

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO APLICADO À MICROEMPRESA DO MUNICÍPIO DE CAMPOS DOS GOYTACAZES

Jaqueline F. Da Silva¹, Mauricio S. Do Vale²

(1) Graduanda em Engenharia de Produção, Institutos Superiores de Ensino do CENSA – ISECENSA, Rua Salvador Correa, 139, Centro, Campos dos Goytacazes, RJ, Brasil; (2) Pesquisador do Laboratório de Gestão da Qualidade – LAGESQ/NEGEP/ISECENSA, Institutos Superiores de Ensino do CENSA, Rua Salvador Correa, 139, Centro, Campos dos Goytacazes, RJ, Brasil.

Com o cenário empresarial altamente competitivo, é notório que cada vez mais as empresas precisam se organizar e definir quais são seus objetivos e que estratégias deverão adotar para alcançá-los, a fim de atingir os resultados esperados e, até mesmo, contornar possíveis situações que comprometam o sucesso dos negócios. Neste contexto, realizar um planejamento estratégico é fundamental para identificar a situação atual da empresa em relação ao mercado e direcionar a mesma para o futuro. O objetivo deste estudo foi desenvolver o planejamento estratégico de uma empresa varejista de pequeno porte de artigos de ciclismo, peças de mecânica e hidráulica em geral, situada na cidade de Campos dos Goytacazes, levando em consideração variáveis como os concorrentes, suas características, forças e fraquezas. Foi realizado o estudo de caso, utilizando como base para o desenvolvimento do planejamento estratégico entrevistas realizadas com o proprietário da empresa, onde foram respondidos questionários baseados nas 5 forças de Porter sobre a empresa e a percepção do proprietário em relação aos fatores que afetam seu negócio internamente e externamente. O resultado da análise das informações coletadas, nas entrevistas, foi utilizado para desenvolver a missão e visão da empresa, assim como, analisar o ambiente macro e micro em que a mesma está inserida no mercado, realizando a análise da Matriz SWOT cruzada. Esta serviu de base para o desenvolvimento da estratégia e identificação dos objetivos de curto e médio prazo. A partir da elaboração desta estratégia foi possível a elaboração de um plano de ação nos moldes da ferramenta *Balanced Scorecard* - BSC. Ao final pode-se concluir que com o planejamento estratégico, a empresa obteve uma visão mais objetiva sobre o mercado no qual está inserida e em como traçar caminhos para alcançar seus objetivos empresariais. Assim, o presente estudo pôde demonstrar que a utilização de um planejamento estratégico bem estruturado e com foco nos objetivos da empresa contribui, de forma ímpar, para que a mesma possa alcançar suas metas com eficiência e mantendo-se de forma equilibrada no trinômio prazo, custo e qualidade.

Palavra-chave: Planejamento Estratégico, *Balanced Scorecard*, SWOT.