



Fundação Presidente Antônio Carlos – FUPAC
Faculdade Presidente Antônio Carlos de Ubá
www.ubafupac.com.br

8º PERÍODO DE ADMINISTRAÇÃO

TAYNÁ ADRISE DE PAULA

CONSULTORIA E PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

(Carinho Serviços Contábeis LTDA)

Ubá
Dezembro de 2023



Fundação Presidente Antônio Carlos – FUPAC
Faculdade Presidente Antônio Carlos de Ubá
www.ubafupac.com.br

8º PERÍODO DE ADMINISTRAÇÃO

TAYNÁ ADRISE DE PAULA

CONSULTORIA E PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

(Carinho Serviços Contábeis LTDA)

**Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
Curso de Administração como requisito parcial
para obtenção do título de Bacharel em Administração,
orientado pelo professor Paulo Roberto Mendes da
Silva.**

Ubá
Dezembro de 2023



SUMÁRIO

ELABORAÇÃO E APRESENTAÇÃO ESCRITA DO RELATÓRIO	4
INTRODUÇÃO	4
REFERÊNCIAL TEÓRICO	5
CONCEITOS E IMPORTÂNCIA DO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO	5
Etapas para elaboração do planejamento estratégico	6
PLANEJAMENTO TÁTICO	8
SUMÁRIO EXECUTIVO	9
CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA	11
Estrutura organizacional	12
PLANO ESTRATÉGICO	13
Objetivos organizacionais	14
ANÁLISE SWOT	15
PROJETO E PLANO DE AÇÃO	18
Reestruturação do escritório	18
Qualificação dos trabalhadores	18
Ampliação dos serviços prestados	19
CONSIDERAÇÕES FINAIS	20
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	21
Anexo	23



Fundação Presidente Antônio Carlos – FUPAC
Faculdade Presidente Antônio Carlos de Ubá
www.ubafupac.com.br

ELABORAÇÃO E APRESENTAÇÃO ESCRITA DO RELATÓRIO

INTRODUÇÃO

Com avanço da tecnologia tornou-se primordial que as empresas se mantenham atualizadas já que a competitividade se tornou cada vez mais acirrada. Necessitando aprimorar as habilidades evitando a crise financeira ou até mesmo a falência da empresa.

O mercado contábil de hoje é mais dinâmico. Com o aprimoramento do aparato fiscal, e as exigências legais cada vez mais intensas, as empresas contábeis saem da função de meras apuradoras de impostos, para a de uma empresa prestadora de um serviço contábil mais efetivo e eficiente, com foco no gerenciamento e na continuidade dos negócios de seus clientes. A relevância do setor está crescendo, e para se adequar a esta nova realidade a visão do negócio e as estratégias a serem adotadas devem ser diferentes das definidas até então.

O presente trabalho tem como principal objetivo analisar o planejamento estratégico de uma empresa do ramo contábil, já que diversas empresas encerram suas atividades em menos de um ano por falta de um bom planejamento.

Diante o exposto verifica-se a necessidade de um planejamento estratégico, que encaminhará a empresa a chegar em seu objetivo melhorando seus resultados.



Fundação Presidente Antônio Carlos – FUPAC
Faculdade Presidente Antônio Carlos de Ubá
www.ubafupac.com.br

REFERÊNCIAL TEÓRICO

CONCEITOS E IMPORTÂNCIA DO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Planejamento Estratégico é um processo de autoconhecimento e desenvolvimento organizacional, visando definir situações futuras que a empresa almeja, sendo necessário realizar uma análise detalhada sobre a situação empresarial em relação ao ambiente.

segundo Kotler (1992,p.63) “planejamento estratégico é definido como o processo gerencial de desenvolver e manter uma adequação razoável entre os objetivos e recursos da empresa e as mudanças e oportunidades de mercado”.

Ja para Oliveira, (2007, p.181) “Estratégia é definida como um caminho, ou maneira, ou ação estabelecida e adequada para alcançar desafios e objetivos da empresa”.

De modo geral o planejamento tende a reduzir as incertezas dos processos decisivos da empresa aumentando a probabilidade de alcance nas metas estabelecidas e se mantendo competitiva no mercado.



Etapas para elaboração do planejamento estratégico

figura 1:



Fonte: elaborado pela própria autora com base nas pesquisas (2023)

A primeira etapa será realizado a análise do ambiente, é importante que se conheça a empresa e realize a análise do ambiente , para que seja identificado os riscos e as oportunidades, englobando o ambiente interno e externo da instituição.

Na segunda etapa será definido onde a empresa quer chegar, qual a sua meta, evidenciando quais as missões, visões e valores que darão um norteamento em toda estratégia da organização. na missão é evidenciado para que a empresa existe deixando explícito seu propósito. Segundo Chiavenato (1999, p. 49), a missão funciona como orientador para as atividades da organização. Ela tem por finalidade clarificar e comunicar os objetivos, os valores e a estratégia a dotada pela organização.

A visão é o caminho determinado para onde a empresa quer chegar, seja ele em médio ou longo prazo. Para Souza (2003, p. 36) a visão representa o destino



Fundação Presidente Antônio Carlos – FUPAC
Faculdade Presidente Antônio Carlos de Ubá
www.ubafupac.com.br

que se pretende transformar em realidade. Chiavenato (1999, p. 51) a define como a imagem que a organização tem de si e do seu futuro.

Já os valores são os princípios e ética que norteiam as ações e condutas da empresa. Oliveira (2006, p.89) verificou que os valores representam “o conjunto dos princípios e crenças fundamentais de uma empresa, bem como fornecem sustentação a todas as suas principais decisões. ”

Na terceira etapa será realizado a estratégia organizacional, onde o maior objetivo é lidar com a competitividade e realizar estratégias para alcançar o objetivo de forma eficaz.

A implementação estratégica consiste em executar as estratégias conforme o estabelecido, essa implementação depende de vários fatores como a estrutura e cultura organizacional, da forma que são realizadas as abordagens, o conhecimento e a competência para o sucesso da implementação.

Como último passo o controle estratégico, que nada mais é que realizar o monitoramento para que as metas da empresa sejam atingidas, realizar correções e melhorias em todas as áreas envolvidas.

Para Dias (2003), apresenta as seguintes etapas para a elaboração de um planejamento estratégico de marketing: 1. Definir a missão; 2. Analisar o negócio, procurando identificar quais são os fatores que garantem sucesso; 3. Analisar o ambiente externo da organização; 4. Formular objetivos e metas; 5. Definir estratégias, ou seja, como chegar lá; 6. Estabelecer programas de ação.

O planejamento é indispensável para empresa pois através dele é permitido a implementação de mudanças, e tomada de decisões mais precisas para cada caso da empresa, minimizando erros e impactos e maximizando os acertos em relação aos objetivos traçados.

Além de utilizar 5 passos para elaborar o planejamento estratégico, será utilizado ferramentas para que seja feito a análise do ambiente interno e externo empresarial possibilitando a sobrevivência da mesma, mantendo um diferencial competitivo.



Fundação Presidente Antônio Carlos – FUPAC
Faculdade Presidente Antônio Carlos de Ubá
www.ubafupac.com.br

Uma das ferramentas mais utilizadas para o planejamento estratégico é a análise SWOT que estuda o ambiente externo e interno da empresa em busca dos pontos fortes e fracos, identificando oportunidades e ameaças.

A análise SWOT é realizada por meio do conhecimento de seu ambiente de negócios interno e externo ao fazer planos e tomar decisões, a fim de alcançar objetivos por meio do planejamento estratégico (PALIWAL, 2006; PHADERMRODA; CROWDER; WILLS, 2019).

A análise desta matriz SWOT tem foco em delimitar estratégias para manter pontos fortes, minimizar a intensidade de pontos fracos, aproveitar oportunidades e proteger-se de ameaças (AZEVEDO, COSTA, 2001). Portanto, procura-se adotar estratégias para sobrevivência, manutenção, crescimento ou desenvolvimento de uma organização de acordo com as suas características (AZEVEDO, COSTA, 2001, FERNANDES, 2012).

PLANEJAMENTO TÁTICO

É um planejamento mais específico, que se envolve limitadamente, a nível Departamental, envolvendo apenas uma determinada unidade organizacional, se responsabilizando para que ações que foram desenvolvidas no planejamento estratégico sejam atingidas. Chiavenato conclui que:

O administrador utiliza o planejamento tático para delinear o que as várias partes da organização – como departamentos ou divisões – devem fazer a fim de que a organização obtenha sucesso no decorrer do período de um ano de seu exercício. Os planos táticos geralmente são desenvolvidos para as áreas de produção, marketing, pessoal, finanças e contabilidade. Assim descrito por (CHIAVENATO 2003, p.228)

O planejamento tático tem por si o fundamento de interpretação do planejamento estratégico com planos fundamentados para o nível departamental, onde a produção passa a ser avaliada em seus métodos de planos, a tecnologia utilizada, a organização do processo produtivo.



Fundação Presidente Antônio Carlos – FUPAC
Faculdade Presidente Antônio Carlos de Ubá
www.ubafupac.com.br

A partir destes conceitos será realizado um planejamento estratégico para uma empresa do ramo contábil, será apresentado uma estrutura de planejamento contemplando um período de 3 anos.

SUMÁRIO EXECUTIVO

Uma empresa de contabilidade tem como objetivo prestar informações relevantes aos seus usuários, uma base sólida e bem estruturada para que seus clientes tomem decisões gerenciais mais cabíveis e precisas.

O mercado contábil vem crescendo ano após ano devido ao poder de informação e tecnologia. Apesar da entrada de novos concorrentes no mercado, os serviços contábeis sempre estão em alta por serem a base para qualquer tipo de organização.

O escritório Carinho Serviços contábeis fornece serviços contábeis abrangentes e de qualidade para satisfazer as necessidades de seus clientes. Nossa equipe altamente qualificada e experiente oferece soluções personalizadas e orientação especializada em contabilidade, auditoria, impostos e consultoria financeira.

Sua missão é fornecer serviços contábeis confiáveis e precisos para nossos clientes, ajudando-os a tomar decisões informadas e alcançar o sucesso financeiro. Além disso, se esforçam para estabelecer relacionamentos de longo prazo com clientes, baseados na confiança, integridade e profissionalismo.

Principais serviços oferecidos pelo escritório contábil:

1. Contabilidade e Escrituração Fiscal: Realizam toda a organização e registro das atividades contábeis e fiscais de nossos clientes, garantindo conformidade com as leis e regulamentos aplicáveis.



Fundação Presidente Antônio Carlos – FUPAC
Faculdade Presidente Antônio Carlos de Ubá
www.ubafupac.com.br

2. Auditoria: Realizam auditorias independentes e revisões contábeis para garantir a precisão e a confiabilidade das demonstrações financeiras de nossos clientes.

3. Planejamento Tributário: Auxiliam os clientes na redução de sua carga tributária, garantindo conformidade com as leis fiscais em vigor.

4. Consultoria Financeira: Fornecem orientação especializada em análise financeira, planejamento de negócios e tomada de decisões estratégicas.

5. Folha de Pagamento e Recursos Humanos: Oferecem serviços de processamento de folha de pagamento e gerenciamento de recursos humanos, garantindo conformidade com as leis trabalhistas.

Por meio dessa abordagem centrada no cliente, combinada com conhecimento e experiência em contabilidade, define-se o comprometimento em ajudar os clientes a atingir seus objetivos financeiros e alcançar o sucesso nos negócios.

Este plano estratégico visa analisar e prestar consultoria para empresa contábil afim dela sobressair diante a concorrência. Portanto, é fundamental que seja elaborado um plano detalhando as etapas que envolvam todos os aspectos.

O principal objetivo deste plano estratégico é driblar a concorrência e fazer com que a empresa cresça ainda mais em seu meio, em um período de três anos com o desenvolvimento de metodologias e processos de trabalho, visando sempre o aumento da produtividade e a diferenciação da empresa em relação aos concorrentes.



Fundação Presidente Antônio Carlos – FUPAC
Faculdade Presidente Antônio Carlos de Ubá
www.ubafupac.com.br

CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

Segundo dados do SEBRAE:

A Contabilidade surgiu há 2.000 a.C com a necessidade controlar o patrimônio. No Brasil a contabilidade surgiu das atividades coloniais e com isso, surgiram as atividades econômicas e gastos públicos. A atividade é representada pelo CNAE 6920-6/01 Atividades de contabilidade, e atualmente são 125.072 empresas ativas no país, sendo 2.426 filiais.

A empresa em estudo é a Carinho Serviços contábeis LTDA, Carinho Serviços Contábeis, uma tradicional prestadora de serviços completos em Contabilidade, na Zona da Mata Mineira, com sede em Ubá, MG.

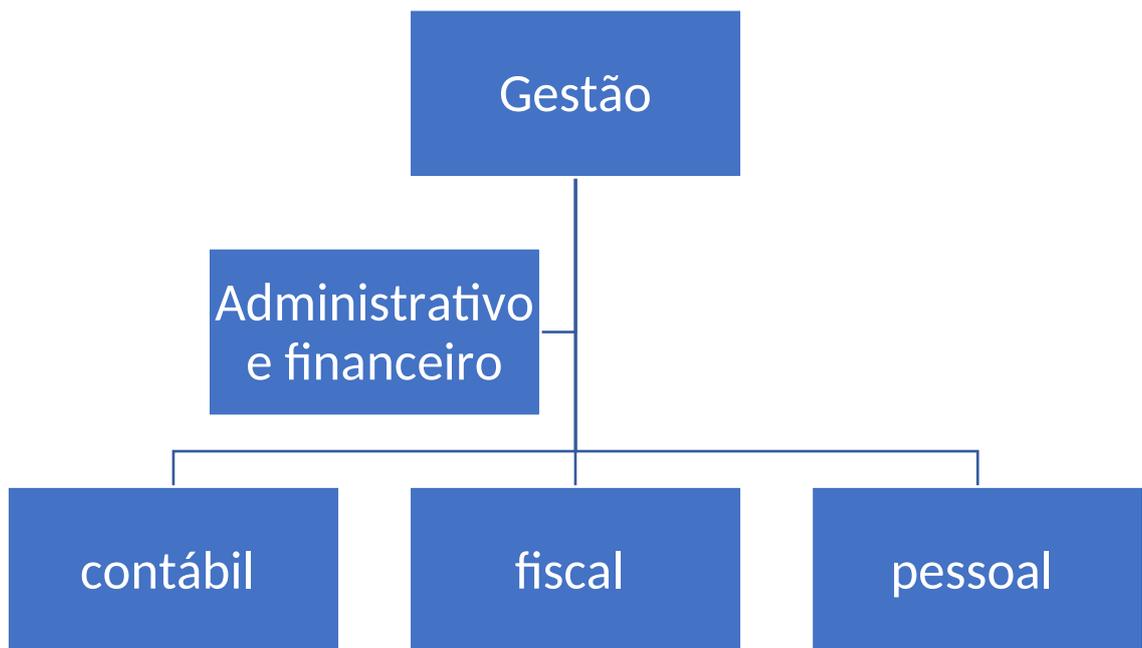
O ramo de atividade é prestação de serviços, O mercado de prestação de serviços contábeis é bastante concorrido. Por isso, é importante manter a qualidade no atendimento e serviços. Como diferencial em relação à concorrência, o contador deve traçar um diagnóstico correto da situação real do empreendimento, de forma a estabelecer estratégias adequadas para o cliente atingir suas metas e objetivos.

Seus Produtos Ofertados/Produzidos: Prestação de serviços de contabilidade para pessoa física ou jurídica, microempresas, associações, entre outras entidades.



Estrutura organizacional

Figura 2



Fonte: elaborado pela autora após pesquisas,2023.

Podemos observar neste fluxograma que há um nível hierárquico, onde o gestor se trata do contador responsável pela empresa, logo abaixo o setor administrativo, no qual quem está responsável por esse departamento é o sócio minoritário que é de extrema confiança do gestor geral, seguido pelos outros departamentos nos quais são ocupados por membros familiares.



Fundação Presidente Antônio Carlos – FUPAC
Faculdade Presidente Antônio Carlos de Ubá
www.ubafupac.com.br

PLANO ESTRATÉGICO

A empresa Carinho Serviços Contábeis, por ser pioneira na cidade e ser uma empresa de familiar, já apresenta uma cultura de existência, e quais princípios norteiam suas ações. Definindo-os:

Missão: oferecer ao cliente serviços contábeis com qualidade e maestria, buscando sempre superar as expectativas dos clientes sempre mantendo os padrões éticos e legais.

Visão: continuar sendo referência e confiança em melhor prestação se serviços contábeis.

Valores: Ética profissional, credibilidade, transparência, respeito ao cliente.



Fundação Presidente Antônio Carlos – FUPAC
Faculdade Presidente Antônio Carlos de Ubá
www.ubafupac.com.br

Objetivos organizacionais

Afim de recuperar a frente em serviços contábeis da região em um prazo de 3 anos, a organização em estudo tem seus objetivos bem definidos, para driblar a concorrência e manter a confiabilidade e credibilidade de seus clientes.

Quadro 1:

Período: 3 anos consecutivos	
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> • Ser referência em contabilidade; • Realizar treinamentos e capacitação da equipe; • Aumentar a rentabilidade e faturamento; • Satisfação dos clientes; • Ampliar as áreas de atendimento mantendo sempre atualizadas.

Fonte: Elaborado pela própria autora 2023.



Fundação Presidente Antônio Carlos – FUPAC
 Faculdade Presidente Antônio Carlos de Ubá
www.ubafupac.com.br

ANÁLISE SWOT

A Análise S.W.O.T. também denominada análise F.O.F.A. em português, é uma ferramenta estrutural da administração, utilizada na análise do ambiente interno (Forças e Fraquezas) e externo (Oportunidades e Ameaças), com a finalidade de formulação de estratégias da empresa. Nesta análise identificamos as Forças e Fraquezas da empresa, extrapolando então Oportunidades e Ameaças internas para a mesma (RIBEIRO NETO,2011).

Análise interna e externa das forças e limitações da empresa: (Análise SWOT- FOFA)

Figura3:



Fonte: elaborado pela própria autora 2023.



Fundação Presidente Antônio Carlos – FUPAC
Faculdade Presidente Antônio Carlos de Ubá
www.ubafupac.com.br

A partir destas informações podemos relacionar no ambiente interno as forças e fraquezas, e no ambiente externo as oportunidades, para assim indicar o que for mais relevante, fixar os objetivos e metas e sugerir as mudanças para que as mesmas sejam alcançadas.

Os objetivos estratégicos estão alinhados a missão visão e valores da empresa, que irão direcionar os aspectos específicos para alcançar os objetivos estratégicos.

Para Chiavenato (2010) os objetivos são os resultados específicos que a organização deseja alcançar em um período pré-definido, e deve ser trabalhado junto com a missão e a visão, pois são os objetivos estratégicos que estabelecem os resultados concretos que se deseja alcançar. Com base nesse conceito foram desenvolvidos os seguintes objetivos estratégicos e suas metas.

- Ser referência em contabilidade, atualmente a empresa carece de conteúdos e plataformas de redes sociais, hoje há uma grande necessidade dessa tecnologia, as pessoas buscam por conhecimento a todo momento.
- Realizar treinamentos e capacitação da equipe, por ser uma empresa antiga e familiar, os integrantes não estão tão atualizados.
- Implantar cursos, treinamento e qualificação de colaboradores da empresa e de seus clientes. Suporte na implantação de sistemas e controles internos.
- Aumentar a rentabilidade e faturamento, a empresa busca por aumentar seu
- Satisfação dos clientes, realizando pesquisas periódicas, feedbacks, portais de ouvidoria.

Ampliar as áreas de atendimento mantendo sempre atualizadas. Devido as novas tecnologias e as diversas mudanças no meio contábil, é necessário que a



Fundação Presidente Antônio Carlos – FUPAC
Faculdade Presidente Antônio Carlos de Ubá
www.ubafupac.com.br

empresa expanda suas áreas para não perder seus clientes e conseguir vários outros.

Destacando que todo esse processo de mudança terá um tempo de 3 anos total e será realizada gradualmente.

As empresas contábeis precisam entregar a seu cliente um serviço com a qualidade semelhante a um departamento interno de prestação de serviços contábeis com um custo inferior a este, o que não é fácil. A prestação de serviços contábeis de qualidade representa custos mais elevados. Precisa de uma boa estrutura e profissionais qualificados, que são o maior custo na prestação de serviços contábeis.

Observa-se que para empresa atingir a missão na qual se propõe é necessário conhecimento, estratégia e capacitação profissional, pois é nela que se define o ponto de partida para o planejamento estratégico.

Para que se alcance a missão é necessário que a empresa se proponha a levar inovações aos seus clientes, promover treinamento adequado para sua equipe para melhor atendimento, prestar seus serviços com agilidade e eficácia.



Fundação Presidente Antônio Carlos – FUPAC
Faculdade Presidente Antônio Carlos de Ubá
www.ubafupac.com.br

PROJETO E PLANO DE AÇÃO

As estratégias adotadas terão um período de 3 anos, que terá início em janeiro de 2024 e finalizará em janeiro de 2027. Cada etapa do processo terá um tempo estimado a ser realizado para que as mudanças sugeridas sejam graduais e precisas. Neste contexto será descrito as ações para cada estratégia adotada.

Reestruturação do escritório

Por se tratar de um escritório mais antigo é necessárias mudanças, sua sede é bem localizada, no entanto os equipamentos de trabalho estão um pouco defasados.

Para isso as ações sugeridas são: substituição de equipamento de informática, Adequação do Arquivo, Mudança do Software Contábil, esperando uma melhora na qualidade de informação, agilidade nos processamentos, podendo ser implantado já nos primeiros 6 meses.

Qualificação dos trabalhadores

É necessário que os colaboradores se mantenham atualizados para prestar um atendimento de qualidade e se manter à frente da concorrência, sugerindo-se então promover cursos e treinamentos internos, aumentar o quadro de funcionários e indicar gestores para cada área de atendimento, a atualização dos colaboradores torna-se um elemento fundamental para o desempenho de suas tarefas, apresentando reflexos em outros objetivos estratégicos como promoção da marca, aprimoramento dos controles internos e otimização dos processos e aumento do



Fundação Presidente Antônio Carlos – FUPAC
Faculdade Presidente Antônio Carlos de Ubá
www.ubafupac.com.br

faturamento esperando assim profissionais mais capacitados, menos sobrecarregados, em um período de um ano e meio.

Ampliação dos serviços prestados

Implantar suporte e treinamento ao cliente, com isso espera-se uma maior fidelização por estar valorizando o cliente que está a mais tempo e novos clientes. Além disso documentos serão enviados por e-mail para agilizar o processo e não deixar o cliente tanto tempo aguardando para o seu recebimento. será fundamental na diminuição do trabalho e na maior agilidade na prestação dos serviços. Uma fase importante será o envio de documentos aos clientes e recebimento de solicitações deles pelo site da empresa. Que irá agilizar a entrega de informações O seu tempo de implantação será de aproximadamente 2anos.

Espera-se que ao final do período estimado todas as etapas estejam concluídas, e a empresa esteja atuando nesta nova metodologia, aumentando seus clientes e sendo referência em serviços contábeis em sua região. O processo será acompanhado semestralmente para avaliar as propostas implantadas, podendo ser reavaliadas dependendo do direcionamento dado pela empresa.



Fundação Presidente Antônio Carlos – FUPAC
Faculdade Presidente Antônio Carlos de Ubá
www.ubafupac.com.br

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve como objetivo realizar consultoria estratégica para o escritório Carinho Serviços contábeis situado na cidade de Ubá, MG. Onde na fase inicial foi realizado o embasamento científico e notou-se que a literatura sobre Planejamento Estratégico é bem ampla, e possui vários meios de se obter resultados.

Foram definidas as estratégias após identificar a Missão, Visão e Valores, fazer uma análise dos pontos fortes, fracos, ameaças e oportunidades, avaliando os objetivos e metas para assim desenvolver a ação estratégica.

O plano de ação foi desenvolvido de acordo com as necessidades e estrutura da empresa, onde definiu-se o tempo esperado para cada ação desenvolvida.

Podendo assim dizer que o Planejamento Estratégico necessita do apoio e comprometimento de toda organização para que as ações sejam implementadas com sucesso. Baseado nessa afirmativa, cada integrante da organização é responsável por cumprir o planejado para as diversas etapas do processo.

Com isso Conclui-se que, o planejamento estratégico é de grande importância e utilidade para as empresas, pois contribuirá com a melhoria da gestão e competitividade de uma empresa contábil independente do porte e do mercado atendido pela empresa.



Fundação Presidente Antônio Carlos – FUPAC
Faculdade Presidente Antônio Carlos de Ubá
www.ubafupac.com.br

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AZEVEDO, M, COSTA, H. Métodos para Avaliação de Postura Estratégica. Caderno de

Pesquisas em Administração. São Paulo, 18p. abril 2001.

CHIAVENATO, Idalberto; SAPIRO, Arão. Planejamento Estratégico: fundamentos e aplicações. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

DIAS, Sérgio Roberto (Coord.). Gestão de marketing. São Paulo: Saraiva, 2003.

ESCRITÓRIO DE CONTABILIDADE-Análise de negócio
<https://www.portaldecontabilidade.com.br/tematicas/escritorio.htm> Acesso em
06/12/2023

KOTLER, Philip. Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle. São Paulo: Atlas, 1992.

OLIVEIRA, Djalma P. R. de. Planejamento Estratégico: Conceitos, Metodologia, Práticas. São Paulo: Atlas, 2012.



Fundação Presidente Antônio Carlos – FUPAC
Faculdade Presidente Antônio Carlos de Ubá
www.ubafupac.com.br

RIBEIRO NETO, E. ANÁLISE SWOT – Planejamento Estratégico para Análise de

Implantação e Formação de Equipe de Manutenção em uma Empresa de Segmento

Industrial, São João Del Rei, 2011. Monografia realizada para obtenção de Título de

Especialista em MBA pela Faculdade Pitágoras, São João Del Rei, 2011. 33 páginas.

Disponível em: <http://www.icap.com.br/biblioteca/172349010212_FORMATADA.pdf>. Acesso em: 06/12/2023

SEBRAE-Escritório de contabilidade.
https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/IDEIAS_DE_NEGOCIO/PDFS/180.pdf Acesso em 06/12/2022



Fundação Presidente Antônio Carlos – FUPAC
Faculdade Presidente Antônio Carlos de Ubá
www.ubafupac.com.br

Anexo

Faculdades Presidente Antônio Carlos de Ubá Trabalho de Curso Curso de Administração e Ciências Contábeis ELABORAÇÃO DE UM PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Vocês são uma equipe de Consultores, contratados para elaborar o Planejamento Estratégico da empresa Carinho Serviços Contábeis, uma tradicional prestadora de serviços completos em Contabilidade, na Zona da Mata Mineira, com sede em Ubá, MG. A empresa está enfrentando a entrada de novos concorrentes neste mercado, alguns deles incentivados pelas Prefeituras e Associações. Ela tem como vantagem:

- Um bom sistema de prestar serviços baseados em relacionamentos antigos e estáveis com microempresas.

- Ser a pioneira no ramo.

Como desvantagem apresenta:

- Baixo nível de treinamento;

- Recursos Tecnológicos obsoletos

- Falha na educação dos colaboradores com os clientes internos;

- Falta de habilidade conceitual na sua linha de frente. Questões para desenvolvimento com embasamento científico (citações e referências de acordo com ABNT)



Fundação Presidente Antônio Carlos – FUPAC
Faculdade Presidente Antônio Carlos de Ubá
www.ubafupac.com.br

CAPA FOLHA DE ROSTO SUMÁRIO

- PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

- Conceito e Definição
- Etapas do Planejamento
- Importância
- Benefícios

A) INTRODUÇÃO

B) Desenvolvimento: Elaboração de uma estrutura de planejamento estratégico, contemplando um prazo de três anos, definindo:

- 1) Sumário Executivo
 - 2) Razão Social
 - 3) Nome de Fantasia
 - 4) Localização
 - 5) Ramo de Atividade
 - 6) Tipo de Negócio
 - 7) Mercado de atuação
 - 8) Público Alvo
 - 9) Estrutura organizacional
 - 10) Missão
 - 11) Visão
 - 12) Valores
 - 13) Formulação dos objetivos organizacionais
 - 14) Análise interna das forças e limitações da empresa (Análise SWOT-FOFA)
 - 15) Análise externa do meio Ambiente (Análise SWOT - FOFA)
 - 16) Fixação de objetivos e metas
- C) Estabelecer a estratégia empresarial a ser utilizada para alcançar os objetivos propostos, elaborando os planos táticos para as áreas e/ou departamentos que serão mais atingidos pelas mudanças do ambiente externo.



Fundação Presidente Antônio Carlos – FUPAC
Faculdade Presidente Antônio Carlos de Ubá
www.ubafupac.com.br

D) Encerrar o Planejamento Estratégico da Empresa com:

1) Considerações finais

2) Referências OBS: Todo o Trabalho será elaborado dentro das Normas da

ABNT Sugestão de Fonte a ser Pesquisada:

- Biblioteca da FUPAC_Ubá
- Internet e Google acadêmico e outros
- Lei orgânica do Município – Câmara de Vereadores
- Prefeitura Municipal (ISSQN) – Região da Zona da Mata
- IBGE • SEBRAE/MG (Regional e Local)
- FGV • Agência de desenvolvimento das cidades – Associação Comercial
- Projeto Pedagógico do Curso • Conselho Regional de Contabilidade (CRC)
- Outros.