

MUITO + GESTÃO

Anais da Semana Científica e de Extensão

Escola de Negócios - Univali
Curso de Administração
Campus de Tijucas

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DA EMPRESA INDÚSTRIA DE PRODUTOS CERÂMICOS E ARTEFATOS DE CIMENTO LÍDER TIJUCAS 2018

Geisilane Sousa De Oliveira¹

Josiéli Pacheco²

Simone Batista Tomasulo³

RESUMO

Planejamento estratégico se trata de uma ferramenta utilizada na gestão, que possibilita agir estrategicamente a partir do diagnóstico empresarial a partir da análise do macro e microambiente, da investigação das ameaças e oportunidades, e dos pontos fracos e fortes presentes na organização. A ferramenta de gestão permite também traçar os objetivos estratégicos e sugerir o plano de ação, que tende a contribuir para as decisões dos gestores. O objetivo geral deste trabalho foi elaborar um planejamento estratégico para a empresa Indústria de Produtos Cerâmicos e Artefatos de Cimento Líder Ltda – ME, que é uma empresa que atua no setor cerâmico, produzindo e vendendo tijolos para a construção civil. Se tornou necessário para a elaboração do planejamento estratégico a análise interna e externa da organização, para compreender o ambiente onde a empresa atua. Foi proposto missão, visão e valores, conforme entrevista com o gestor, também sugerimos os objetivos, as estratégias e propor a implantação e controle das ações estratégicas sugeridas. A abordagem deste estudo foi quantitativa e qualitativa obtida por meio de questionário, e qualitativa por meio de entrevista estruturada com perguntas específica e abrangentes. Quanto aos objetivos fins, a pesquisa foi analisada descritivamente e exploratória para dar subsídios para a elaboração das estratégias. Os dados primários partiram de entrevistas com os gestores e colaboradores da empresa, assim como questionários que foram aplicados com os concorrentes e clientes, os dados quantitativos partiram do estudo feito da análise dos conteúdos obtidos. Quanto aos procedimentos técnicos, adotou-se pesquisa bibliográfica e de campo. A partir do trabalho elaborado foi possível localizar os pontos fortes como Clientes fiéis, e pontos fracos como baixo número de clientes fixos da empresa. O presente estudo nos permitiu sugerir para a empresa, como: implantação de máquina de cartão, novo forno móvel, ampliar o mix de produtos, implantar um site para a empresa, captar novos clientes e aumentar a lucratividade.

Palavras-chave: Planejamento. Estratégia. Ações.

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

² Acadêmico (a) do Curso de Administração, UNIVALI – Campus Tijucas /SC.josielipacheco@outlook.com

³ Prof^a. Msc. Orientadora, UNIVALI – Campus Tijucas /SC. tomasulo@univali.br