

A IMPORTÂNCIA DO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO EM UMA EMPRESA DO SETOR INDUSTRIAL

Valdemir Dapont Lorenzi¹

José Correia Gonçalves²

RESUMO

Este artigo avalia a importância do planejamento estratégico em uma empresa da área industrial, incluindo a organização em estudo. Uma empresa com um planejamento estratégico preparado e executado de forma correta pode destacar-se no mercado e fazer com que apresente bons resultados no futuro. A finalidade desse trabalho, é utilizar uma metodologia eficaz para solucionar as dificuldades encontradas dentro da organização e mostrar que planejamento é algo de muita valia dentro de uma empresa no setor industrial pois, somente desta maneira, a organização atingirá os objetivos traçados durante a jornada diária de uma empresa. Os resultados alcançados com esta pesquisa sugerem para a organização estudada, que a mesma tenha um planejamento estratégico mais bem elaborado, organizando um projeto para execução no período mínimo de um ano, pois assim a empresa vai aumentar a sua produtividade e os produtos terão uma melhora na qualidade, satisfazendo cada vez mais as necessidades dos clientes. As metodologias utilizadas neste trabalho foram pesquisa bibliográfica, entrevistas informais e observação *in loco*.

Palavras-chave: Planejamento. Organização. Estratégico.

THE IMPORTANCE OF STRATEGIC PLANNING IN A INDUSTRIAL COMPANY

ABSTRACT

¹ Acadêmico do Curso de Administração, 8ª fase do Centro Universitário UNIFACVEST.

² Graduado em Administração, Especialização em Economia de Empresas, Mestre em Economia área de concentração Economia Industrial, Doutor em Ciências Sociais área de concentração Relações Internacionais. Coordenador do Curso de Administração, Prof. das disciplinas de Administração de Projetos, Instrumento de Análise Administrativa, Empreendedorismo e Orientador do Trabalho de Conclusão do Curso de Administração do Centro Universitário UNIFACVEST.

This article assesses the importance of strategic planning in an industrial company, including the organization under study. A company with a strategic plan prepared and executed correctly can stand out in the industry and make it present good results in the future. The purpose of this work is to use an effective methodology to solve the difficulties found in the company, and to show that planning is very important for an industrial company because, only in this way, the corporation will achieve the objectives set during the company's routine. The results achieved with this research suggest to the studied corporation, that it has a better elaborated strategic planning, organizing a project to be executed in the minimum period of a year, as this way the company will increase its productivity and the products will have an improvement quality, increasingly satisfying customers' needs. The methodologies used in this work were bibliographic research, informal interviews and on-site observation.

Key words: Planning. Company. Strategic.

1 INTRODUÇÃO

Um planejamento estratégico adequado é muito importante para a empresa do ramo industrial melhorar seus produtos e também ter um destaque maior no mercado, que nos dias de hoje é bastante competitivo. Com um planejamento estratégico adequado, é que uma organização consegue ter uma nova visão de como está no mercado em que ela está atuando e assim fica mais fácil de alcançar seus objetivos. Neste sentido, o estudo realizado tem como desígnio demonstrar a importância do planejamento estratégico dentro de uma organização na área industrial.

O tema que foi abordado para esse trabalho vem ao encontro com as dificuldades que a empresa possui no momento, por falta de organização em alguns setores. É por meio de um planejamento estratégico que a organização conseguirá desempenhar um trabalho de transparência e qualidade no mercado. O planejamento tem a ideia inicial de fazer com que a empresa tenha organização de seus produtos de forma adequada e inteligente.

Dessa forma, objetiva-se demonstrar que o planejamento estratégico faz muito bem para a organização, que no futuro ela colha bons frutos e se torne um ambiente de alta qualidade para seus clientes e também para seus colaboradores, que trabalham para o futuro da mesma.

O objetivo geral desta pesquisa é mostrar a importância do planejamento estratégico dentro da empresa, que é algo de muita valia dentro de qualquer área. No setor industrial, o planejamento vem de uma forma mais importante porque na produção de produtos, é preciso

ter um controle de muita eficiência. Dentre os objetivos específicos, estão incluídos a descrição das principais áreas da organização que vem tendo mais dificuldade no dia a dia por falta de planejamento, a busca por levar um melhor entendimento do problema para a empresa, e o melhor planejamento das finanças, que vem tendo algumas dificuldades perante seus compromissos.

As metodologias utilizadas no desenvolvimento do trabalho foram observações *in loco*, referências bibliográficas e conversas informais com colaboradores e clientes da organização.

O estudo realizado na empresa demonstra a importância de um planejamento estratégico para a empresa melhor atender aos seus clientes e fazer com que ela tenha resultados ainda melhores do que os que ela vem apresentando. A mesma precisa de um planejamento para estabelecer novas metas, e para alcançar essas novas metas é preciso estratégia na produção e nos estoques para que a organização satisfaça o cliente de uma forma mais contundente.

Neste artigo será abordado, inicialmente, o referencial teórico, que traz todo o embasamento bibliográfico. No terceiro capítulo, é apresentado um breve histórico da empresa onde foi realizada a pesquisa e seus principais problemas. Na sequência do trabalho, são evidenciados os problemas encontrados na organização e, por fim, é apresentada a análise teórica e comparativa do tema ou problema que abordará aspectos observados e possíveis sugestões de melhorias.

Neste trabalho pretende-se encontrar soluções que melhore o desempenho da organização e assim fazer com que ela aumente sua produtividade e se destaque no mercado, pois uma indústria precisa de um planejamento estratégico. Só desta maneira, ela conseguirá atingir suas metas e também buscar se destacar entre a concorrência e tornar-se uma empresa competitiva.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Nos dias atuais, vê-se muitas empresas falhando no mercado por falta de planejamento isso é muito comum no mundo dos negócios. Segundo Lucio (2004, p. 08): “A maioria das empresas que falham em seus primeiros anos de vida falha por falta de planejamento. A etapa mais importante do planejamento é estabelecer uma “visão de futuro” clara, compreensiva sucinta e realista.”

É preciso em uma empresa saber o significado da palavra “estratégia” pois sem ela, uma organização fica sem foco estabelecido. Para Lobato (2015, cap. 1): “A estratégia é um plano,

uma direção, um guia ou curso de ação para o futuro, um caminho a ser seguido para levar a organização de um estado atual, corrente, para um estado futuro desejado.”

Uma empresa na área industrial precisa buscar ter um planejamento estratégico adequado em relação a manutenção de seus equipamentos. Em relação a isso, Almeida (2018, cap. 1) destaca que

A gestão da manutenção é a correta administração da manutenção, ou seja, a organização dos recursos humanos e materiais, dos insumos e do planejamento estratégico necessários para que máquinas, equipamentos e instalações de qualquer empresa estejam em boas condições de funcionamento e supram as necessidades produtivas existente.

Uma empresa precisa de um plano estratégico bem montado para ter sucesso no mercado. Segundo Chiavenato; Sapiro (2004, p. 26): “Um plano estratégico é um plano para a ação. Mas não basta apenas a formatação das estratégias dessa ação, é necessário implementá-las por meio de programas e projetos específicos.”

Em uma organização precisa ter uma visão geral do que acontece no dia a dia para que as atividades sejam desempenhadas da melhor forma possível. De acordo Rezende (2008, p. 8): “A dimensão do planejamento estratégico da organização fornece, uma visão geral de conceitos, modelos e instrumentos de como fazer acontecer as estratégias organizacionais.”

A atual realidade para muitas empresas é que existem inúmeras organizações buscando seu espaço, oferecendo e prestando os mesmos serviços, aumentando a competitividade. Segundo Carmo (2020, p. 31):

O cenário econômico atual conta com uma infinidade de empresas que desenvolvem atividades semelhantes, comercialização os mesmos produtos e serviços, o que faz com que ofereçam aos clientes e colaboradores uma prestação bastante similar acirrada exacerbante a competitividade. A responsabilidade do gestor nesse cenário constante se altera em sua função de manter a empresa competitiva no aludido contexto.

Toda empresa que esta no mercado precisa traçar objetivo e buscar sempre alcançá-los. De acordo com Pize (2017, p. 35): “Os objetivos estratégicos correspondem aos resultados que a organização deseja alcançar no horizonte de tempo para o qual esta se desenvolvendo o planejamento estratégico.”

Um gestor de uma empresa, se quiser almejar algo importante e fazer com que a empresa consiga alcançar voos mais altos, precisa identificar as forças e fraquezas de sua organização. Para Bellino (2005, p. 114)

A avaliação honesta dos recursos de sua companhia, bem como de eventuais falhas, é fundamental para um planejamento estratégico eficaz. Potencialize as suas forças e diferencie para aproveitar as oportunidades do mercado. Fique atento as fraquezas de sua organização, especialmente as que podem causar impacto negativo em seus clientes.

O planejamento visa buscar resultados e para isso, os colaboradores devem estar presentes nas estratégias da empresa, fazendo com que a empresa chegue ao sucesso de forma mais rápida. De acordo com Sanches (2019, p. 20):

Pensar em planejamento estratégico é planejar o futuro com planos e metas capazes de atingir os objetivos que foram previamente traçados. Porém, para que haja sucesso, é necessário que esse planejamento seja feito de forma criativa, sistêmica, em equipe, por profissionais experientes que possuam espírito de liderança e motivação.

Toda organização precisa ter metas para cumprir e depois de criadas, os gestores precisam repassá-las aos seus colaboradores. Martins (2007, p. 32) afirma que

É de fundamental importância que a alta gerência identifique o ambiente e delimite o negócio da empresa, criando a partir dali uma linha de pensamentos que irá orientar as ações organizacionais a elaboração do próprio planejamento estratégico na direção das metas a serem atingidas.

Assim fica claro que uma empresa não pode deixar de lado o planejamento estratégico, pois ele é de suma importância para que ela se mantenha viva no mercado, mesmo nesse momento tão difícil que a nossa economia está passando. Uma organização com um planejamento bem estruturado pode passar por esse momento sem tantas dificuldades, mas mesmo em tempos normais, o planejamento estratégico deve ser usado pois com um planejamento bem elaborado, a empresa pode prever seu futuro no mercado, facilitando muitos afazeres em seu andamento.

3 CAPÍTULO REFERENTE AO TEMA OU PROBLEMA

A empresa situada se encontra em Bom Retiro nas margens da BR 282 km 129.2. Ela foi criada no ano de 2014 e sempre residiu no mesmo local. O dono que a inaugurou, continua administrando-a.

Inicialmente a organização contava com o dono e seu filho que ajudava na produção dos produtos. Porém, com o passar do tempo e os dois não estavam conseguindo atender a demanda e precisaram contratar novos colaboradores. Hoje, eles contam com mais cinco colaboradores.

A organização em análise tem um grande diferencial que é a qualidade dos produtos, buscando sempre fidelizar seus clientes. Ela comercializa vários produtos e artefatos de cimento, mas sempre prezando pela melhor qualidade no atendimento ao público.

Os principais clientes que a organização tem são os pedreiros e engenheiros de obras, mas as pessoas físicas também buscam adquirir os produtos. O público alvo está por toda a cidade, pois a empresa é única no município.

Como a empresa precisa ter qualidade nos seus produtos, os colaboradores buscam fazer da melhor forma possível seu trabalho.

Os principais fornecedores são as empresas Votorantim, Giasse, Botuverá, Tca entre outras.

O principal concorrente da empresa está em uma cidade vizinha, e o concorrente em questão, é a “JM concretos”.

Com base nas observações *in loco*, foi analisado alguns pontos negativos com relação à empresa, sendo:

- Planejamento: a empresa não tem um planejamento adequado de sua matéria-prima, deixando, muitas vezes acabar o material para pedir novamente e isso causa alguns transtornos. Tratando-se de uma indústria, não pode haver falta de matéria-prima, pois é preciso produzir para atender toda a demanda;

- Planejamento financeiro: a organização tem um sistema financeiro muito arcaico, e por esse motivo, não há controle, e muitas vezes isso causa alguns prejuízos, por exemplo, deixar de quitar boletos dentro do prazo de vencimento, tendo que pagar juros e multas, muitas vezes de valores altos;

- Marketing: há pouquíssima dedicação da empresa nessa área que é de suma importância para a organização. O investimento é baixo, acarretando em poucas chances de sucesso;

- Controle de estoque: a empresa não tem um controle de seus produtos, muitas vezes por falta de anotação e isso gera problema, fazendo com que a empresa venda um produto que não tem em estoque, gerando grandes transtornos para o dono e seus clientes.

4 CAPÍTULO DA ANÁLISE TEÓRICA E COMPARATIVA DO TEMA OU PROBLEMA

A organização em estudo não tem um planejamento adequado de sua matéria-prima, pois deixa muitas vezes faltar, dificultando o seu progresso no mercado. Por ser uma empresa do ramo industrial a produção não pode parar, e essas eventualidades não deveriam acontecer. A fabricação de seus produtos deve ser levada muito a sério e por isso não pode faltar matéria prima. Segundo Kusters (2019, cap. 2):

Um plano coordenado auxilia na visão objetiva dos entraves da administração e fornece ferramentas e formatos para a estruturação e planejamento e controle das atividades. Com isso, ele facilita a coordenação e a aplicação das táticas direcionadas ao atingimento das metas, definindo as prioridades, alocando de forma mais eficiente os recursos da empresa e integrando as funções.

Sugere-se que a empresa em questão, faça um planejamento de suas atividades para conseguir buscar uma melhor forma de resolver esses problemas, e assim ter uma visão melhor da sua organização, pois o planejamento é uma forma de resolver essas situações e fazer que isso não volte a acontecer, porque pode trazer mais transtornos para a empresa com o passar do tempo.

Na organização em análise, observou-se que o planejamento financeiro deixa muito a desejar, pois trata-se de um setor de extrema importância para a organização e é necessário buscar o domínio dessa área. Vasconcelos (2008, p. 45) destaca que: “O planejamento financeiro compreende a estruturação de ações e dimensionamento de recursos financeiro com vista à operacionalização de projetos gerenciais, sendo condições essenciais à conquista do sucesso empresarial.”

Como forma de evolução, aconselha-se que a empresa busque contratar alguém que tenha um controle mais aprimorado da área financeira ou disponibilizar treinamentos para quem desempenha esse papel dentro da organização, buscando solucionar o problema de uma maneira correta e de forma mais rápida possível, já que a parte financeira deve ser tratada com muita responsabilidade.

Na organização em estudo o marketing é visto só como uma propaganda, mas ele vai além disso. É composto por muitas outras funções importante na área empresarial. Para Flores (2019, cap. 2):

Marketing é uma função administrativa composta de um conjunto de atividades relacionadas à troca, à criação e manutenção de relacionamentos entre fornecedores e consumidores, à distribuição de bens e serviços, ao foco no cliente, à comunicação da empresa com o mercado e tantos outros aspectos relativos a essa questão. Muitas das tarefas sob responsabilidade da área de marketing são ocultas, ou seja, o mercado não a os perceber.

Sendo assim, sugere-se que a empresa invista mais nesta área, e para isso, é preciso consultar um profissional que trabalhe com marketing para que ele apresente uma visão de forma mais técnica. Então, os responsáveis pela organização perceberão que é preciso maior investimento para trazer resultados favoráveis, e assim melhorar a visão da empresa ao olhar de seus clientes.

A empresa “MR Artefatos de Cimento” vem sofrendo muito com diversos problemas por não conseguir controlar de forma correta a entrada e a saída dos produtos. Segundo Faro (2015, cap. 2):

Dessa forma, o estabelecimento de políticas de estoque e o próprio estilo de gestão adotada na condução das atividades de atenção, dimensionamento e critérios para a fluidez do estoque numa organização devem estar sintonizados com o planejamento estratégico. Partindo-se da necessidade constante em se manter a organização competitiva num cenário onde mudanças são muito frequentes, o planejamento

estratégico não pode ser conservado inalterado por muito tempo, e a periodicidade de sua atualização relaciona-se diretamente com a pujança nos nichos de mercado nos quais determinada empresa atua.

Uma das alternativas para a organização em estudo é manter diálogo com o responsável pelos estoques e treinar o colaborador em questão, proporcionando melhora na parte de organização dos estoques, que é de fundamental importância. Assim, executarão o trabalho com mais rapidez e com mais certeza do que a empresa tem nos estoques, de uma forma geral.

Com a realização das melhorias citadas acima a organização em questão pode ter muitos benefícios. Considerando que é uma empresa da área industrial, a consequência será a melhoria de seus produtos, e o mais importante: fará com que seus clientes fiquem satisfeitos e, conseqüentemente, melhorará as vendas, fazendo com que a organização tenha um retorno condizente da venda de suas mercadorias.

Conclui-se que o planejamento estratégico é algo fundamental para empresa conseguir se destacar no mercado que hoje se encontra, o qual é cada vez mais competitivo. Os responsáveis por esses cargos dentro da empresa, após conseguirem implantar essas melhorias, notarão que foi uma forma de crescimento para eles dentro da organização.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho foi apresentado a importância de um planejamento estratégico para a empresa em questão, a qual vinha passando por algumas dificuldades em determinados setores.

Analisando a empresa, percebe-se que não havia nem um tipo de planejamento estratégico em nenhuma de suas divisões, e ficou evidente que os gestores não tinham muito conhecimento da importância de fazer o planejamento, e que isso estava atrapalhando o rendimento na produção. Por se tratar de uma indústria, a produção precisa ser levada a sério e a matéria-prima muitas vezes não era a mais adequada para a situação. Outro problema verificado foi na gestão financeira que não possui nenhum tipo de planejamento, e o financeiro da organização deve ser administrado com muita serenidade e competência por seus gestores.

Através deste artigo constatou-se que a empresa precisa de um planejamento estratégico adequado. Por se tratar de uma indústria, é preciso pensar na qualidade de seus produtos, visto que seus clientes sempre exigirão alta qualidade, e o preço precisa estar no mesmo patamar dos concorrentes.

O estudo possibilitou encontrar algumas falhas que a organização vinha cometendo por carência de gestão, por meio do diagnóstico dos problemas que vinham fazendo a empresa

perder seu foco e assim se dispersar da sua linha produtiva que era muito afetada pela falta de um planejamento estratégico adequado.

O objetivo desse artigo foi alcançado, demonstrando que o planejamento estratégico é necessário para um melhor desempenho da organização em análise frente aos desafios a enfrentar no seu dia a dia. Com as situações verificadas dentro da organização, pode ser feita uma melhor avaliação das dificuldades encontradas por falta de um planejamento estratégico adequado, e com a sua implantação a empresa já pode perceber mudanças favoráveis, e assim ficou evidente a importância desse trabalho realizado que veio a satisfazer muito os gestores, pois eles viram os setores que estavam apresentando dificuldades melhorar de rendimento.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Paulo Samuel de. **Gestão da manutenção**. São Paulo: Saraiva, 2018.
- BELLINO, Ricardo. **3 minutos para o sucesso**. São Paulo: Campus, 2005.
- CARMO, William Júnior do. **Indústria de varejo estratégico de competitividade**. São Paulo: Appris, 2020.
- CHIAVENATO, Idalberto; SAPIRO, Arão. **Planejamento estratégico: fundamentação e aplicações**. 12. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.
- FARO, Clovis de. **Gestão de estoque**. Rio de Janeiro: FGV, 2015.
- FLORES, Falcão Roberto. **Planejamento estratégico de marketing**. São Paulo: Senac, 2019.
- KUSTERS, Daniel. **Planejamento estratégico e de marketing**. São Paulo: Senac, 2019.
- LOBATO, David Menezes. **Gestão estratégica**. Rio de Janeiro: FGV, 2015.
- LUCIO, Nori. **Planejamento estratégico e de marketing para pequenas e médias empresas**. São Paulo: Campus, 2004.
- MARTINS, Marcos Amarante P. **Gestão educacional**. 2. ed. Rio de Janeiro: Brasport, 2007.
- PIZE, Adílson. **Planejamento e alinhamento estratégico de projetos**. Rio de Janeiro: Brasport, 2017.
- REZENDE, Denis Alcides. **Planejamentos estratégico: para as organizações pública**. Rio de Janeiro: Brasport, 2008.
- SANCHES, Vander Lúcio. **Planejamento estratégico significativo**. Belo Horizonte: Conhecimento, 2019.

VASCONCELOS, Yumara Lucia. **Planejamento financeiro**. Curitiba: IESDE Brasil, 2008.