

O Planejamento no Estágio Supervisionado em Relações Públicas: Ícaro Restaurante¹

Carlane CUCCAROLO²
Tassiara Baldissera CAMATTI³
Universidade Caxias do Sul, RS

RESUMO

Este artigo foi realizado a partir de um relatório de estágio curricular, sendo importante salientar que o objetivo principal do estágio é possibilitar experiências práticas ao acadêmico, permitindo que o mesmo utilize todo o aprendizado teórico, absorvido durante o curso, e avalie a aplicabilidade, os benefícios, as dificuldades e responsabilidades das atividades de Relações Públicas. Nesse sentido, busca-se pesquisar e compreender como se sucedeu este processo, a partir da apresentação do campo de estágio, diagnóstico da empresa, execução dos planos de ação e a avaliação dos resultados obtidos.

PALAVRAS-CHAVE: Planejamento estratégico; Comunicação organizacional; Relações Públicas.

1 INTRODUÇÃO

A sociedade atual está vivendo na era da informação e pode-se dizer que o sucesso das empresas é medido conforme as habilidades que elas desenvolverem para processar dados, modificá-los para uma informação, distribuí-los acertadamente e aproveitá-los de forma rápida para tomar decisões.

O campo da comunicação organizacional no Brasil cresceu nas últimas quatro décadas, e agregou elementos de uma sociedade mais acessível e mais exigente, do ponto de vista comportamental, e mais complexa do ponto de vista das propostas econômicas, sociais e ecológicas. Assim, esses novos padrões de negócios e valores, requerem uma nova postura das empresas em suas práticas comunicacionais. É necessário levar em conta os relacionamentos, os contextos, o ambiente externo e interno, bem como a complexidade do processo de comunicação.

Nesse cenário, o estágio curricular de Relações Públicas realizado no Restaurante Ícaro, Cuccarolo e Cia Ltda., tornou-se substancial, pois a empresa não possui um departamento de comunicação e esta área não é trabalhada e explorada de forma que reverta em resultados positivos para a mesma.

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Relações Públicas e Comunicação Organizacional, modalidade Planejamento estratégico de Relações Públicas.

² Bacharel em Comunicação Social – Habilitação em Relações Públicas (UCS), email: carlanecuca@yahoo.com.br.

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Relações Públicas, email: tbcamatt@gmail.com.

O trabalho justifica-se pela busca de uma base teórica que referencie a ação, e traz consigo o intuito de fortalecer a imagem da empresa e estruturá-la, dentro do possível, nos seus aspectos táticos, operacionais e estratégicos. A base para isso é o planejamento.

Pode-se dizer que foi de grande valia para a organização comprovar a importância das atividades de comunicação, através de ações realizadas que visaram integrar e valorizar a empresa perante os seus diversos públicos.

2 APRESENTAÇÃO DO CAMPO DE ESTÁGIO

Com a razão social Cuccarolo e Cia Ltda, o Ícaro Restaurante localiza-se na Rua Pinheiro Machado, nº1370, no bairro centro, em Caxias do Sul – RS e atua no mercado há mais de 15 anos. O restaurante serve mais de 300 almoços diariamente, de segunda à sábado, das 11h15min às 14h, com as opções de buffet livre e buffet a quilo.

O Restaurante Ícaro presta serviços inclusive na área de eventos, com espaço que comporta até 150 pessoas. Hoje o estabelecimento recebe eventos como formaturas, aniversários, festas empresariais, casamentos e etc.

2.1 PLANEJAMENTO DO ESTÁGIO

Durante o planejamento do estágio foi identificado o campo de estágio, apresentando a empresa desde seu histórico, estrutura e produtos. Já o diagnóstico trouxe informações da organização e do ambiente onde ela se encontra. Segundo Kunsch,

Nesta etapa do diagnóstico, se procura, pois, detectar aqueles problemas que dizem respeito diretamente às áreas de Comunicação e Relações Públicas. Mas, muitas vezes, pode ser que haja fatos de ordem administrativa ou de outra área, que, indiretamente, são causadores de um conceito negativo que a organização esteja tendo. Então, há que se corrigir o mal pela raiz, indo em busca de maiores informações e análises, a fim de, posteriormente, propor uma solução para esse caso e concomitantemente indicar a atitude a tomar. (KUNSCH, 1986, p. 83).

Na realização do planejamento estratégico foi fundamental fazer uma análise do ambiente onde a organização se encontra, a fim de gerar uma **Matriz SWOT** que definiu qual a postura estratégica desta empresa.

A primeira etapa para a elaboração da matriz, foi identificar os pontos fortes, pontos fracos, que dizem respeito ao ambiente interno, e as oportunidades e ameaças, que correspondem ao ambiente externo. SWOT é a abreviação do termo em inglês: *Strengths*

*Weaknesses Opportunities Threats*³. Na segunda etapa, foram geradas estratégias para cada cruzamento.

A próxima etapa foi a definição da **Postura Estratégica**, conforme Kaplan e Norton (1997). Esta ação visou estabelecer uma direção geral para o desenvolvimento da organização e para a administração de seus vários negócios, serviços e produtos. Este processo é definido na somatização dos itens considerados Pontos Fortes, Pontos Fracos, Oportunidades e Ameaças, a soma que for mais alta mostrará qual o quadrante que caracteriza a empresa.

Assim, a postura estratégica na qual a empresa se enquadra é a de **desenvolvimento**. As organizações com essa postura estratégica são empresas em crescimento e estão nos estágios iniciais do ciclo de vida. Têm produtos e/ou serviços com grande potencial de crescimento. A estratégia requer investimento em novos produtos e na infra-estrutura de apoio.

Depois de definida a postura estratégica, foram elencadas todas as estratégias geradas nos cruzamentos da Matriz SWOT, somando 159 estratégias no total. Destas foram priorizadas as estratégias que mais apareceram nos cruzamentos tendo a incidência de 51% do total das estratégias.

As estratégias prioritárias que se sobressairam foram Comunicação/ Divulgação, Adaptação e Organização. A partir destas estratégias, pensou-se e planejou-se diversas ações com o intuito de aproveitar as qualidades da empresa e as oportunidades disponíveis no ambiente externo. Também amenizar os pontos fracos, tendo a possibilidade de melhorá-los, levando em conta as ameaças presentes neste cenário.

Este plano de ações foi apresentado para a direção da organização no dia 14 de junho de 2012. Das nove ações propostas, duas foram negadas em função das prioridades e do custo do investimento, outra foi aperfeiçoada e então sugeriu-se uma nova ação para complementar o plano estratégico.

A seguir apresenta-se as tabelas com as ações elaboradas para cada estratégia, as quais foram aprovadas pelos sócios da empresa. As mesmas foram desenvolvidas na sequência deste trabalho na disciplina Projeto Experimental III - Estágio II.

³ Pontos Fortes, Pontos Fracos, Oportunidades e Ameaças.

ESTRATÉGIA 1:	ADAPTAÇÃO	Descrição	publico-alvo	atividades (como)	prazo(quando)	Recursos Humanos (quem)	Recursos Físicos	Orçamento Total	meta
	Distribuir o fluxo de pessoas para aproveitar melhor o espaço, e agir ecologicamente. Oferecer um ambiente mais agradável para os colaboradores.			Primeiramente, para medir se o projeto é aplicável ao público do restaurante, realizar uma pesquisa por amostragem com os clientes que almoçam sozinhos. Depois, providenciar material de divulgação (cartazes, folhetos, layout para internet...) junto a uma gráfica, instruir os funcionários para orientar na balança os clientes sozinhos de onde sentar, converter diretamente com essas pessoas divulgando a ideia e seu objetivo, sinalizar as mesas compartilhadas e acompanhar se os clientes irão aderir a essa proposta.	Até 15 de Novembro.	Estagária de Relações Públicas juntamente com a proprietária da organização.	Material de divulgação (panfletos, site, cartazes...) displays para as mesas	R\$ 591,50	Ter 80% dos clientes individuais em mesas de dois lugares ou compartilhadas.
Objetivo:	Pesquisa de clima organizacional e Pesquisa de satisfação com os clientes.		Clientes que almoçam sozinhos.	Dispor um terzo dos folhetos de forma higiênica sem a utilização de sacos plásticos individuais, inicialmente, reitar a opção dos canudos nos sucos naturais, diminuir o uso de sacolas plásticas, diminuir o uso de marmiteix (embalagens descartáveis de alumínio), consicentizar e montar material explicativo voltado para as tarefas dos colaboradores, além de elaborar um material que motive a adesão dos clientes. Providenciar a impressão deste material e display para fixação.	Até 30 de outubro.	Estagária de Relações Públicas juntamente com a proprietária da organização.	Displays, impressora, computador, material plastificado e material de expediente.	R\$ 20,00	Reduzir 30% do material descartável,
Indicador:	Cozinha Agradável	Providenciar um ventilador industrial para refrescar a cozinha do restaurante, que é um lugar muito quente e que interfere na disposição dos funcionários.	Colaboradores	Entrar em contato com empresas que fornecem esse equipamento, orçar valor por pessoa física e por cnpj, ver se já é instalado ou se a instalação é súpada. Manter todos os orçamentos registrados. Verificar qual a melhor opção para o ambiente. Encaminhar para os gestores os orçamentos.	Até 30 de outubro.	Estagária de Relações Públicas juntamente com a proprietária da organização, técnico para instalar o equipamento.	Computador com acesso a internet e telefone.	R\$ 155,00	Diminuir 30% da temperatura atual do ambiente da cozinha.

ESTRATÉGIA 2:	COMUNICAÇÃO/ DIVULGAÇÃO							
Objetivo:	Aumentar e melhorar os canais de comunicação							
Indicador:	Feedback e Satisfação do cliente.							
o que	Descrição	publico-alvo	atividades(como)	prazo(quando)	Recursos Humanos (quem)	Recursos Físicos	Orçamento	meta
Mural de comunicação formal	Percebemos juntamente com a organização, que seria interessante possuir um mural para formalizar a comunicação com os funcionários, que atualmente, é feita verbalmente.	Colaboradores	Provisionar o material necessário para a confecção do mural. Verificar com a organização o espaço ideal para a fixação do mesmo. Informar os colaboradores da existência do mural e sua função.	Até Agosto de 2012. Fixar o mural e procurar materiais para serem abordados. Atualizar quinzenal e sempre que necessário.	Estagiária de Relações Públicas juntamente com a proprietária da organização, profissional para fixar o espelho no local.	Espelho (reutilização) e material de expediente em geral.	R\$ 100,00	Melhorar em 60% as formas de comunicação com os funcionários.
Atualização das redes sociais	Se a empresa já participa de redes sociais, é fundamental mantê-las atualizadas, ou desativar as que não são mais acessadas.	Público em geral e Clientes	Verificar as redes sociais onde o estabelecimento tem um perfil e atualizar os dados com informações recentes. Além de se adaptar, criando um perfil nas novas mídias sociais mais acessadas.	Setembro de 2012. Atualizar os perfis já existentes e criar um novo em outra rede. Manter atualizado diariamente e sempre que existirem informações novas.	Estagiária de Relações Públicas juntamente com a proprietária da organização e um técnico de informática.	Internet e computador.	Disponível.	Adicionar 50% de clientes e mais o possível de clientes em potencial para manter um canal de comunicação aberto.
Criação de Material de Divulgação (Banner e Cartões de Visita)	O material de divulgação servirá de apoio as ações realizadas, a fim de consolidar a imagem da empresa.	Público em geral	Contatar com empresas que fazem o layout e a confecção do mesmo. Pedir uma amostra por e-mail para a aprovação da empresa. Confirmar a compra do material	Setembro de 2012.	Estagiária de Relações Públicas juntamente com a proprietária da organização.	Internet, computador e telefone.	R\$ 136,00	Aumentar 80% da visibilidade da marca do restaurante nos lugares onde sermos eventos.

ESTRATÉGIA 3:	ORGANIZAÇÃO	o que	Descrição	público-alvo	atividades(como)	prazo(quando)	Recursos Humanos (quem)	Recursos Físicos	Orçamento	meta
Objetivo:	Melhorar e aperfeiçoar diversos aspectos que envolvem a organização.	Medir através de registros de ocorrência de manutenções de equipamentos. E aplicar uma prova após os treinamentos. Verificar as pautas e a frequência das reuniões.	Realizar treinamentos voltados para a motivação, uso de equipamentos e boas práticas para o serviço de alimentação. Para o treinamento de motivação e o uso de equipamentos, chamar profissionais especializados naquele segmento. Já para o de boas práticas, utilizar o conhecimento dos funcionários que já fizeram este curso, para passar esse conhecimento para os demais.	Colaboradores da empresa.	Contatar com profissionais das áreas e com o colaborador que irá passar o conhecimento para os outros. Verificar a pauta das palestras e sua relevância. Confirmar a data com os funcionários e os sócios da empresa, para que estejam todos presentes. Fazer uma lista de presença, com o assunto da palestra, carga horária, nome do palestrante, nome e assinatura do funcionário, data e local. Lembrando de conciliar com o horário de expediente.	Treinamento para o Uso de Equipamentos dia 18 de maio às 16h. Treinamento de Motivação dia 19 de maio às 16h. Treinamento de Boas Práticas para Serviço de Alimentação mês de outubro 2012.	Estagiária de Relações Públicas juntamente com a direção da empresa. Além do Técnico de Equipamentos, Psicóloga, funcionária com o curso de Boas Práticas.	Quadro branco e pincel atômico, folhas e canetas para os colaboradores, água e copo para o convidado e organizar as cadeiras para o local do treinamento.	Cortesia.	2 Horas por colaborador, por semestre.
Indicador:	Definir a Missão e os Valores para estruturar a organização, des de sua formulação estratégica.	Com a supervisão dos proprietários do estabelecimento, criar um material informativo com a apresentação da empresa e as normas e diretrizes da casa.	A partir do conhecimento mais aprofundado da organização, marcar uma reunião com os proprietários para entender em que direção seguir no momento de formular algumas opções de Missão e Valores que norteiam essa empresa. Mandar para os proprietários para a adequação e aprovação do mesmo.	Colaboradores da empresa e público em geral.	Verificar com o estabelecimento quais as informações fundamentais para serem passadas por escrito aos funcionários. Elaborar o texto deste manual. Encaminhar para a aprovação dos diretores da empresa. Imprimir uma cópia para cada colaborador. Destinar um momento dedicado a entrega e explicação do objetivo desta ação para os funcionários.	Setembro de 2012	Estagiária de Relações Públicas juntamente com os proprietários da organização.	Material de expediente.	Disponível.	Estruturar 100% da organização, referente ao seu posicionamento estratégico.
Manual do funcionário	Programar reuniões periódicas, irá contribuir no dia a dia da organização, que terá momentos e horários propícios para esclarecimentos da parte da gerência para com os colaboradores e vice versa sobre o andamento das tarefas e as melhorias a serem realizadas.	Programar reuniões periódicas, irá contribuir no dia a dia da organização, que terá momentos e horários propícios para esclarecimentos da parte da gerência para com os colaboradores e vice versa sobre o andamento das tarefas e as melhorias a serem realizadas.	Programar as reuniões conforme o melhor horário para a gerência e para os colaboradores. Verificar no calendário, dia e horários ideais e pré-agendar de preferência sempre no mesmo dia da semana e do mês para criar uma identificação com o funcionário. Anotar em um calendário e deixar lembretes para reforçar a data. Estabelecer previamente a pauta da reunião. Anotar as questões para serem trabalhadas no mês e abordadas no próximo encontro.	Colaboradores da empresa.	Programar as reuniões conforme o melhor horário para a gerência e para os colaboradores. Verificar no calendário, dia e horários ideais e pré-agendar de preferência sempre no mesmo dia da semana e do mês para criar uma identificação com o funcionário. Anotar em um calendário e deixar lembretes para reforçar a data. Estabelecer previamente a pauta da reunião. Anotar as questões para serem trabalhadas no mês e abordadas no próximo encontro.	Outubro de 2012	Estagiária de Relações Públicas juntamente com os proprietários da organização.	Computador e impressora.	Disponível.	Formalizar 70% da comunicação com os funcionários.
Reunião Mensal Pré-agendada.	Reunião Mensal Pré-agendada.	Reunião Mensal Pré-agendada.	Reunião Mensal Pré-agendada.	Colaboradores da empresa.	Reunião Mensal Pré-agendada.	Setembro de 2012	Estagiária de Relações Públicas juntamente com os proprietários da organização.	Computador, impressora e material de expediente.	Disponível.	Melhorar em 80% a forma e o momento para a comunicação com os funcionários.

3 DESCRIÇÃO DO PROCESSO

As ações realizadas durante o período do estágio curricular são estruturadas da seguinte forma, cada ação tem uma justificativa que fundamenta o trabalho que foi realizado, além de expor porque é importante para a empresa executar essa ação. Em seguida é estipulado o objetivo da ação, sua finalidade e propósito. Após são definidos os públicos alvo da ação realizada e é redigido o relato da execução da ação, que aborda o andamento da atividade e como se sucedeu a partir do que foi planejado anteriormente. Na sequência é realizada uma avaliação de cada ação, ponderando todos os pontos que envolveram o trabalho realizado.

Ação	Avaliação
Mural de Comunicação Interna	O mural ficou criativo, com uma excelente apresentação visual, além de ser moderno e prático na colocação das mensagens. Na sequência do projeto, foi melhorado também, o outro mural do estabelecimento, demonstrando que a organização ficou satisfeita com o resultado, almejando dar continuidade ao processo.
Revisão e Criação das Diretrizes Organizacionais	O conhecimento mais aprofundado da empresa, por parte da estagiária, contribuiu para que as diretrizes estratégicas atuais retratem impecavelmente o momento vivido pela organização. Outro ponto positivo foi que, o trabalho oportunizou a apresentação formal, já que todas essas diretrizes faziam parte do entendimento dos proprietários em relação à organização.
Divulgação das Diretrizes Organizacionais	Acredita-se que foi uma atitude perspicaz, realizar a divulgação das diretrizes organizacionais para os públicos da organização. Desta forma, os clientes e colaboradores puderam conhecer as diretrizes organizacionais, não só através do produto e serviço, mas de maneira estruturada e formal. A divulgação com os colaboradores foi gratificante para os proprietários. Já com os clientes, acredita-se que poderia ter sido realizada uma divulgação de uma forma mais criativa, para tentar fixar esses conceitos na mente dos clientes.

Organização de Reuniões Periódicas	<p>Pode-se afirmar que foi muito interessante, observar e acompanhar no decorrer do trabalho, o crescimento do interesse e da participação nas atividades propostas.</p> <p>Um ponto positivo foi ter a pauta para a reunião organizada anteriormente, fazendo com que a reunião fosse objetiva e focada para a resolução dos problemas, gerando um <i>feedback</i> positivo dos colaboradores em relação as reuniões.</p>
Criação e Atualização nas Redes Sociais	<p>Um ponto positivo que se destaca nesta ação, é o fato da empresa desejar se atualizar, criando uma nova forma de comunicação com os seus clientes através da internet, por meio de uma rede social gratuita.</p> <p>A estagiária foi pró-ativa, sugerindo para a organização diferentes ideias para aproveitar o Facebook, como mais uma ferramenta de comunicação, mesmo que, as ideias de criar um <i>mailing</i> com todos os amigos do perfil, segmentar os públicos na rede e divulgar o serviço de eventos, não se viabilizaram.</p>
Material de Divulgação (Banner)	<p>A ação de providenciar a confecção do banner foi uma excelente ideia para divulgar a empresa em eventos externos, a fim de sanar um problema que a organização enfrentava que era a falta de identificação, quando o evento não era realizado no espaço do restaurante.</p> <p>O banner ficou <i>clean</i>, com informações que não serão alteradas nos próximos anos, além de ser impresso em lona, que facilita a limpeza e a conservação do material.</p>
Manual do Funcionário	<p>Pode-se avaliar essa ação como satisfatória, pois cumpriu com o seu objetivo de formalizar a comunicação com os colaboradores da empresa.</p> <p>As etapas executadas pela estagiária são louváveis, pois primeiramente foram buscados todos os subsídios para montar o manual, desde a elaboração, aprovação, impressão, custo, até a entrega do material.</p>
Programa de Treinamento – Dando Asas a Ícaro	<p>Acredita-se que o programa de treinamento Dando Asas a Ícaro, foi um sucesso, mesmo com todos os percalços do caminho, que foram superados um após o outro.</p>

	<p>Os treinamentos atingiram desde a qualificação profissional até o desenvolvimento pessoal de cada um. Percebe-se que a participação da equipe foi um crescente, desde o primeiro treinamento, até o último.</p> <p>Outro fator positivo foi que, todos os treinamentos foram realizados como cortesia por parte dos palestrantes.</p>
Cozinha Agradável	<p>Propiciar um local de trabalho com uma temperatura agradável, para o bem-estar dos colaboradores, é um desafio. Para atingir o objetivo da ação, passou-se muito tempo planejando a melhor marca, modelo, preço e localização para fixação do ventilador industrial.</p> <p>Alguns pontos positivos foram a possibilidade de demonstração do produto e a compra do ventilador industrial direto da fábrica. Porém, pode-se avaliar como um ponto negativo, o equipamento ter apenas amenizado a temperatura quente do ambiente. Talvez se, tivessem sido colocados dois ventiladores industriais, ao invés de apenas um, quem sabe, o resultado tivesse sido satisfatório.</p>
Ícaro Amigo da Natureza	<p>A ação de redução de embalagens plásticas foi extremamente positiva, pois atingiu os objetivos de maneira satisfatória. Outro ponto positivo, é que a partir da identificação das lixeiras e conscientização dos colaboradores, os resíduos passaram a ser destinados de maneira correta.</p> <p>A divulgação para os clientes, sobre a ação de redução do lixo que é gerado pela organização, evidenciou a preocupação do Ícaro com a preservação da natureza.</p>
Mesa Compartilhada	<p>A elaboração das perguntas da pesquisa, referente ao projeto Mesa Compartilhada, ficaram claras e objetivas, e ofereceram os dados necessários para a decisão que seria tomada.</p> <p>Um ponto positivo foi a pesquisa ser aplicada, antes de realizar o projeto, pois a mesma demonstrou que não há necessidade de implanta-lo neste momento. Outro ponto positivo foi realizar juntamente uma pesquisa de opinião,</p>

	foi aproveitado então, este momento para conhecer melhor o perfil do cliente abordando outras perguntas.
Pesquisa de Opinião	A pesquisa de opinião foi produtiva e customizada. A elaboração, estruturação e abordagem da pesquisa foram excelentes. O local escolhido e a impressão de dois questionários por página, foram pontos que precisariam ser melhorados, pois dificultaram a execução da ação. A pesquisa forneceu dados preciosos e os proprietários ficaram muito satisfeitos com os inúmeros retornos positivos em relação ao cardápio, atendimento e a organização.

6 CONSIDERAÇÕES

A conclusão desta etapa da graduação, o estágio curricular, gerou um sentimento de satisfação e tranquilidade ao mesmo tempo, satisfação pelo trabalho executado e tranquilidade, pois foi realizado da melhor forma, conforme o planejamento estratégico.

É muito bom fazer parte de uma organização e se sentir um elemento essencial na equipe. Assim é o trabalho de um profissional de Relações Públicas, que é importante em qualquer ramo de atuação das empresas, seja ela comercial, industrial ou de serviços, visto que todas almejam melhorar sua imagem e aceitação perante os diversos públicos com os quais interagem.

Durante a realização deste estágio, observou-se que o planejamento estratégico trouxe para a organização momentos de reflexão e possibilidades de melhorias pautadas em dados e informações pesquisadas ao longo do período.

Entender e cumprir com as etapas sequenciais do planejamento estratégico foi fundamental na construção deste trabalho acadêmico. Cada parte está relacionada e intrinsecamente ligada ao diagnóstico da empresa.

Fica evidente a responsabilidade do profissional de Relações Públicas ao realizar um planejamento estratégico, contribuindo assim, para o desenvolvimento da organização.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

KAPLAN, R. S.; NORTON, D. P. **A estratégia em ação: Balanced Scorecard**. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de Relações Públicas na comunicação integrada**. 2. ed. São Paulo: Summus, 1986.