



X SALÃO DE PESQUISA SETREM

**SAIPS**

PESQUISA PROMOVENDO DESENVOLVIMENTO

14º SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA

12ª MOSTRA ESTADUAL DE TRABALHOS DE PESQUISA DA EDUCAÇÃO BÁSICA

12ª MOSTRA ESTADUAL DE PESQUISA DA EDUCAÇÃO PROFISSIONAL

11ª JORNADA DE PESQUISA

9ª FÓRUM DE INICIAÇÃO E INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS



Número do ISSN: 1981-2892

## PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE UMA EMPRESA DE COMÉRCIO MOVELEIRO E AFINS

Trabalho de: KAUANA PATRICIA MALLMANN (kauana\_patricia@hotmail.com),  
JOICE MAIARA DELGIOVO HAUPENTHAL (joimaiarah.d.h@gmail.com),  
SCHARLES JOSÃ RODRIGUES KIEFER (scharlesjose@gmail.com).  
Orientado por: MAURO ALBERTO NUSKE (mauronuske@gmail.com).  
Sociedade Educacional Três de Maio - SETREM

### Resumo

Quando um indivíduo tem um objetivo em mente e mobiliza esforços para alcançá-lo ele necessita definir claramente quem ele é, o quanto ele deve evoluir e para onde ele quer chegar. Essas definições apresentam relevância equivalente para as empresas embora algumas não dediquem-se ao seu desenvolvimento. Segundo Oliveira (2005), tão raramente pergunta-se, ao menos clara e diretamente, qual é o negócio da empresa, logo, tão raramente dedica-se a um estudo e reflexão adequados, sendo essa talvez a mais importante causa do fracasso dos negócios. Para tanto, foi desenvolvido um planejamento estratégico para uma empresa do ramo de comércio moveleiro, abordando a definição de missão, a qual “exerce função orientadora e delimitadora de ação empresarial [...]”. No sentido figurado, a missão empresarial estabelece ‘qual vai ser o jogo’ e ‘em que campo vai ser jogado’ (OLIVEIRA, 2005, p. 127). A partir disso, definiu-se que a missão da empresa estudada é “oferecer produtos de alta qualidade para a Região Noroeste do estado do RS, contribuindo para o bem-estar e conforto de nossos clientes”. Quanto à visão, esta devendo estar focada no futuro e no destino da empresa, para a qual se estabeleceu que pretende-se “ser excelência em qualidade moveleira e afins na Região Noroeste do estado do RS”. Para a elaboração de um planejamento estratégico, o presente estudo teve uma abordagem qualitativa, sendo que os procedimentos foram descritivos, permitindo a análise de dados cujo foram alcançados pela técnica de entrevista frente a frente com os envolvidos no processo. Traçou-se a fotografia da empresa em uma análise interna e externa do ambiente. Esta, somado aos planos de ação para cada setor permitiu diagnosticar os pontos a se reforçar, como marketing e financeiro (em busca de um controle unificado em um sistema e descentralizado em sua gestão) definindo com a matriz BSC sob a perspectiva financeira, do cliente e de relações humanas quais os objetivos estratégicos a serem alcançados e os indicadores que possibilitam essa percepção e medição de desempenho. Conforme afirmam Kaplan e Norton (1997), aquilo que não se mede não se gerencia, sendo assim, foi demonstrada a imprescindibilidade dessas ferramentas e da retroalimentação do processo do planejamento estratégico, comparação que, ao ser elaborada permitirá aos colaboradores da empresa avaliarem seu desempenho, contrabalanceando realizado com esperado, fornecendo uma noção de como a empresa está caminhando em relação aos indicadores e metas, evitando desperdícios de recursos e alterando a situação inicialmente levantada. Permitiu, ainda, o auto-questionamento da organização,

conscientizando-a de que o mercado interno e externo modificam-se e de que estratégias precisam ser frequentemente reconsideradas e revisadas.

**Palavras chaves:** Planejamento Estratégico, Análise de Ambiente, Comércio Moveleiro.

## Referências

PORTAL EDUCAÇÃO. Balanced Scorecard (BSC). Disponível em: <http://www.portaleducacao.com.br/gestao-e-lideranca/artigos/3949/o-que-e-balanced-scorecard> Acesso em: 25 de set. de 2011.

BARROS, Jorge Pedro Dalledonne de. MONTENEGRO, Eraldo de Freitas. Gestão Estatégica: A arte de vencer desafios. São Paulo: Makron Books, 1998.

CHIAVENATO, Idalberto. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor. 2 ed. rev. E atualizada. São Paulo: Saraiva, 2007.

KAPLAN, Robert S. NORTON, David P. A Estratégia em Ação: Balanced Scorecard. Rio de Janeiro: Elsevier, 1997.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. Planejamento Estratégico: conceitos, metodologia e práticas. 22<sup>a</sup> ed. São Paulo: Atlas, 2005.

UFCG. Plano Estratégico, objetivos e Metas. Disponível em: <http://www.ddi.ufcg.edu.br/Plano/PlanoEstrategicoObjetivosMetas.html> Acesso em: 25 de set. de 2011.

CIVICUS. Monitoramento e avaliação. Disponível em: <http://www.civicus.org/new/media/Monitoramento-e-Avaliacao.pdf> Acesso em: 17 de set. de 2011.

ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO. Monitoramento e Controle. Disponível em: <http://www.administracaoegestao.com.br/planejamento-estrategico/monitoramento-e-controle> Acesso em: 17 de set. de 2011.