

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO PARA EMPRESA GRÁFICA BIGUAÇU

Flávio Leite Junior ¹
Gustavo Lima Soares ²

RESUMO

O presente trabalho de conclusão de estágio propôs um planejamento estratégico para a Gráfica Biguaçu, por intermédio do modelo de Oliveira (2015). Tendo como objetivos específicos à definição da missão, visão e valores organizacionais, a identificação dos pontos fortes e fracos, oportunidades e ameaças, e propor um plano de ações de acordo com a análise estudada. O estudo enquadra-se como uma pesquisa quantitativa e qualitativa, de caráter descritivo e exploratório, com a prática de coleta de dados por meio de questionários e entrevistas semiestruturadas, e pesquisa bibliográfica. Com base nas análises realizadas, definiram a elaboração da missão, visão e valores organizacionais, aos quais não existiam na estruturação da empresa, determinaram-se novos objetivos, estratégias e metas, e sugeriu-se um plano de ação. A análise interna foi realizada por meio da aplicação de questionários aos fornecedores e clientes da empresa, e mediante entrevista semiestruturada com o gestor e proprietário. Na análise externa, realizou-se o estudo das variáveis do macroambiente, e aplicaram-se questionários aos concorrentes. Aplicou-se a Matriz *SWOT* para a análise do mercado com base nos ambientes interno e externo. O presente trabalho avaliou as deficiências e competências da empresa com o propósito de sugerir ações para mantê-la competitiva e atrativa no mercado em que atua. De acordo com os principais resultados alcançados, identificaram-se os pontos fortes e fracos, por intermédio das análises realizadas nas pesquisas aos clientes e fornecedores, onde o atendimento e a qualidade dos produtos destacaram-se como alguns dos principais pontos fortes da organização e o ponto fraco no *marketing* da empresa; a identificação das oportunidades e ameaças do ambiente externo, por meio das análises do macroambiente e das análises realizadas nas pesquisas aos concorrentes. Um conjunto ao analisar e levar em consideração a entrevista semiestruturada com o gestor e proprietário da empresa, ao qual se destacou a necessidade da implementação do sistema de impressão digital. Identificou-se a postura estratégica da organização, onde corresponde ao o nível de desenvolvimento, devido ao número excessivo de pontos fracos da mesma. Assim como também a vivência do acadêmico junto à empresa no âmbito acadêmico e profissional, ligado com laços familiares. Tendo como a empresa condiz com a gestão familiar, as estratégias, ações e metas para o alcance dos objetivos presentes no plano de ação proposto viabilizam a organização a inovar-se quanto às tendências e aperfeiçoar a sua gestão para atingir os objetivos desejados.

Palavras-chave: Planejamento; Estratégia; Planejamento Estratégico.

¹ Acadêmico (a) do Curso de Administração, UNIVALI – Campus Biguaçu/SC. flavio_leitte@hotmail.com

² Professor (a) do Curso de Administração, UNIVALI – Campus Biguaçu/SC. soares@univali.br