PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Autor(res)

Ednilson Cortez Angelo
Matheus Aio Pereira De Mendonça
Anderson Doniseti De Araujo
Mariana Bonome De Souza Marques
Sandra Paula Dias Gama
Alessandro Marco Rosini
Luciano José Bittencourt

Categoria do Trabalho

TCC

Instituição

UNIVERSIDADE ANHANGUERA DE OSASCO

Resumo

Na atualidade, a sociedade é marcada por transformações constantes, principalmente no contexto das organizações. Os gestores devem, portanto, estar atentos a estas mudanças, sob pena de não serem capazes de manter suas empresas inseridas no mercado.
A maior parte das empresas em todo o mundo e, principalmente, no cenário brasileiro, é composta por microempresas e empresas de pequeno porte que, por sua vez, são também empresas familiares. Este mix de família e porte pequeno configura, muitas vezes, situações de despreparo frente às necessidades administrativas.
Considerando o fato do autor deste estudo ser proprietário de uma empresa de pequeno porte, com características também de empresa familiar, esta pesquisa serviu como instrumento de coleta de informações pertinentes à sua própria atuação, enquanto gestor, no sentido de verificar as falhas cometidas pelos gestores, objetivando a proposição de melhorias para as empresas pesquisadas, as quais poderão ser aplicadas também na empresa do autor.
Percebeu-se que a maior parte das empresas pesquisadas não possui clareza sobre as atividades que executa e o lugar que ocupa no mercado, desconhecendo preceitos administrativos básicos. Desta forma, o gestor conduz a empresa sem o mínimo de planejamento, gerando ações puramente reativas aos acontecimentos no decorrer da atividade empresarial.
Portanto um planejamento estrategico eficiente gera algumas soluções para essas empresas, pois a partir do momento em que a organização assume o seu papel frente à necessidade de uma boa gestão e concebe a relevância de um planejamento estratégico adequado, os resultados tendem a ser mais eficientes, atingindo os propósitos da empresa e gerando confiabilidade e credibilidade da empresa perante seus sócios, funcionários, fornecedores e mercado consumidor.