

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 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. Desta forma, 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.

PALAVRAS-CHAVE – Planejamento. Estratégia. Gestão.

Introdução

O presente Projeto de Planejamento Estratégico tem a duração de 2 anos, com o início de suas atividades em 01º de janeiro de 2016, e seu término previsto para 29 de dezembro de 2017.

No 1º ano de atividades, o professor coordenador e os acadêmicos irão elaborar planos estratégicos de várias empresas reais.

Já no 2º ano de atividades, o professor e os acadêmicos acompanharão a realização das metas e o alcance dos objetivos dentro das empresas envolvidas.

Este projeto de extensão envolve um único professor coordenador, além de cerca de 70 acadêmicos do curso de Ciências Contábeis e/ou Economia e/ou Administração, além de várias empresas, que ainda não estão definidas até o presente momento, visto que primeiramente há necessidade do professor ministrar todo o conteúdo teórico sobre Planejamento Estratégico, para futuramente estabelecer as equipes de trabalho.

Os acadêmicos envolvidos no projeto serão divididos em 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.

Objetivos

Este projeto visa à capacitação de acadêmicos para elaboração do Planejamento Estratégico da empresa em que eles estão trabalhando atualmente, ou que venham a trabalhar após a conclusão da graduação.

Esta capacitação envolve, não somente a elaboração do plano estratégico, mas também tem o objetivo de habilitar os acadêmicos para o acompanhamento da *realização* do mesmo, verificando a adoção de estratégias, a realização das metas e o alcance dos objetivos definidos no plano.

Referencial teórico-metodológico

A metodologia usada pelas equipes para execução do Projeto de Planejamento Estratégico constitui-se das seguintes etapas:

1ª etapa: Levantamento de Ameaças e Oportunidades. (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. (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.

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 para cada área funcional existente na empresa, tais como: Administração, Finanças, Marketing, Produção, Recursos Humanos, Pesquisa e Desenvolvimento, Organização e Métodos.

6ª etapa: Estratégias Funcionais

Nesta etapa são definidas as estratégias da empresa para cada um dos objetivos definidos na 5ª etapa.

7ª etapa: Prazos e Responsáveis

Nesta fase são estabelecidos os prazos para início e para o término da execução dos objetivos estabelecidos no plano, além de mencionar os respectivos responsáveis pela iniciativa da estratégia e pelo controle.

8ª etapa: Controle e Revisão

Nesta fase devem ser definidos os instrumentos de controle para verificar se os objetivos estão sendo alcançados. Alguns exemplos de controle são: planilha de faturamento mensal, análise do balanço da empresa através do cálculo de índices financeiros, relatório semanal de estoque, pesquisa de satisfação dos funcionários e clientes, etc.

Resultados

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.

Alguns resultados positivos experimentados pelas organizações envolvidas neste projeto são: crescimento da empresa, expansão de suas atividades, aumento do faturamento, conquista de novos clientes, etc.

Como exemplos de empresas que fizeram parte de edições anteriores deste projeto, podemos citar:

- 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.

Considerações Finais

Com a execução deste projeto, tivemos os seguintes benefícios:

1º) Os acadêmicos ficam capacitados para desenvolver uma ferramenta administrativa muito útil para conseguir o crescimento das empresas;

2º) O grau de interesse dos alunos é muito grande, pois normalmente trabalhos excelentes são desenvolvidos pelos mesmos;

3º) As empresas realmente aplicam os planos estratégicos desenvolvidos, e nas avaliações comunitárias, este projeto normalmente é muito elogiado pelos empresários.

Por outro lado, durante a execução deste projeto podem ocorrer alguns problemas e/ou dificuldades, tais como:

1º) Os acadêmicos podem ter alguma dificuldade para elaborar o plano, porque estão pouco familiarizados com os termos técnicos utilizados;

2º) Por ser a primeira vez que os acadêmicos participam deste projeto, pode ocorrer que eles confundam a 5ª com a 6ª etapa do plano, escrevendo os objetivos no lugar das estratégias e vice-versa;

3º) Como este projeto envolve empresas reais, é normal que os empresários demonstrem certa resistência para que este tipo de trabalho seja desenvolvido, por receio que os acadêmicos queiram investigar informações sigilosas da empresa (o que na verdade não ocorre).

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.

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

LIMA, Frederico O. **Direcionamento estratégico e gestão de pessoas nas organizações**. São Paulo: Ed. Atlas AS, 2000