

**ISSN 2238-9113****ÁREA TEMÁTICA:** (marque uma das opções)

- COMUNICAÇÃO
- CULTURA
- DIREITOS HUMANOS E JUSTIÇA
- EDUCAÇÃO
- MEIO AMBIENTE
- SAÚDE
- TRABALHO
- TECNOLOGIA

## PROJETO DE PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Vinicius Dartagnan Schrut (vdschrut@yahoo.com.br)

RESUMO – Em um mercado tão competitivo como o que existe atualmente, torna-se imprescindível o conhecimento de técnicas que possibilitem enfrentar a concorrência e que proporcionem meios para a expansão das organizações. O projeto visa a elaboração do Planejamento Estratégico de empresa(s) real, privada, independente do tamanho e ramo de atividade, podendo abranger desde uma indústria, comércio ou prestação de serviços. Como o Planejamento Estratégico é uma técnica que envolve toda a empresa, nele são definidos objetivos e estratégias para todos os departamentos e setores que existem na organização. A elaboração do plano envolve três segmentos: o professor coordenador do projeto, os acadêmicos participantes e as empresas envolvidas. A existência do Planejamento Estratégico em uma empresa exigirá de toda a estrutura organizacional posturas participativas e divisão de responsabilidades, para que o sucesso seja garantido. Assim, o objetivo empresarial deixa de ser um desejo do presidente para ser um “desafio” de cada colaborador e, evidentemente, uma responsabilidade individual na execução de cada atividade.

PALAVRAS-CHAVE – Planejamento. Estratégia. Gestão.

### Introdução

O planejamento é a elaboração de um plano ou curso de ação com metas e objetivos a serem alcançados no futuro, sempre com amplo conhecimento da realidade.

Planejamento Estratégico é uma técnica administrativa que, através da análise do ambiente de uma organização, cria a consciência de suas oportunidades e ameaças, dos seus pontos fortes e fracos para o cumprimento de sua missão e, através desta consciência, estabelece o propósito de direção que a organização deverá seguir para aproveitar as oportunidades e evitar riscos.

A elaboração do Planejamento Estratégico constitui-se das seguintes etapas:

1ª etapa: Levantamento de Ameaças e Oportunidades e respectiva prioritização. (Análise da situação externa).

Que fatores externos à empresa *prejudicam* a nossa organização? (Ameaças)

Que fatores externos à empresa *beneficiam* a nossa organização? (Oportunidades)

2ª etapa: Levantamento de Pontos Fortes e Fracos e respectiva priorização.

(Análise da situação interna).

Quais aspectos *positivos* existem dentro da nossa empresa? (Pontos Fortes)

Quais aspectos *negativos* existem dentro de nossa empresa? (Pontos Fracos)

Destacar: Sinergia e Vantagem Competitiva.

**Tabela 1 – Exemplo de Matriz SWOT**

PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
Excelente organização interna da empresa Atendimento impecável ao cliente Alta qualidade do produto/serviço Custos operacionais baixos Conhecimento do mercado Conhecimento e experiência do empreendedor Criatividade e inovação da empresa Capacidade financeira da empresa Talentos e competências dos funcionários Capacidade para oferecer crédito aos clientes Máquinas, equipamentos e tecnologia adequados	Pessoal com pouco treinamento e qualificação Gerenciamento precário Endividamento exagerado da empresa Imagem precária no mercado Falta de fornecedores adequados Infidelidade dos clientes Pouco conhecimento do mercado Falta de experiência do empreendedor Dificuldade de competir com os concorrentes Máquinas, equipamentos e tecnologia inadequados Capital insuficiente
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
Economia nacional e global em crescimento Ambiente político e econômico satisfatório Aumento da renda per capita da população Desenvolvimento econômico e social Nova tecnologia revolucionária a ser usada Aumento das oportunidades de exportação Facilidades governamentais para novos negócios Redução de impostos Oferta de créditos e financiamentos oficiais Incentivo do governo à pequena e média empresa Aumento do poder aquisitivo da população Necessidade de produtos/serviços Planos econômicos do governo Constituição do Brasil	Aumento da inflação e do desemprego Dificuldade de obter crédito e financiamento Juros elevados e câmbio instável Entrada de novos concorrentes Mercado consumidor em baixa Maior importação de produtos estrangeiros Aumento de impostos sobre as empresas Aumento de impostos sobre pessoas físicas Perda do poder aquisitivo dos clientes Substituição de produtos/serviços por outros Saturação do mercado Economia nacional e global em queda Planos econômicos do governo Constituição do Brasil

3ª etapa: Definição da Missão e dos Objetivos

3.1. Definição da missão/negócio: Atual e daqui a “x” anos.

3.2. Objetivos Gerais: crescimento, estabilidade, algum objetivo social.

3.3. Objetivos de resultados: quantitativos, realistas e consistentes (não conflitantes)

4ª etapa: Definição de Produtos e Mercados

4.1. Produtos: Destacar produto tangível, genérico e ampliado.

4.2. Mercados: Especificar segmentos e % de participação no mercado total.

5ª etapa: Objetivos Funcionais

Nesta etapa são estabelecidos os objetivos de cada função da empresa com base nos objetivos definidos na 3ª etapa. (Áreas funcionais: Finanças, Marketing, Produção, Recursos Humanos, Pesquisa e Desenvolvimento).

6ª etapa: Estratégias Funcionais

Nesta etapa são definidas as estratégias da empresa com base nos objetivos definidos na 5ª etapa.

7ª etapa: Prazos e Responsáveis

Nesta fase são estabelecidos os prazos para início e, se preciso, término da execução do plano e os respectivos responsáveis pela iniciativa da estratégia e pelo controle.

8ª etapa: Controle e Revisão

Nesta fase devem ser definidos os instrumentos de controle e a periodização.

## **Objetivos**

Através do Planejamento Estratégico, a empresa espera:

- Evitar ameaças;
- Aproveitar oportunidades;
- Melhor utilizar seus pontos fortes;
- Eliminar ou adequar seus pontos fracos.

Em outros termos, o Planejamento Estratégico representa:

- 1º) o processo pelo qual tentamos aumentar a probabilidade dos resultados futuros desejados, além e acima da probabilidade que ocorram ao acaso;
- 2º) processo pelo qual se define um futuro desejado e a forma de alcançá-lo;
- 3º) a materialização dos bons ideais dos administradores;
- 4º) uma útil ferramenta para auxílio no processo decisório em uma empresa.

## **Referencial teórico-metodológico**

A metodologia usada consiste em trabalhar com equipes de 5 a 6 alunos, em que cada equipe vai elaborar o planejamento estratégico de uma empresa real, em que pelo menos um aluno de cada equipe trabalhe na empresa, para o levantamento de informações internas da mesma. É importante ressaltar que o Planejamento Estratégico é um plano a longo prazo, e portanto no 1º ano de atividades é feita a elaboração do plano, e no ano seguinte a execução do mesmo, permitindo um maior acompanhamento se os objetivos estabelecidos foram realizados satisfatoriamente ou não, havendo assim um maior envolvimento das partes envolvidas: professor, alunos e empresas com a implantação do plano no 2º ano de trabalho.

## Resultados

Após a execução do plano os resultados obtidos são o crescimento da empresa, a expansão de suas atividades, o aumento do faturamento, e a conquista de novos clientes dentre outros benefícios e resultados que a implantação do Planejamento Estratégico traz para uma empresa.

## Considerações Finais

Através deste projeto de extensão, além do envolvimento do professor e acadêmicos, podemos perceber de forma clara o envolvimento da comunidade com as diversas empresas de Ponta Grossa e da região dos Campos Gerais que já foram beneficiadas através da elaboração e execução do Planejamento Estratégico.

Neste sentido, podemos citar as empresas abaixo que fizeram o Planejamento Estratégico e puderam perceber as mudanças, benefícios e vantagens do mesmo:

- Loja Graeff Materiais de Construção;
- Empresa “Reluz da Moda”;
- Empresa “Alarm Show”;
- Versátil Modas;
- Empresa “Sonho de Criança”
- Makita do Brasil Ferramentas Elétricas Ltda;
- Irmãos Muffato e Cia Ltda;
- Panificadora Real;
- Granja Econômica Agrícola;
- Calçados Kadesh;
- Mercado Lins;
- Contalac Contabilidade
- Sol Revestimentos Ltda;
- AAZ Materiais para automação;
- Estilo Prime Salão de Beleza entre outras.

**APOIO:** Não conta com apoio de órgãos financiadores

## Referências

FISCHMANN, Adalberto. **Planejamento Estratégico na Prática**. 2ª ed. São Paulo: Ed. Atlas SA, 1991.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Excelência na Administração Estratégica**. São Paulo: Ed. Atlas SA, 1993.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Planejamento Estratégico**. 32ª ed. São Paulo: Ed. Atlas SA, 2014.

PEREIRA, Maurício Fernandes. **Planejamento Estratégico: Teorias, Modelos e Processos**. Vol. 1. 1ª ed. São Paulo: Ed. Atlas SA, 2010

PEREIRA, Maurício Fernandes e KICH, Juliane Inês Di Francesco. **Planejamento Estratégico: Os Pressupostos Básicos para uma Implantação Eficaz**. Vol. 2. 1ª Ed. São Paulo: Ed. Atlas SA, 2011

SANTOS, Luiz Alberto Alves dos. **Planejamento e Gestão Estratégica nas Empresas**. 5ª ed. São Paulo: Ed. Atlas SA, 1992.