

01 a 04 de outubro de 2018

**Evento:** XIX Jornada de Extensão

**PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO EM GESTÃO DE PESSOAS EM UMA  
EMPRESA DO RAMO DE OFICINA MECÂNICA<sup>1</sup>  
STRATEGIC PLANNING IN MANAGEMENT OFF PEOPLE IN A COMPANY  
OF THE MECHANICAL OFFICE BRANCH**

**Bruna Szulczewski Dos Santos<sup>2</sup>, Nairana Soares Ecker<sup>3</sup>, Mariana Da Silva<sup>4</sup>,  
Vivian Andréia Krummenauer<sup>5</sup>**

<sup>1</sup> RESUMO EXPANDIDO NO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

<sup>2</sup> Aluno curso presencial unijui

<sup>3</sup> Aluna curso de administração presencial

<sup>4</sup> Aluna curso presencial administração

<sup>5</sup> aluna do curso de administração

### **Introdução**

O mercado está em transformação continua, cada vez mais competitivo, globalizado e tecnológico. Alguns anos atrás, as pessoas eram vistas apenas como um simples recurso da empresa, um trabalhador braçal da era industrial e não como parte essencial da organização. No entanto nos dias de hoje isso tudo mudou e a preocupação está mais voltada para a qualidade de vida do ser humano em seu ambiente de trabalho.

O planejamento estratégico, visa ter uma visão antecipada de quais ações irão ocorrer num futuro próximo. Por meio dele, se determina as atividades que devem ser desempenhas tendo em vista as metas e os objetivos da empresa. O mesmo tem a função de planejar sua forma de trabalhar com as pessoas, de acompanhar o desenvolvimento organizacional através das técnicas de recrutamento, seleção, capacitação, treinamento entre outros.

Esse estudo teve como principal objetivo a criação de um planejamento estratégico em gestão de pessoas em uma pequena empresa do ramo de oficina mecânica.

Sobretudo, este estudo é viável, pelo fato da empresa ter apresentado interesse pela pesquisa e o estudo em si. Também, acredita-se que, o mesmo, possa contribuir para que os gestores tenham mais conhecimento e saibam entender melhor como é o funcionamento do planejamento em gestão de pessoas e assim auxiliar em uma melhor tomada de decisão, garantir sua sobrevivência nos negócios e oferecer um ambiente organizacional que satisfaça seus colaboradores de forma que os mesmos se sintam felizes e satisfeitos em sua carreira profissional. E também buscar soluções para possíveis problemas nessa área especifica da empresa.

### **Metodologia**

01 a 04 de outubro de 2018

**Evento:** XIX Jornada de Extensão

Para o alcance dos resultados, quanto à sua natureza, classificou-se a pesquisa como aplicada, a qual foca em problemas e tem o propósito de gerar soluções.

A coleta dos dados se deu através de visitas a empresa. Realizou-se uma entrevista semiestruturada com perguntas abertas elaboradas pelos autores desse trabalho dos quais foram respondidas pelos sócios proprietários da empresa.

Pesquisa de campo, a qual visa aprofundar algumas questões e remete desenvolver investigações no próprio local em que ocorrem os fenômenos (ZAMBERLAN et. al, 2014).

Por fim, após a coleta dos dados, para a análise das informações, classifica-se em qualitativa, tendo em vista as respostas dos proprietários.

## **Resultados**

A organização em estudo é uma pequena empresa familiar do ramo de Oficina Mecânica reparadora de serviços e comércio de peças automotivas, localizada no município de Ijuí-RS.

A mesma possui 2 sócios e 3 funcionários. Presta serviços de manutenção de motores, troca de óleo, conserto de caixa de câmbio, injeção eletrônica, freios, suspensão, iluminação e consertos em geral, atendendo toda a linha de veículos e utilitários leves, nacionais e alguns importados.

*Análise do Ambiental-Geral:* Na análise das variáveis do macro ambiente identificaram-se os fatores que trazem oportunidades e ameaças para a empresa.

*Variáveis tecnológicas:* Os automóveis estão cada vez mais diferenciados, com design arrojado, tecnologia de ponta

*Variáveis sociais e culturais:* Nesse aspecto a qualidade de vida das pessoas também tende a influenciar a empresa, de modo que quanto maior o poder aquisitivo da população, maior é o poder de compra, pois, a maioria das pessoas possui carro próprio o qual sempre necessita de manutenção

*Análise ambiental-Específica:* Em relação ao microambiente, é necessário conhecer o ambiente interno para acompanhar seus pontos fracos e fortes.

*Fornecedores:* Possui um sistema de cadastro de fornecedores, na qual mantém de forma bem organizada, o produto que cada fornecedor oferece e suas condições de pagamentos.

*Clientes:* Sua maioria são homens, de diferentes idades, de várias localidades próximas, tanto do interior quanto da cidade. Também presta serviços para empresas e órgãos públicos.

*Agências Reguladoras:* O órgão dos Bombeiros que fiscaliza a questão de segurança da empresa, o

01 a 04 de outubro de 2018

**Evento:** XIX Jornada de Extensão

sindicato dos metalúrgicos do município de Ijuí, na qual tem como função defender os direitos dos trabalhadores nesse setor, realizar convenções coletivas, oferecer qualidade de vida aos trabalhadores nesse setor. A Secretaria Municipal do Meio Ambiente, na qual a empresa necessita ter licença ambiental para operação de seus serviços. Dentro dessa, exige-se o destino adequado de seus resíduos.

Sobre a área de Gestão de Pessoas, não possui um setor específico por ser uma pequena empresa, o setor de contabilidade auxilia na parte burocrática. As vagas são preenchidas de acordo com a necessidade. O anúncio da vaga é feito junto ao SINE e a contratação acontece através de uma análise de currículos ou mesmo por indicação de alunos do SENAI.

Por fim, apresenta-se a análise do ambiente interno e externo (SWOT) com o objetivo de avaliar a organização e sua posição frente ao mercado onde está atuando. Para o desenvolvimento do planejamento estratégico, fez-se necessário uma análise interna e externa da empresa estudada.

Quadro 1: Análise SWOT

01 a 04 de outubro de 2018

Evento: XIX Jornada de Extensão

PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
<p>1-Empresa familiar</p> <p>2-Localização da empresa</p> <p>3-Envolvimento do proprietário na finalização dos serviços</p> <p>4-Separação dos resíduos</p> <p>5-Sala do cliente</p> <p>6-Serviço de busca e entrega de veículo</p> <p>7-Sistema informatizado</p> <p>8-Terceirização de serviços de Recursos humanos, a contratação ocorre na própria empresa.</p> <p>9-Bons relacionamentos entre chefes e colaboradores</p> <p>10-Reunião com colaboradores, ambiente ventilado e bem iluminado.</p> <p>11- Para reduzir custo o proprietário opta em realizar treinamento e depois repassar os conhecimentos aos seus colaboradores.</p>	<p>1-Fachada e estrutura física da empresa precisa ser melhorada, para melhorar a imagem da organização.</p> <p>2-Falta de um organograma formal</p>
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
<p>1-Aumento das taxas de juro na venda de veículos novos</p> <p>2-Aumento da frota de veículos, ramo de atividade em crescimento.</p>	<p>1-Diminuição do IPI na compra de veículos zero gera aumento nas vendas de veículos novos e consequentemente diminui o serviço na empresa.</p> <p>2-Falta de mão de obra qualificada no mercado.</p> <p>3-Aumento da concorrência.</p>

Verificando o ponto forte 1, o fato de a empresa ser familiar, tem-se como vantagem, já que o poder de decisão fica com os proprietários, diminuindo custos. O ponto forte 3, que diz sobre o envolvimento dos proprietários com a finalização dos serviços qualifica os serviços fazendo com que os funcionários trabalhem com mais qualidade e responsabilidade.

O ponto forte 2, a localização da empresa é uma ótima estratégia de buscar e fidelizar clientes. Já que possui um bom espaço para estacionamento. Dessa forma também se diferenciando dos concorrentes e minimizando a ameaça 3.

Ponto forte 7, gerenciamento através de um sistema de informações, traz ao cliente uma questão de organização e controle da empresa. O ponto forte 11, o alto custo de cursos e treinamentos na área de mecânica, faz com que somente os sócios realizem os cursos e repassam seus conhecimentos aos colaboradores.

Diante do diagnóstico sugere-se a implantação do seguinte plano estratégico em gestão de

01 a 04 de outubro de 2018

**Evento:** XIX Jornada de Extensão

pessoas:

Quadro 2: Plano estratégico em gestão de pessoas



### **Conclusões**

Com objetivo de “ser reconhecida na região onde atua, por seus serviços e bom atendimento. Oferecer um ambiente diferenciado de oficina mecânica. Aumentar o faturamento e contratar mais funcionários”, sugere-se a empresa como prioridade a reforma e ampliação de sua estrutura externa, como fachada e pintura, para que a mesma possa melhorar sua imagem, e consequentemente atrair e conquistar mais clientes aproveitando o crescimento do negócio.

Em Segundo, com intuito de fidelizar clientes, manter o foco no atendimento e bom relacionamento com o cliente. Por esse viés também trabalhar com a gestão de pessoas de maneira a manter um bom relacionamento com os colaboradores, formando uma boa equipe de trabalho para atender bem a demanda.

Porém, por se tratar de mudanças, cabe ao proprietário decidir a adoção e implantação do planejamento estratégico, visto que o modelo desenvolvido se trata de uma proposta sugerida à organização.

Por fim, conclui-se que os objetivos deste estudo foram atingidos com êxito, pela estruturação da proposta do planejamento em gestão de pessoas. E para adiante disso, tal estudo está aberto a futuras possibilidades de pesquisa, visto que sempre há outros assuntos a abordar e analisar ao considerar a vasta abrangência do tema gestão de pessoas.

**Palavras-chave:** Planejamento estratégico; Gestão de pessoas; Análise ambiental; Análise Organizacional.

### **REFERÊNCIAS**

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. 3ª edição. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Planejamento estratégico: Conceitos, Metodologia e Práticas**. 20ª edição. São Paulo: Editora Altas, 2004.

01 a 04 de outubro de 2018

**Evento:** XIX Jornada de Extensão

**sua empresa.** 6ª edição. Rio de Janeiro. 2001.