

**ÁREA TEMÁTICA:** (marque uma das opções)

- ( ) COMUNICAÇÃO
- ( ) CULTURA
- ( ) DIREITOS HUMANOS E JUSTIÇA
- ( ) EDUCAÇÃO
- ( ) MEIO AMBIENTE
- ( ) SAÚDE
- ( ) TECNOLOGIA E PRODUÇÃO
- ( X ) TRABALHO

## PROJETO DE PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

**Autor: Prof. Vinicius Dartagnan Schrut UEPG** [vinicius.dartagnan@uepg.br](mailto:vinicius.dartagnan@uepg.br)  
**COORDENADOR DO PROJETO**

**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 à 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 7 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.

Em 2016, foram elaborados planos estratégicos de 12 empresas reais, pelo professor coordenador, com o apoio dos empresários e dos acadêmicos.

Em 2017, o professor e os acadêmicos acompanham a realização das metas e o alcance dos objetivos dentro das empresas envolvidas.

Este projeto de extensão envolve um único professor coordenador, além de 67 acadêmicos do curso de Ciências Contábeis, além de várias empresas, que estão discriminadas no item “Resultados” deste resumo.

Os acadêmicos envolvidos no projeto serão divididos em equipes de 5 a 7 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.

## METODOLOGIA

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

1ª etapa: Levantamento de Ameaças e Oportunidades no ambiente externo.

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 no ambiente interno

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	Pessoal com pouco treinamento e qualificação
Atendimento impecável ao cliente	Gerenciamento precário
Alta qualidade do produto/serviço	Endividamento exagerado da empresa
Custos operacionais baixos	Imagem precária no mercado
Conhecimento do mercado	Infidelidade dos clientes
Capacidade financeira da empresa	Pouco conhecimento do mercado
Capacidade para oferecer crédito aos clientes	Capital insuficiente
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
Economia nacional e global em crescimento	Aumento da inflação e do desemprego
Ambiente político e econômico satisfatório	Juros elevados e câmbio instável
Aumento da renda per capita da população	Entrada de novos concorrentes
Desenvolvimento econômico e social	Mercado consumidor em baixa
Nova tecnologia revolucionária a ser usada	Maior importação de produtos estrangeiros
Aumento das oportunidades de exportação	Aumento de impostos sobre as empresas
Facilidades governamentais para novos negócios	Aumento de impostos sobre pessoas físicas
Redução de impostos	Perda do poder aquisitivo dos clientes

### 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 para verificar a realização dos objetivos enunciados na 5ª etapa do plano, tais como controle de qualidade, controle de faturamento mensal, relatórios de estoques de produtos acabados e de matéria prima, análise de índices financeiros calculados com base no balanço da empresa, 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:

- Águia Sistemas de Armazenagem S/A;
- DAF Caminhões Brasil Ltda;
- Sonia Locação de Trajes e Cabeleireiros;
- Bia Taques Cabeleireiros ME;
- Instituto Adventista Sul Brasileira de Educação;
- Logstadt Escritório Contábil;
- Odontoponta Clínica Odontológica Ltda;
- TCM Desenvolvimento Gerencial Ltda;
- Moinho Ipiranga;
- Multicon Contabilidade;
- Vereda Contabilidade Ltda;
- Locatelli Serviços Contábeis.

#### CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a execução deste projeto, tivemos os seguintes benefícios:

1º) Os acadêmicos tem condições de aplicar uma útil ferramenta administrativa para conseguir a expansão das empresas onde vierem a trabalhar;

2º) Normalmente os trabalhos desenvolvidos pelos alunos tem sido excelentes, porque não só os acadêmicos, mas até os empresários se comprometem com o sucesso da elaboração e execução dos 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 esta ferramenta de trabalho;

2º) Por ser a primeira vez que os acadêmicos participam deste projeto, pode ocorrer que eles confundam algumas etapas do plano, escrevendo os objetivos no lugar das estratégias, e vice-versa, assim como objetivos específicos no lugar de objetivos gerais;

3º) A resistência à mudança é algo normal do ser humano, e desta forma pode ocorrer 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.

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

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.