

**FACULDADE NOSSA SENHORA APARECIDA
CURSO DE TECNOLOGIA EM GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS
RELATÓRIO DO PROJETO INTERDISCIPLINAR III**

**PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO EM RECURSOS HUMANOS NA
EMPRESA META CONTABILIDADE**

Alaine Brito de Souza
Alessandra Cardoso de Souza
Cleiton Aguiar Silva Souza
Larissa Almeida de Souza Miranda
Maria Luiza Conceição Duarte Silva
Shiverson da Silva Andrade

Orientador: Prof. Esp. Vinícius Bernardes

Aparecida de Goiânia, 2019.

**FACULDADE NOSSA SENHORA APARECIDA
CURSO DE TECNOLOGIA EM GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS
RELATÓRIO DO PROJETO INTERDISCIPLINAR III**

**PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO EM RECURSOS HUMANOS NA
EMPRESA META CONTABILIDADE**

Relatório do Projeto Interdisciplinar III, apresentado em cumprimento às Exigências do Curso de Tecnologia em Gestão de Recursos Humanos.

Aparecida de Goiânia, 2019.

FACULDADE NOSSA SENHORA APARECIDA
CURSO DE TECNOLOGIA EM GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS
RELATÓRIO DO PROJETO INTERDISCIPLINAR III

Alaine Brito de Souza
Alessandra Cardoso de Souza
Cleiton Aguiar Silva Souza
Larissa Almeida de Souza Miranda
Maria Luiza Conceição Duarte Silva
Shiverson da Silva Andrade

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO EM RECURSOS HUMANOS

Avaliado em _____ / _____ / _____

Nota Final: () _____

1 Professor Orientador: Prof. Esp. Vinícius Bernardes

2 Professor Leitor

Aparecida de Goiânia, 1º Semestre /2019.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	5
1 CONCEITO DO NEGÓCIO	6
1.1 Histórico Da Empresa.....	6
1.2 Discrições Da Empresa.....	6
1.3 Produtos E Serviços.....	6
2 OBJETIVO.....	6
2.1 Objetivos Gerais.....	6
2.2 Objetivos Específicos	7
3 METODOLOGIA.....	7
3.1 Pesquisas De Campo.....	7
3.2 Pesquisas De Bibliográfica.....	8
4 DESENVOLVIMENTO	8
4.1 Fundamentos Da Teoria.....	8
4.1.1 O Setor Rh	8
4.2 Missão, Visão, Principios E Valores	9
4.3 O diagnóstico estratégico por meio da matriz SWOT.....	10
4.3.1 Fatores internos:	11
4.3.2 Fatores externos:	12
4.4 Tipo de planejamento estratégico dentro da empresa	12
4.5 Estratégia de sobrevivência	12
4.6 Estratégia de Desenvolvimento.....	13
4.7 Estratégia de manutenção.....	14
4.8 Estratégia de Crescimento	14
5 PLANO DE AÇÃO	14
6 A ANÁLISE DA EMPRESA	16
6.1 Setor De Rh.....	16
6.1 Missão, Visão, Principios E Valores	17
7 DIAGNOSTICO ESTRATEGICO POR MEIO DA MATRIZ SWOT.....	18
8 TIPOS DE ESTRATÉGIAS A SER UTILIZADAS PELA EMPRESA.....	20
8.1 Estratégia de manutenção.....	20
8.2 Estratégias criadas para reverter os pontos fracos:	20
9 PLANO DE AÇÃO	20
10 CONCLUSÃO.....	23
11 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	25

INTRODUÇÃO

O trabalho aqui apresentado foi realizado no âmbito da disciplina de metodologia, tem como objetivo propor um projeto com planejamento na área de Recursos Humanos para analisar e diagnosticar os planejamentos estratégicos da empresa META CONTABILIDADE, assim criar e propor pontos estratégicos para que possam vir melhorar o desenvolvimento dentro da organização e obter resultados positivos.

Sendo uma das ferramentas que possibilitam administrar melhor seus negócios, o planejamento estratégico torna mais fácil estabelecer metas independentemente do tamanho da empresa. E para se alcançar um desempenho superior é necessário desenvolver a gestão de recursos humanos, para que se possam explorar seus processos da melhor maneira, se desenvolvendo e mantendo-se firme no mercado.

O atual cenário que as empresas se encontram em modificação constante, os administradores e gestores devem estar cientes dessa mudança, para que o ambiente interno e externo da organização tenha relação com as ameaças e oportunidades, forças e fraquezas sejam feitos planos com base na situação que a empresa se encontra.

1 CONCEITO DO NEGÓCIO

1.1 Histórico Da Empresa

A empresa Meta Contabilidade presta serviços na área contábil, tributária e trabalhista. Atuando há 15 anos no mercado, tendo como foco a promoção de soluções para pessoas físicas e jurídicas.

- RAZÃO SOCIAL: Meta Contabilidade – Eirele ME

- NOME FANTASIA: Meta Contabilidade

1.2 Discrições Da Empresa

É uma empresa de terceirização de serviços de contabilidade, que conta com uma equipe de 75 colaboradores, atendendo clientes em 12 dos 27 estados da federação. Atendendo clientes de nomes conhecidos como a rede Piquira, Auto Shopping Cidade Empresarial, Machado Transportes, entre outros.

1.3 Produtos E Serviços

A Meta Contabilidade e Consultoria presta serviços nas áreas contábeis, tributaria trabalhista e previdenciária, apoiando e assessorando de forma eficiente, rápida e com qualidade aos nossos clientes.

Procurando atender cada vez mais as mudanças no cenário contábil atual, atuamos com profissionais preparados e qualificados para atender as diversas necessidades e obrigações da empresa.

2 OBJETIVO

2.1 Objetivos Gerais

Apresentar conceitos e métodos do planejamento estratégico dos recursos humanos na empresa Meta Contabilidade.

2.2 Objetivos Específicos

- Apresentar o organograma da empresa;
- Definir missão, visão, princípios/ valores;
- Elaborar do diagnostico estratégico da empresa através da matriz SWOT (pontos fortes, pontos fracos, oportunidades e ameaças);
- Definir ação estratégica que será aplicada pelo recursos humanos;
- Apresentar planos de ação 5W2H.

3 METODOLOGIA

Para Gil (1999), “o método científico é um conjunto de procedimentos intelectuais e técnicos utilizados para atingir o conhecimento”. Para que seja considerado conhecimento científico, é necessária a identificação dos passos para a sua verificação, ou seja, determinar o método que possibilitou chegar ao conhecimento.

Para o desenvolvimento desse projeto foram realizadas duas pesquisas amplas. A primeira sendo uma pesquisa de campo onde foram realizados dentro do ambiente da organização a observação e coleta de dados. A segunda pesquisa sendo bibliográfica onde foi realizada por meio de livros, sites e outras formas de pesquisas sendo uma pesquisa descritiva, com o intuito de descrever as características de um estudo e buscar conhecimentos sobre planejamento estratégico.

3.1 Pesquisas De Campo

A pesquisa de campo é necessária à presença do pesquisador no local onde haverá a observação e coleta de dados, a fim de verificar a realidade do tema pesquisado não por intermédio de livros, jornais ou revistas, mas pessoalmente.

Na pesquisa de campo foi realizada uma entrevista de conversação com o responsável para conhecer os procedimentos usados no planejamento estratégico que a empresa utiliza.

Na pesquisa de campo, objeto fonte é elaborado em seu ambiente próprio. A coleta de dados é feita nas condições naturais em que os fenômenos ocorrem, sendo assim diretamente observados sem intervenção e manuseio por parte do pesquisador. Abrange desde os levantamentos (surveys) que são mais descritivos, até estudos mais analíticos. (SEVERINO, 2007, p.123)

3.2 Pesquisas De Bibliográfica

Pesquisa bibliográfica é um dos diversos tipos de pesquisa secundarias onde se realiza a pesquisa adquirindo as informações no ato de consulta a livros, revistas, jornais, filmes, etc. “é o exame ou consulta de livros ou documentação escrita que se faz sobre determinado assunto”.

(KELLER, 1999, p. 55) É o exame ou consulta de livros ou documentação escrita que se faz sobre determinado assunto. Há definição para pesquisa bibliográfica como sendo “o conjunto de materiais escritos/gravados, mecânica ou eletronicamente, que contém informações já elaboradas e publicadas por outros autores”.

(SANTOS, 2002, p.31, apud Veloso, 2011, p. 55). (...) Buscar pelos ensinamentos contidos nos livros é trabalhar com a experiência e a vivencia alheia. Sem uma boa base bibliográfica, porém não há trabalho que se pode chamar de científico. (VELOSO, 2011, p.55).

4 DESENVOLVIMENTO

4.1 Fundamentos Da Teoria

4.1.1 O Setor Rh

O departamento aborda os processos de RH: provisão; aplicação; remuneração; desenvolvimento; manutenção; monitoração em um modelo de gestão estratégica, que define e conceitua gestão estratégica de pessoas

exemplificando com algumas atividades de RH envolvidas em cada processo. Objetiva levantar algumas questões para reflexão, e instigar a elaboração de novos trabalhos sobre o tema.

Segundo (CHIAVENATO, 1996).

Em outras palavras, o papel do RH na empresa vai além das despesas, encargos sociais, impostos, salários, etc. Ele é e deve se tornar uma vantagem competitiva, sendo necessário administrar com as pessoas e não administrar RH.

Figura 1: Organograma dos Cargos do RH



Fonte: <https://meto1s10t2g06.files.wordpress.com/2010/05/organograma-rh-ideal.jpg>

4.2 Missão, Visão, Princípios E Valores

A Missão de uma empresa pode ser definida como a razão pela qual ela existe, o motivo pelo qual ela foi concebida e projetada. São estes preceitos que evidenciam as diretrizes da instituição quanto ao seu planejamento estratégico futuro.

A missão funciona como o propósito orientador para as atividades da organização e para aglutinar os esforços dos seus membros. Serve para clarificar e comunicar os objetivos da organização, seus valores básicos e a estratégia organizacional. Cada organização tem a sua missão própria e específica. (CHIAVENATO, 2005, p.63).

A Visão inspira-se naquilo que se almeja para o futuro, porém deve ser um sonho atingível, realista. Ao definir a visão de uma empresa, se estabelece a perspectiva para longo prazo.

Os Princípios e valores guiam a conduta de uma organização, quando planos de missão e visão estiverem em execução. Nos valores de uma empresa estão intrínsecos os princípios éticos e morais de um indivíduo.

De acordo com Oliveira (2005), os valores são o conjunto dos princípios e crenças que a organização carrega, fornecendo suporte para a tomada de decisões. Além de contemplarem uma grande interação com questões éticas e morais. Podendo se transformar em combustível para vantagem competitiva.

4.3 O diagnóstico estratégico por meio da matriz SWOT.

A análise SWOT é uma ferramenta utilizada para fazer análise ambiental, sendo à base da gestão e do planejamento estratégico numa empresa ou instituição. Pode ser utilizada para qualquer tipo de análise de cenário, desde a criação de um blog à gestão de uma multinacional. Este é o exemplo de um sistema simples destinado a posicionar ou verificar a posição estratégica da empresa ou instituição no ambiente em questão. Segundo Pereira (2010, pg. 114), "a análise de matriz SWOT tem como objetivo reunir os itens como pontos fortes e relacionar com pontos fracos, ameaças e oportunidades. "

Análise SWOT é uma ferramenta de gestão que serve para fazer o planejamento estratégico de empresas e novos projetos.

A análise SWOT é muito utilizada no planejamento estratégico das empresas ou de novos projetos, pois consiste na realização de um diagnóstico completo sobre o negócio e o ambiente que o cerca.

Com isso, o empreendedor tem um embasamento para formular suas estratégias de gestão e marketing com mais segurança.



Fonte: <https://rockcontent.com/blog/como-fazer-uma-analise-swot/>

4.3.1 Fatores internos:

Devem-se considerar os fatores que a organização tem controle, sempre envolvendo recursos, capacidades e processos, como: colaboradores, especialização, tecnologia, marcas, patentes, recursos financeiros, experiência dos gestores, processos organizacionais e produtivos, informações sobre o mercado, valores ou cultura, agilidade ou capacidade de mudança. E nesta análise interna se verifica os pontos fortes e os pontos fracos.

De acordo com Chiavenato (2003,pg 167):

os critérios a serem avaliados no ambiente interno são: recursos financeiros, liderança e imagem de mercado, condicionamento competitivo que gera barreiras à entrada de novos competidores, tecnologia, vantagens de custo, propaganda, competência e inovação de produtos.

4.3.2 Fatores externos:

Os fatores externos consideram fatores que estão fora do controle da organização e que não há nada que a empresa possa fazer para mudar ou evitar.

São fatores como políticas governamentais, infraestrutura da empresa, recursos logísticos, mercado, competidores, ambiente econômico, globalização e outros. Nesta análise externa se verifica as oportunidades e as ameaças, geralmente utilizando pesquisas de mercado, pesquisas na Internet, livros, estudos de caso, materiais de feiras e congressos, e outros recursos.

Para a análise do ambiente externo deve-se avaliar, por exemplo, a mudança de hábitos do consumidor, surgimentos de novos mercados, diversificação, entrada de novos concorrentes, produtos substitutos (CHIAVENATO 2003, pg 173).

4.4 Tipo de planejamento estratégico dentro da empresa

A importância das estratégias na empresa é um dos fatores mais importantes da boa administração é a definição clara da estratégia empresarial. Administrar bem é implementar as ações estratégicas, gerenciando-as e buscando os recursos necessários para que os objetivos sejam atingidos.

Certo (2003, p. 103) afirmando que:

“Planejamento é o desenvolvimento sistemático de programas de ação destinados a alcançar objetivos de negócio estabelecidos de comum acordo por meio de análise da avaliação e da seleção das oportunidades previstas”

4.5 Estratégia de sobrevivência

A estratégia de sobrevivência é adotada quando a sobrevivência de uma organização está ameaçada e ela não está competindo com eficiência. Nessas situações utilizar a estratégia de sobrevivência deve somente ser adotada quando não existem outras formas de reverter o quadro de crise da empresa.

Este cenário de crise pode ser compreendido quando a organização se encontra num ambiente desfavorável para manter sua operacionalização, obtendo um grande percentual de pontos fracos e um alto índice de ameaças externas.

Este é um tipo de estratégia empresarial que tende a diminuir o tamanho da empresa eliminando os “desperdícios” ou mesmo fechando uma unidade de negócio pela venda de seus ativos.

Segundo Oliveira (2007) estratégia pode ser definida como:

“Estratégia é definida como um caminho, ou maneira, ou ação formulada e adequada para alcançar, preferencialmente de maneira diferenciada, as metas, os desafios e os objetivos estabelecidos, no melhor posicionamento da empresa perante seu ambiente.” (pág. 181)

4.6 Estratégia de Desenvolvimento

A estratégia de desenvolvimento é utilizada quando a empresa busca um aumento de suas vendas, levando seus produtos a novos mercados, a organização almeja penetrar em novos mercados comercializando seus produtos e serviços até então negociados em um único perfil mercadológico, deixando de atender uma única segmentação de público. Para Lacombe (2003, p. 162) “O planejamento é um processo administrativo que visa determinar a direção a ser seguida para alcançar um resultado desejado.”

De acordo com pesquisa realizada pelo SEBRAE (2005), “a taxa de mortalidade das empresas brasileiras é de 46,7% no segundo ano de existência, 53,4% e 62,7% para o terceiro e quarto ano de existência.”

Para suportar essas dificuldades e na tentativa de amenizar as incertezas, as empresas precisam utilizar instrumentos para prever cenários, na tentativa de garantir o desenvolvimento e a permanência no mercado.

Para que isso ocorra, é preciso que se implante uma política de planejamento e que medidas estratégicas sejam adotadas na organização, utilizando-se ferramentas de apoio.

4.7 Estratégia de manutenção

A estratégia de manutenção é utilizada com o propósito de manter as linhas de atuação ou de negócios, evitando que seus esforços competitivos se tornem dispendiosa, atingindo dessa forma o aumento de sua posição competitiva.

Para Fernandes (2004, pág. 181)

“complementa que a estratégia de manutenção para uma empresa atuante em mais de um setor, corresponde à manutenção do atual conjunto de empresas. Já para uma empresa que atua em um único setor, tal estratégia é aquela que matem quase as mesmas operações, sem buscar um crescimento significativo nas receitas ou no tamanho da empresa.”

4.8 Estratégia de Crescimento

Estratégias de crescimento: Empresas voltadas para aumento de lucros das vendas ou das participações do mercado estão aumentando, pois com isso agregam mais valor na empresa por isso são chamadas de estratégias de crescimento. Para isso trazem benefícios de expansão do negócio, inovação, e muitas vezes internacionalizações da empresa. Maximiano (2007), “são vistas por seus concorrentes como empresas de perfil criativo, incerto e ao mesmo tempo desafiador. ”

5 PLANO DE AÇÃO

Plano de Ação é uma das ferramentas mais simples e eficientes para o planejamento e acompanhamento de atividades. Ele pode ser utilizado para garantir que nenhuma tarefa seja deixada para trás, desde simples atas de reuniões até tarefas mais complexas, como um projeto pequeno.

5W2H: Plano de ação

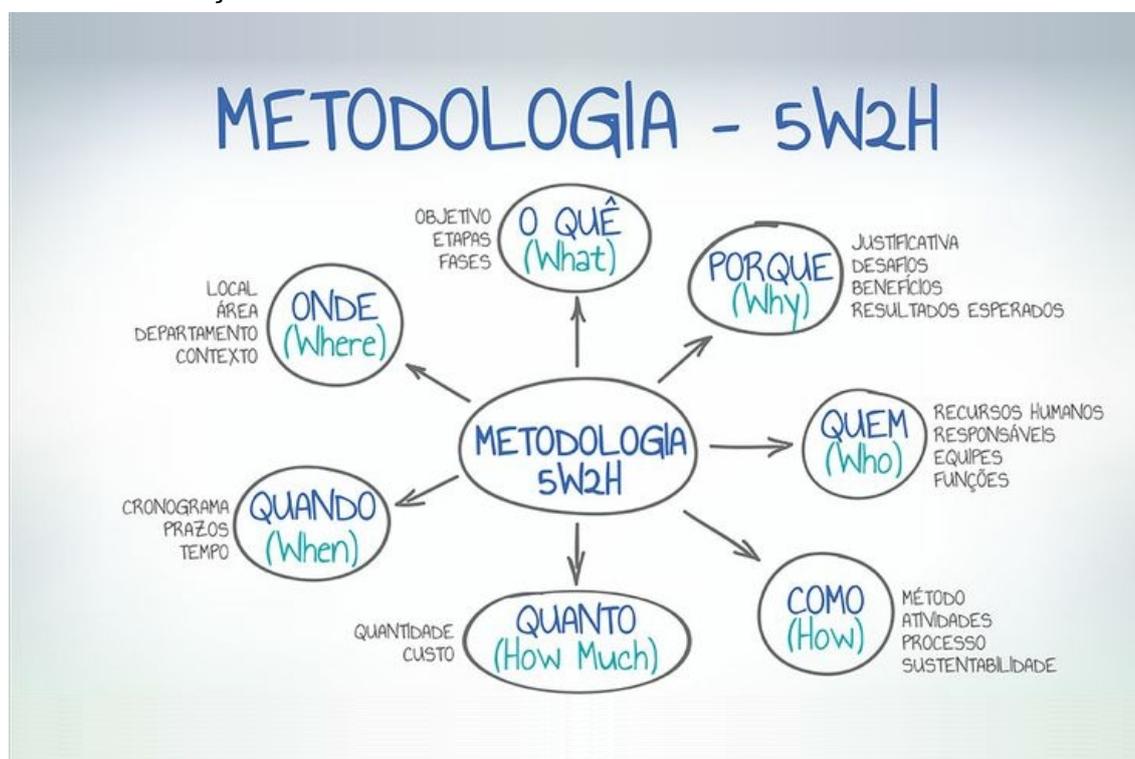
- What (o que será feito?)
- Why (por que será feito?)
- Where (onde será feito?)

- When (quando?)
- Who (por quem será feito?)
- How (como será feito?)
- Howmuch (quanto vai custar?)

O que será feito antes de tudo, é hora de identificar descrever o problema de forma adequada. Por que será feito é uma explicação conhecida que contribua para a solução do problema deve ser declarada. Onde será feito pois um defeito ocorre em uma parte do processo, onde ele está localizado. Quando será feito: Você tem uma meta a alcançar, portanto, precisa determinar quando cada uma das tarefas propostas será realizada e também a duração de cada uma delas. Por quem será feito: Primeiro, veja quem são os indivíduos associados ao problema. Como será feito nas etapas anteriores, você definiu quase tudo. Mas não há como colocar a estratégia em prática sem entrar nos detalhes sobre como isso será feito. Quanto vai custar: De nada adianta criar um plano mirabolante se ele não está ajustado à realidade financeira da empresa.

Segundo Meirelles e Gonçalves (2001, pg 234), como uma evolução do Planejamento Estratégico, a Gestão Estratégica surgiu com um corpo teórico mais amplo, com a "comunicação de uma visão estratégica global da empresa para os diversos níveis funcionais, com o objetivo de que as iniciativas da empresa sejam coerentes com a diretriz geral".

Figura 3: Plano de Ação



Fonte: <http://www.agarreseusuccesso.com.br/5w2h-entenda-o-que-e/>

6 A ANÁLISE DA EMPRESA

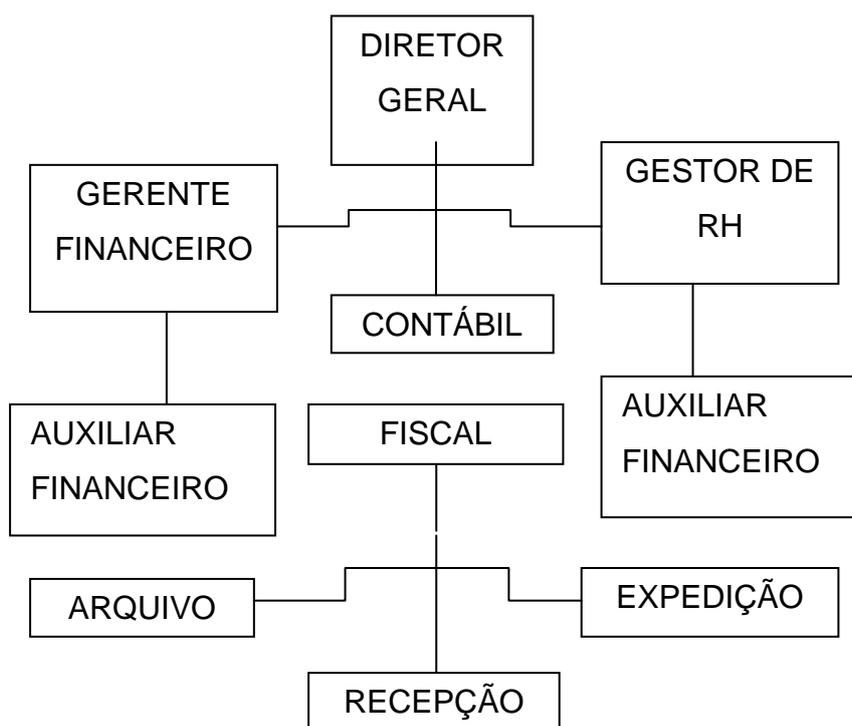
6.1 Setor De Rh

Os Recursos Humanos na empresa Meta Contabilidade e mais que entrevistar selecionar, contratar e demitir funcionários, a gestão de agregar pessoas é responsável por agregar valor, cuidar, supervisionar e motivar os colaboradores da empresa.

O organograma é uma ferramenta de gestão que pode ser encontrada nas organizações. Segundo Chiavenato (2001, p. 251), "organograma é o gráfico que representa estrutura formal da empresa".

Resume-se na proposta de organizar e distribuir as responsabilidades e os limites de autoridades, entre diversos níveis hierárquicos da empresa. A Empresa Meta Contabilidade tem suas funções distribuídas como apresentado no organograma na figura 4.

FIGURA 4 – Organograma da empresa Meta Contabilidade EIRELE-ME



De acordo com o organograma e com a pesquisa de campo, verifica-se que o Diretor é também o proprietário da empresa. Na hierarquia organizacional, logo se tem a Diretor Geral, Gerente Financeiro, Auxiliar Financeiro, Gestor de Recursos Humanos, Auxiliar de Recursos Humanos, Departamento cargo Contábil, Departamento Fiscal, Arquivo, Expedição, e pôr fim a Recepção.

O Diretor dirige, planeja, organiza e controla as atividades de diversas áreas da empresa, fixando políticas de gestão dos recursos financeiros, administrativos, estruturação, racionalização, e adequação dos serviços diversos.

O Gestor De RH é o que consiste em promover a eficiência e a eficácia dos trabalhadores de uma dada organização, para que esta consiga atingir os seus objetivos da melhor forma possível.

O Auxiliar de RH ajuda na execução de algumas funções básicas para a empresa: contratação de funcionários, controle de presença e faltas do funcionário, apontamento quanto a direitos a serem exercidos pelos empregados (férias, hora-extra, adicionais, etc.), e, por fim, trata das situações de demissão do empregado dentro da empresa.

6.1 Missão, Visão, Principios E Valores

Missão: Orientar, prevenir, assessorar, informar gerencialmente, controlar, avaliar as operações de seus clientes para que eles executem com êxito suas atividades: comprar, produzir e vender bens e serviços gerando lucros que satisfarão a todos.

Visão: Ser referência de qualidade e responsabilidade em serviços contábeis e assessoria empresarial.

Valores: O homem está intimamente ligado ao sucesso de qualquer empreendimento. Por esta razão nós devemos sempre estimular a criatividade, o entusiasmo e o compromisso dos nossos colaboradores, oferecendo-lhes oportunidades para o desenvolvimento pessoal e profissional, ter qualidade de vida, saúde e segurança.

7 DIAGNOSTICO ESTRATEGICO POR MEIO DA MATRIZ SWOT

Para apresentação do diagnóstico estratégico da empresa Meta contabilidade utilizamos a matriz swot uma das ferramentas mais utilizada pelas empresas. Através da matriz swot identificamos os pontos positivos e fracos que são variáveis controláveis fatores internos e as oportunidade e ameaças que são variáveis incontroláveis fatores externos. Conforme a tabela a seguir:

FIGURA 5: Matriz Swot da análise da empresa

AMBIENTES INTERNOS	FORÇA	FRAQUEZAS
	EXCELÊNCIA EM ATENDIMENTO	DESINTERESSE DO COLABORADOR
	BAIXA ROTATIVIDADE DOS COLABORADORES	DEFICIÊNCIA NA COMUNICAÇÃO INTERNA FALTA DE TREINAMENTOS
AMBIENTES EXTERNOS	OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
	EXPANSÃO DO ATENDIMENTO EM OUTRAS CAPITAIS	FALTA DE PESSOAL QUALIFICADO NO MERCADO
	AVANÇOS TECNOLÓGICOS	PERDA DO CLIENTE

De acordo com a Matriz Swot, foram analisados o ambiente interno que são os pontos fortes e fracos, e o ambiente externo que são as forças e oportunidades da empresa Meta contabilidade.

Pontos fortes:

- Excelência no atendimento: com uma equipe experiente, a empresa busca sempre solucionar e resolver os serviços procurados pelos clientes, mostrando sempre honestidade e transparência.
- Baixa rotatividade dos colaboradores: o índice de demissões são baixos contribuindo para uma relação de confiança entre empresa e cliente proporcionando tranquilidade, segurança e confiabilidade para execução dos serviços. E também a empresa busca sempre manter o clima organizacional tranquilo, procura valorizar seus colaboradores contribuindo para retenção de talentos favorecendo crescimento da empresa.

Pontos fracos:

- Desinteresse do colaborador: não satisfeitos com a missão da empresa, reconhecimento, falta de alguns benefícios favorecem para o não cumprimento das metas estabelecidas da empresa.
- Deficiência na comunicação interna: os perfis profissionais, valores individuais, a falta de comunicação entre a equipe de trabalho prejudica os ideais da empresa.
- Falta de treinamentos: devido erros na execução de alguns serviços podem ocasionar perdas de clientes, e importante a empresa oferecer cursos de capacitação aos colaboradores para mantê-los atualizados para que os resultados sejam positivo para a empresa e clientes.

Oportunidades:

- Expansão do atendimento em outras capitais: através da prestação de serviços com qualidade, segurança e confiabilidade a empresa busca conquistar novos clientes, com profissionais altamente qualificados.
- Avanços tecnológicos: com o uso das ferramentas modernas o recursos humanos aumentam sua eficiência tem mais controle sobre suas ações dentro da empresa favorecendo para uma gestão de qualidade.

Ameaças:

- Falta de mão de obra qualificada: na busca de novos colaboradores, muitos não atendem aos requisitos dos cargos para preencher as vagas oferecidas.
- Perda de clientes: falhas no atendimento e erros podem ocasionar a insatisfação do cliente o mesmo procura outra empresa, ou seja, a concorrência.

8 TIPOS DE ESTRATÉGIAS A SER UTILIZADAS PELA EMPRESA

8.1 Estratégia de manutenção

Neste caso, a empresa identifica um ambiente com predominância de ameaças e fraquezas, porém dispõe de uma série de pontos fortes que possibilita a sobrevivência da empresa e com isso mantém a posição conquistada até o momento de forma a sedimentar ao máximo os seus pontos fortes, tentando ainda maximizar os pontos fracos e minimizar os pontos fortes dos concorrentes.

8.2 Estratégias criadas para reverter os pontos fracos:

Buscar parcerias com instituições que ofereçam cursos de qualificação na área contábil com o objetivo de desenvolver os colaboradores; oferecer aos colaboradores benefícios que ampliem os seus conhecimentos na área; organizar promoções nos períodos de grande demanda aos serviços de contabilidade; estimular o cumprimento de metas e objetivos e a cultura do feedback, eliminar os ruídos da comunicação interna.

9 PLANO DE AÇÃO

Plano de ação 1 – Desinteresse dos colaboradores

O quê?	Por quê?	Onde?	Quando?	Quem?	Como?	Quanto?
Metodo que incentive e motive a equipe	Motiva-los a se empenhem na função que estão exercendo	Empresa Meta Contabilidade (interna)	19 de julho 2019	Gestor e colaboradores	Por meio de palestras de motivação. E outros meios que os insentivem a trabalhar	Sem custo

Para sanar os problemas de desinteresse dos colaboradores e falta de motivação, o gestor de departamentos irá por meio de palestras e atividades de descontração para poder motivar os colaboradores a exercer com força de vontade sua função e obter bons resultados.

Plano de ação 2 – Deficiência na comunicação interna

O quê?	Por quê?	Onde?	Quando?	Quem?	Como?	Quanto?
Sera excutada uma ação para envolver os colaboradores e assim melhorar a comunicação	Falta de interação dos funcionarios prejudicando o desenvolvimento do serviço	Meta Contabilidade	13 de Junho	Empresa terceirizada responsaveis por cursos tecnicos	Cursos de capacitação na area tecnicas para os funcionarios obterem melhor resultado na função.	1.500,00 reais

Para conseguir melhorar a comunicação entre os funcionários do departamento de cobrança o gestor irá buscar cursos técnicos para ser aplicado na área de cobrança, fazendo com que isso aumente o rendimento dos colaboradores.

Plano de Ação para Treinamento

O quê?	Por quê?	Onde?	Quando?	Quem?	Como?	Quanto?
Treinamento DE QUE E PARA QUEM?	Capacitar colaboradores para exercer corretamente sua função	Empresa Meta contabilidade	20 de junho a 23 de junho	Empresa responsável por treinamentos sobre contabilidade	Cursos voltadas para contabilidades e tarefas da área, juntamente com palestras para motivar	Custo financeiro de 3 mil reais.

De acordo com o plano de ação feito, será implantado na empresa Meta Contabilidade para conseguir que sejam alcançados resultados positivos que envolvam todos os funcionários fazendo que com isso a empresa possa se desenvolver e produzir mais com a ajuda dos itens sugeridos para motivação dos colaboradores.

10 CONCLUSÃO

Equipe: conta com 75 colaboradores, atende clientes de 12 estados.

Estratégia: usar ferramenta de **análise swot** para uso da base de gestão e do planejamento estratégico na empresa ou instituição. A importância das estratégias é um dos fatores mais importante. É a definição clara da estratégia empresarial.

Estratégia é :

- Implementar ações estratégicas
- buscar recursos necessários para os objetivos serem atingidos.
- Para atrair clientes pelas redes sociais.
- Fortalecer e vínculo com clientes.

Conhecimento: procura atender cada vez mais as mudanças necessárias no cenário contábil atual, com profissionais preparados e qualificados para atender as diversas necessidades e obrigações.

Nos cursos mensais que são realizados ficar atento a legislação sobre mudanças.

Plano: o plano de ação **5w2h** é uma das ferramentas mais simples e eficientes para o planejamento e acompanhamento de atividades.

Inovação: o mercado contábil está passando por inovação, o qual ela está se tornando online, onde daqui uns anos cliente não irá precisar em ir em cartório para abertura de empresas, assinaturas etc.

Análise: o rh da empresa citada e mais que entrevistar, selecionar, contratar e demitir funcionários, a gestão de agregar pessoas é responsável por agregar valores, cuidar, supervisionar e motivar os colaboradores.

O planejamento estratégico é de grande importância para sobrevivência e desenvolvimento das empresas tanto interno quanto externa, e para a sua permanência no mercado é necessário ter metas que sejam desafiadoras e inovadoras para a fluidez da organização.

Partindo dessa visão de que o planejamento estratégico não se baseia somente nos pontos fracos da organização, mas sobre a procura do enriquecimento dos pontos fortes, e minimizando as ameaças e maximizando as oportunidades. Sendo assim, o planejamento estratégico entra em ação, com a finalidade de suprir

as necessidades e alcançar o objetivo da empresa, como ponto de partida a análise da estrutura organizacional, onde deverá ser trabalhado cada ponto estratégico que a empresa visa alcançar, sejam eles externos ou internos.

Através do planejamento estratégica sendo uma das principais ferramentas para a gestão da organização, este projeto é fundamental para o desenvolvimento da empresa para alcançar os objetivos almejados. Partindo desse mesmo princípio, sendo o gestor o responsável pela implantação do projeto, tem como finalidade acompanhar o desempenho de cada ação. Pois proporciona o alinhamento dos colaboradores com a organização podendo assim alcançar todos os objetivos.

Conclui-se que o planejamento estratégico para a empresa Meta Contabilidade será extremamente relevante para que a empresa consiga obter resultados positivos e significativos para a melhoria dos problemas detectados por meio da matriz Swot, onde se beneficiará por meio da melhor organização e de seu funcionamento. Sendo assim o uso do planejamento estratégico será uma forma proveitosa para que a empresa consiga atingir os potenciais desejados de curto e longo prazo.

11 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CHIAVENATO, Idalberto – Teoria geral da administração. 6^º edi. Revisada e atualizada. Rio de Janeiro. 2001.

CHIAVERATO, Idalberto, Recursos Humanos. Ed. Compacta, 7 ed. São Paulo: Atlas, 2002.

CHIAVENATO, Idalberto (2009). Recursos Humanos - O Capital Humano das Organizações. 9 ed. São Paulo.

GIL, A. C. Métodos e técnicas de pesquisa social. São Paulo: Atlas, 1999.

LACOMBE, Francisco. Recursos Humanos: Princípios e Tendências. 2^a Edição. São Paulo: ed. Saraiva, 2011.

MAXIMIANO, A. C. Introdução à administração. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1995.

SEVERINO, A. J. Metodologia do trabalho científico. 21. ed. São Paulo: Cortez, 2000.

OLIVEIRA, D.P.R Planejamento estratégico: conceitos, metodologias e praticas. 13^a ed., São Paulo: Atlas, 1999.