



RESUMO

Planejamento: Uma ferramenta de gestão estratégica para pequena empresa

AUTOR PRINCIPAL:

Jaqueline Patrícia Silveira

E-MAIL:

jaky_silveira@hotmail.com

TRABALHO VINCULADO À BOLSA DE IC::

Probic Fapergs

CO-AUTORES:

Fellipe Argenta Sponchiado

ORIENTADOR:

Antonio Joreci Flores

ÁREA:

Ciências Humanas, Sociais Aplicadas, Letras e Artes

ÁREA DO CONHECIMENTO DO CNPQ:

6.02.01.00-2 - Administração de empresas

UNIVERSIDADE:

Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões

INTRODUÇÃO:

O crescente processo de transformações pelo qual o mundo está passando, decorre principalmente, do fato de estarmos vivendo em uma economia globalizada, onde os avanços tecnológicos e o elevado nível de complexidade do ambiente exercem forte impacto nas organizações. Assim, o fator competitividade é fortalecido, e passa a exigir dos gestores planejamento e adaptabilidade, afim de que se antecipem aos problemas e aos novos desafios impostos pelo mercado. Na região de Frederico Westphalen - RS, as micro e pequenas empresas predominam, representando significativo instrumento de desenvolvimento regional, em função, principalmente, de sua existência nas principais atividades produtivas.

Neste contexto, faz-se necessário verificar como estas empresas, muitas vezes com pouco conhecimento, utilizam o planejamento como ferramenta administrativa para se manterem competitivas e vivas frente as mudanças que vem transformando o mundo.

METODOLOGIA:

A pesquisa foi delineada como um estudo de caso, buscando examinar o fenômeno contemporâneo - planejamento - dentro de seu contexto (YIN, 1994). A pesquisa é descritiva, de abordagem qualitativa para melhor interpretação dos dados identificados na mesma (OLIVEIRA, 2002). O público objeto da pesquisa serão os dirigentes da empresa, tendo em vista que, na maioria das vezes, o planejamento é elaborado pelo nível mais alto da escala hierárquica das empresas. Primeiramente, foi realizado um estudo sobre o referencial teórico, que tem como foco o planejamento direcionado a empresas de pequeno porte. Logo após, foi aplicada uma entrevista semi-estruturada ao dirigente da empresa, elencando os objetivos e a importância da pesquisa, a fim de coletar dados para análise.

RESULTADOS E DISCUSSÕES:

O planejamento pode ser considerado como um processo que envolve várias dimensões - as funções desenvolvidas pela empresa; os objetivos, estratégias e normas, entre outros; o tempo; as unidades organizacionais onde o planejamento é elaborado; e as características do planejamento -, e é desenvolvido para o alcance de uma condição futura desejada, podendo ser realizado em cada nível organizacional. (OLIVEIRA, 2011)

A preocupação em saber como as empresas trabalham, em seu dia-a-dia, as teorias da administração, leva a seguinte análise, realizada a partir dos dados coletados em uma empresa de pequeno porte, situada no município de Frederico Westphalen/RS, que tem por atividade produtiva o setor secundário.

Constatou-se que a empresa possui missão, visão e valores definidos e que, segundo o sócio proprietário, os mesmos contribuem para alcançar os objetivos empresariais atuais e futuros, bem como auxiliam no relacionamento com clientes, fornecedores e colaboradores, caracterizando que a empresa pensa estrategicamente e que sabe aonde quer chegar. No período de outubro a dezembro, a empresa realiza o planejamento para o próximo ano, definindo objetivos e metas. Para elaborar o planejamento, os sócios levam em conta os dados dos últimos três anos da empresa, analisando demonstrações contábeis como o fluxo de caixa e o Demonstrativo de Resultado do Exercício (DRE), além de informações econômicas regionais. Trimestralmente, o planejamento é revisto. A partir da análise da situação econômica do trimestre anterior e futuro, os sócios verificam se há a necessidade de alterações no que foi planejado. Desta forma, pode-se considerar que o planejamento realizado na empresa é flexível e adaptável, pois permite se adequar as mudanças e turbulências que possam vir a ocorrer.

Para os sócios, o planejamento realizado na empresa é uma ferramenta que auxilia na concretização de objetivos, trazendo segurança, tranquilidade e tempo para cuidar de outros processos diários da empresa.

CONCLUSÃO:

A interação ocorrida entre pesquisador, universidade e empresa através desta pesquisa possibilitou um aprendizado significativo para ambas às partes, tendo em vista que houve a comparação entre a teoria existente e a prática exercida no dia-a-dia empresarial.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

ESCRIVÃO FILHO, Edmundo; PERUSSI FILHO, Sergio. Teoria de administração: introdução ao estudo do trabalho do administrador. São Paulo: Saraiva, 2010.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. Planejamento estratégico: conceitos, metodologia e práticas. 29 ed. São Paulo: Atlas, 2011.

OLIVEIRA, Silvio Luiz de. Tratado de metodologia científica. 1ª ed. São Paulo: Pioneira, 2002.

YIN, R. K. Case study research, design and methods. Vol 5. Thousand Oaks: Sage Publications, 1994.

Assinatura do aluno

Assinatura do orientador