



## **Planejamento Estratégico Produtora Júnior - UFBA <sup>1</sup>**

Hortência Nepomuceno <sup>2</sup>

Fernando Ferreira<sup>3</sup>

Leonardo Costa<sup>4</sup>

Universidade Federal da Bahia, Bahia, BA

### **RESUMO**

O trabalho se propõe a descrever uma experiência que gerou a mudança organizacional da Produtora Júnior empresa júnior de comunicação da Faculdade de Comunicação da UFBA, através da elaboração e execução de um planejamento estratégico organizacional estruturado e eficaz com o objetivo de promover mudanças e ao mesmo tempo estabilizar o ambiente de trabalho passando mais segurança e confiabilidade para os integrantes da empresa.

**PALAVRAS-CHAVE:** Gestão Empresarial; Planejamento Estratégico; Comunicação.

### **INTRODUÇÃO**

Planejar significa a formulação sistemática de objetivos e ações alternativas, que ao final, a escolha se dará sobre a melhor ação. Também diz respeito a implicações futuras de decisões presentes, pois é um processo de decisões recíprocas e independentes que visam alcançar objetivos anteriormente estabelecidos.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XIX Expocom, na categoria D Relações Públicas, modalidade processo, como representante da Região Nordeste.

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 6º. Semestre do Curso de Comunicação/Produção em Comunicação e Cultura da UFBA, email: [hortenciasn@gmail.com](mailto:hortenciasn@gmail.com).

<sup>3</sup> Aluno co-autor do grupo e estudante do 3º. Semestre do Curso de Comunicação/Produção em Comunicação e Cultura da UFBA, email: [nando.merces@gmail.com](mailto:nando.merces@gmail.com)

<sup>4</sup> Orientador do trabalho. Professor substituto do Curso de Produção Cultural da UFBA, email: [leo.fcosta@gmail.com](mailto:leo.fcosta@gmail.com)



Com base nessas noções o presente trabalho procura discorrer sobre a experiência de gerenciamento empresarial adquirida através do Planejamento Estratégico, ferramenta auxiliar para otimização do ambiente organizacional implantada na Produtora Júnior – UFBA empresa júnior da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia.

Como toda empresa júnior, a Associação Empresa Júnior de Comunicação e Produção Cultural cujo nome fantasia é Produtora Júnior surgiu do espírito empreendedor de um grupo inquieto de estudantes de Produção Cultural que não estavam satisfeitos com o que a faculdade oferecia em termos de disciplinas, professores e laboratórios. Várias turmas deste curso começaram a se unir em torno da idéia de montar um núcleo de produção.

Alguns encontros aconteceram até a montagem de uma empresa júnior, iniciativa que tem como característica colocar os estudantes em contato com a realidade profissional e atuar na sociedade com projetos e trabalhos de qualidade, tendo o acompanhamento da faculdade. O primeiro trabalho foi realizado em maio de 2001 quando a empresa foi fundada.

A empresa é formada por graduandos dos cursos de Produção em Comunicação e Cultura e de Jornalismo. Entre suas atividades principais, estão: criação gráfica, assessoria de comunicação e produção cultural.

## **OBJETIVO**

O Planejamento estratégico tem como objetivo formular objetivos para a seleção de programas de ação e para sua execução, levando em conta as condições internas e externas à empresa e sua evolução esperada. No contexto organizacional, a estratégia corresponde à capacidade de se trabalhar contínua e sistematicamente o ajustamento da organização às condições ambientais que se encontram em constante mudança, tendo sempre em mente a visão de futuro e a perpetuidade organizacional.

O Planejamento é o método pelo qual a empresa revela o seu propósito organizacional, define e planeja a mobilização de seus recursos para alcançar os objetivos propostos. Estabelece um direcionamento a ser seguido pela empresa, com o objetivo de se obter uma otimização na relação entre a empresa e o seu ambiente.



## **JUSTIFICATIVA**

O Planejamento Estratégico dentro da empresa funciona como um guia de ações a serem desempenhadas pelos membros para que em um período determinado, no caso da empresa, no período de um ano, possamos atingir um objetivo que é a nossa visão.

O Planejamento Estratégico é o método pelo qual a empresa revela o seu propósito organizacional, define e planeja a mobilização de seus recursos para alcançar os objetivos propostos, ou seja, é com esta ferramenta que definimos a nossa Missão (a razão de existir), Visão (aonde a gente quer estar em um determinado período) e os nossos valores (valores pessoais que cada membro deve prezar para que possamos desenvolver os nossos trabalhos). De posse dessas informações é possível organizar a empresa de forma que os seus membros não trabalhem de uma forma aleatória, é possível desenvolver nos membros um foco que permitirá que a empresa desenvolva todos os seus trabalhos sem perder de vista o seu grande objetivo que é traçado com a Missão.

Além de permitir essa melhora dentro da organização interna da empresa, permite conhecer o ambiente na qual a empresa está inserido. Para isso, através, de uma breve pesquisa de cenário é possível identificarmos quais são as nossas principais fraquezas, ameaças, oportunidades e fraquezas. Através do cruzamento dessas informações é a que a empresa pode se preparar e se posicionar para atuar no mercado.

Por mais que seja uma empresa de comunicação, utilizamos essa ferramenta administrativa para organizar, estruturar e motivar os membros para atingir as metas traçadas e por fim atingirmos um resultado satisfatório, e o que é fundamental, garantir a nossa existência.

## **MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

A metodologia utilizada para a execução do planejamento estratégico baseia-se na troca de experiência e tecnologias com outras empresas juniores da UFBA analisando outros modelos e técnicas de planejamento, pesquisas na internet, bibliografias, orientação de



professores da área e grupos de discussão sobre o material pesquisado no intuito de pensar em novas técnicas e organização do planejamento.

Após a estruturação do Planejamento Estratégico Organizacional foram utilizadas técnicas no processo de execução como: isolamento do grupo com o intuito de focarem nas atividades e obterem um ambiente calmo e propício para a concentração nas atividades, utilização de software para a redação no momento da execução do planejamento estratégico, dinâmicas de grupo, discussões, simulações em grupo.

### **DESCRIÇÃO DO PRODUTO**

Este produto é o Planejamento Estratégico da empresa que foi concebido e realizado durante o ano de 2007. Ele é composto pela metodologia de construção do planejamento, pelas planilhas da análise SWOT, pelas planilhas com os objetivos estratégicos, iniciativas e metas e por fim, um relatório final que aborda as principais conquistas do ano de 2007 com base no planejamento estratégico desenvolvido.

### **CONSIDERAÇÕES**

Percebe-se, portanto que o alinhamento organizacional da empresa deve-se a uma ferramenta administrativa e estratégica que após ser aplicada apenas estabelecemos formas de controle durante o ano. O sucesso e o reflexo da mudança organizacional, diz respeito a uma mudança de mentalidade e investimento numa ferramenta simples sem complexidade e gastos.

### **REFERÊNCIAS**

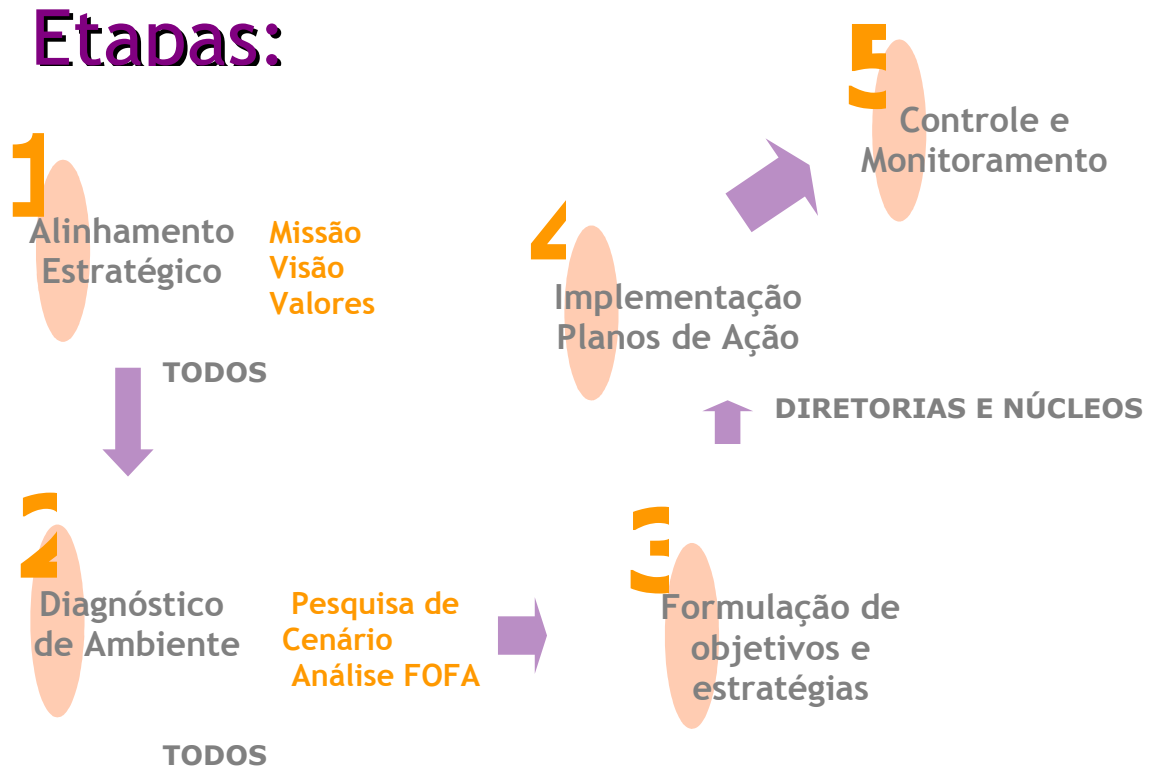
ANSOFF, H. Igor, DECLERK, Roger P., HAYES, Robert L. (Org.) **Do planejamento estratégico à administração estratégica**. São Paulo: Editora Atlas, 1987.

FISHMANN, Adalberto, DE ALMEIDA, Martinho I. R. **Planejamento estratégico na prática**. São Paulo: Editora Atlas, 1990.



GRACIOSO, Francisco. **Planejamento estratégico orientado para o mercado**. 3.ed. São Paulo: Editora Atlas, 1996.

## ANEXO



## ANÁLISE SITUACIONAL (MODELO)

