarial é indispensável que, anualmente, façamos um check-up. O diagnóstico é um instrumento para levantar todos os aspectos da empresa, vendas, estoques, processos produtivos, estrutura de custos, ações de marketing, posicionamento mercadológico, posições financeiras. Esses levantamentos e avaliações devem compor uma série histórica para comparativo interno, com os dados anteriores da empresa, e externo, dentro do setor onde ela atua. Seu principal objetivo é identificar, através de questionamentos objetivos, dificuldades e oportunidades para que a empresa possa crescer e desenvolver, quando ela está equilibrada ou, recuperar-se e equilibrar-se, quando está com déficit, seja ele financeiro, de lucratividade ou ainda ambos.

**COMO FAZER ?** – Como qualquer diagnóstico inicia respondendo, de forma imparcial, a algumas perguntas; Que poderia ter feito a empresa ? Que pode fazer a empresa ? Que quer fazer a empresa ? Que deverá fazer a empresa ? Tenho realmente vontade de agir ? Intervenções visando modificar certas atividades serão rentáveis no curto prazo ? O clima da empresa admite tal intervenção ? E quanto ao longo prazo, o que fazer ? Com as respostas e frente aos levantamentos efetuados traçar metas, objetivos e prazos de execução.

**POR QUE FAZER ?** - A finalidade principal é responder a questões colocar em evidência qualquer desarmonia entre as estruturas da empresa ou entre a empresa e a realidade do mercado onde está inserida. O diagnóstico é um instrumento indispensável de gestão, uma técnica gerencial de primeira ordem, mesmo que a empresa apresente resultados satisfatórios. Neste caso, as decisões poderão ser mais importantes, porque poderão melhorar os resultados de uma empresa lucrativa. Em resumo, quando tudo vai mal, não fazer nada é a pior solução. O diagnóstico é o instrumento que apresenta uma visão global e dinâmica da empresa e que define um roteiro geral ao processo de decisão. É um procedimento que possibilita ao empresário obter uma visão clara, simples e precisa do conjunto do seu negócio. Não se adota aqui soluções já prontas, empacotadas ou milagrosas. Para apontar diretrizes, o diagnóstico prevê uma abordagem direta, profunda e eficaz, adequada ao objetivo a ser alcançado. Objetivo este que é levantar os pontos fortes e fracos da empresa em todos os seus aspectos. Os pontos fortes serão explorados ao máximo; os pontos fracos serão elencados com causas e sugestões de correção.

A decisão de implementar ações deve ser cuidadosamente pesada. O diagnóstico, então, terá cumprido suas finalidades: identificar os problemas, determinar suas causas, avaliar os recursos humanos e suas qualificações e ajudá-lo a implantar as soluções encontradas.32