

MUITO + GESTÃO

Anais da Semana Científica e de Extensão

Escola de Negócios - Univali
Curso de Administração
Campus de Itajaí

ELABORAÇÃO DE UM PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO NO SETOR DE VESTUÁRIO PARA A EMPRESA PELADO

Felipe Rosa Brascher¹

Régis Heitor Ferroli²

RESUMO

Com a crescente competitividade, a elaboração de um planejamento estratégico torna-se essencial para qualquer negócio. Dessa forma a proposta de se desenvolver este estudo para a empresa Pelado, surgiu da necessidade sinalizada pelo gestor em programar de forma mais metódica o futuro do empreendimento, por se tratar de uma organização nova no mercado que ainda necessita de conhecimentos para a tomada de decisão. A empresa é do setor de vestuário (camisetas masculinas e femininas) e tem o propósito de oferecer ao mercado um produto exclusivo na região, com estampas diferenciadas e focado na alta qualidade do tecido, buscando parcerias com lojistas para anunciar o produto. Para se chegar no objetivo geral foram definidos alguns objetivos específicos: realizar um diagnóstico estratégico para a empresa Pelado, elaborar a missão e visão da empresa, estabelecer instrumentos prescritivos e quantitativos e propor um mecanismo de controle. A pesquisa é diagnóstica e proposição de plano, com método predominantemente qualitativo e delineamento exploratório, descritivo e estudo de caso. A partir do embasamento teórico (modelo de Oliveira 2015) e da aplicação dos métodos de coleta de dados (questionário com lojistas e entrevistas com o gestor) foi obtido o resultado da pesquisa que indicou a empresa Pelado como uma organização em nível médio de risco. As análises posteriores permitiram definir a postura estratégica da empresa, que oscila entre a manutenção e o desenvolvimento. Consequentemente foram definidos objetivos de curto, médio e longo prazo, sendo proposto um plano de ação adequado a estratégia de diferenciação. Através dos indicadores de controle sugeridos para a empresa, acredita-se que é possível desenvolver a marca na região e obter um posicionamento mais claro no mercado onde a empresa está inserida.

Palavras-chave: Planejamento. Setor de vestuário. Postura Estratégica.

¹ Acadêmico (a) do Curso de Administração, UNIVALI – Campus Itajaí /SC.felipebrascher@gmail.com

² Prof. Msc. Orientador, UNIVALI – Campus Itajaí/SC. regisferroli@univali.br