

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO NO COMÉRCIO DE CRUZ DAS ALMAS – BA

Kátilla Silva Conceição*
Marly de Jesus**
João Luiz da Siva Casas***
Suzane Figueiredo Casas****

As constantes mudanças no cenário econômico mundial estão forçando as organizações a se adaptarem a um mercado cada vez mais competitivo e veloz, uma vez que elevam a complexidade gerencial tornando indispensável ao empresário, estratégias de gestão bem definidas para melhor aperfeiçoamento na tomada de decisão. Na busca por vantagens competitivas, uma das principais ferramentas para o alcance do sucesso empresarial é o planejamento estratégico que consiste em um processo contínuo e dinâmico de ações intencionais, coordenadas e orientadas para tornar realidade um objetivo futuro. No cenário da cidade de Cruz das Almas - BA a situação não se difere, onde os empresários necessitam obter informações sobre o seu segmento de mercado, a fim de estabelecer o caminho a ser seguido pela empresa e conseqüentemente a continuidade da mesma. A partir do exposto o presente trabalho tem como objetivo analisar se existe um planejamento estratégico por parte das empresas do comércio do município de Cruz das Almas, utilizado do entendimento da administração e da cultura da empresa que são os principais obstáculos á adaptação das novas realidades empresariais, contribuindo para que essas empresas percorram por caminhos mais firmes, baseando-se no conhecimento sobre ela mesma, sobre seus concorrentes e seus clientes. Em relação a metodologia optou-se por uma pesquisa de natureza exploratória, com uma abordagem quali-quantitativa, que será conduzida através de uma pesquisa de campo com aplicação de questionário semi-estruturado aos gestores dos supermercados da cidade de Cruz das Almas, tendo como critério de inclusão o número mínimo de cinco check-out. Os dados coletados nesta pesquisa serão dispostos em uma planilha do Excel e transcrito em tabelas e gráficos. Nos dados qualitativos serão utilizadas três etapas primeiramente os dados serão reduzidos, a partir da seleção, simplificação e transformação dos dados originais; em seguida estes serão organizados em esquemas de forma que o pesquisador possa discorrer sobre o tema levando em consideração o conteúdo manifesto e latente do material, procurando desvelar informações implícitas e dimensões contraditórias; e, finalmente, identificados os padrões de respostas e as possíveis explicações. Com isso a relevância dessa pesquisa compreende no entendimento da administração e na cultura da empresa que são os principais obstáculos á adaptação das novas realidades empresariais, contribuindo para que as empresas do comércio de Cruz das Almas percorram por caminhos mais firmes, baseando-se no conhecimento sobre ela mesma, sobre seus concorrentes e seus clientes, podendo assim se organizar melhor, buscando a excelência em seus serviços e estando preparada para as adversidades e mudanças que ocorrem no mercado.

Palavras-chave: Estratégia. Competitividade. Gestão.

* Discente do Curso de Bacharelado em Administração da Faculdade Maria Milza.katillasilva@hotmail.com.

** Mestre em Ciências Agrárias, Professora orientadora da Faculdade Maria Milza. marly_dej@hotmail.com

*** Especialista em Gestão Estratégica de Negócios. Professor da Faculdade Maria Milza. casas.joao@gmail.com

**** Especialista em Gestão Estratégica de Negócios. Professor da Faculdade Maria Milza.suzanegsf@gmail.com