

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO E EMPREENDEDORISMO: UMA ANÁLISE DA PERCEPÇÃO DE ACADÊMICOS DE IES PÚBLICA E PRIVADA

MICHELE RAASCH¹; LUIZ EDUARDO MASCARENHAS²; ELVIS SILVEIRA-MARTINS³

¹*Universidade Federal de Pelotas – micheleraasch@hotmail.com*

²*Universidade Federal de Pelotas –mascarenha9@gmail.com*

³*Universidade Federal de Pelotas – elvis.professor@gmail.com*

1. INTRODUÇÃO

O planejamento estratégico é um tema muito importante a ser abordado, especialmente quando direcionado para novos empreendedores, tendo em vista sua capacidade de organizar a empresa em função dos objetivos de sua criação. Esta importância é destacada pelo SEBRAE (2013) quando realça que, entre outros, a taxa de sobrevivência de uma organização é afetada por falta de planejamento antes da abertura do empreendimento, além da falta de comportamento/attitudes empreendedoras. Assim, observa-se que o planejamento estratégico serve para dar rumo e organização e orientação sobre os ambientes interno e externo.

BRINGHENTI *et al.* (2001) afirma que o empreendedor, assim que inicia sua empresa, tende a focar as atividades práticas, deixando de lado as gerenciais, o que acaba fazendo com que as tomadas de decisões fiquem mais demoradas e assim se percam grandes oportunidades, e que, talvez, esse seja um dos motivos dos novos empreendimentos fecharem suas portas precocemente.

O processo empreender não é tarefa fácil. Há aqueles empreendedores que sabem desde o princípio que para abrir um negócio é necessária preparação, conhecer o ambiente aonde irá se inserir planejar seus objetivos, preparar o psicológico para um possível fracasso (BRINGHENTI, ET AL. 2001), porém ainda existem aqueles empreendedores que acreditam fielmente que para o negócio ter sucesso é preciso apenas capital de giro (BRINGHENTI, 2000). Este último pensamento é um risco muito alto, pois estes têm grandes chances de entrarem para o *ranking* de empresas que encerram suas atividades logo no primeiro ano.

Para VASCONCELOS FILHO (1985), administrar estrategicamente é repassar a toda a organização que esta deve pensar estrategicamente, com um pensamento maior, e não isolado. Terence (2002), explica que a principal característica do planejamento estratégico deve ser a flexibilidade, tendo em vista as rápidas mudanças do ambiente.

O planejamento estratégico pode ser visto como uma metodologia gerencial que é utilizada para estabelecer a direção que a empresa deve seguir, de acordo com seus principais objetivos, interagindo da melhor forma possível com o ambiente, sendo necessário saber se antecipar aos possíveis problemas, assim como estar devidamente capacitado para identificar e utilizar das oportunidades que poderão surgir (OLIVEIRA, 1998). ALMEIDA (1994) salienta que a pequena empresa ignora o planejamento estratégico, devido o seu pequeno porte, a falta de recurso para contratação de profissionais com conhecimento necessário. A pequena empresa apresenta grandes dificuldades de elaboração de um planejamento estratégico, devido suas dificuldades (TERENCE, 2002).

Podemos considerar ainda que o planejamento estratégico gera uma visão ou uma análise do ambiente geral da organização, assim como identifica suas

oportunidades e ameaças, seus pontos fortes e fracos, e encaminha este diagnóstico ao cumprimento de sua missão, aproveitando as oportunidades e evitando riscos (FISCHAMANN; ALMEIDA, 1991).

BRINGHENTI *et al.* (2001) explica que o planejamento de uma organização deve começar antes dela abrir as portas, e um dos grandes fatores de sucesso dos novos empreendedores é o plano de negócios, uma ferramenta que visa estruturar as principais ideais e objetivos auxiliando na hora da tomada de decisão do empreendedor para decidir se há viabilidade ou não na organização a ser criada.

Para MÜLLER (2003) as principais vantagens do planejamento estratégico são: i) visão de conjunto: profundo conhecimento sobre a organização; ii) agilidade e fundamento de decisões: consenso natural entre os líderes sobre o que é importante; e; iii) direção única para todos: alinha os esforços de todos para o atendimento dos objetivos em comum.

Alguns autores argumentam que o planejamento estratégico não é útil em ambientes com constantes mudanças (MINTZBERG *ET AL.* 2000), argumento que não faz muito sentido, pois o planejamento estratégico vêm justamente para a empresa planejar-se e assim responder rapidamente as mudanças do ambiente (KOTLER; ARMSTRONG, 1993).

2. METODOLOGIA

A pesquisa de caráter quantitativa foi realizada através da aplicação de questionário contendo duas afirmativas, na qual o respondente deveria escolher a que mais lhe representasse: 1) Eu gastaria tanto tempo planejando quanto gerenciando este negócio; 2) Eu gastaria a maior parte do meu tempo gerenciando este negócio. A amostra foi composta por 80 acadêmicos (40 IES pública e 40 IES particular), em duas instituições de ensino de Pelotas, destacadas no município pelo número de alunos, uma pública outra uma particular. Após foram analisados os resultados de cada Instituição e posteriormente comparados. A pesquisa de campo se deu por conveniência, tendo em vista o curto tempo disponível e a facilidade de coletar os dados nestas duas Universidades (FREITAS *ET AL.* 2000).

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Verificou-se que na IES particular 19 (47,5%) respondentes informaram pertencer ao gênero feminino e 21 (52,5%) masculino. Já na IES publica 16 (40%) do gênero feminino e 24 (60%) masculino. Foi identificada que a idade média dos respondentes é de 23,5 anos, com a idade mínima de 18 anos e a idade máxima de 47 anos, considerando as duas IES.

Foi questionado aos acadêmicos se eles teriam a intenção de empreender, e posteriormente se eles gastariam tanto tempo planejando quanto gerenciando seu negócio, ou gastariam o tempo apenas gerenciando o negócio, ou seja, sem planejar.

Os resultados encontrados estão expostos no Quadro 1, abaixo:

Quadro 1 - Resultados planejamento

	Planejamento	Sem Planejamento	Pretendem empreender	
			Sim	Não
UFPEL	65%	35%	87%	13%
UCPEL	57%	43%	82%	18%

Como se pode observar não houve diferença significativa dos resultados quanto as Instituições de ensino. Em ambas os discentes possuem grande intenção de se tornarem empreendedores, alunos da IES pública com este interesse somam 87%, e da IES particular somam 82%. Quanto ao planejamento, ambas as IES possuem acadêmicos preocupados, tanto com o gerenciamento quanto com o planejamento da organização. Na IES pública 65% dos alunos veem a importância de planejar estratégicamente, e na IES particular 57% dos alunos comungam desta visão. Números que podem e devem ser melhorados, pois conforme o SEBRAE (2013) estes indicadores podem apontar para um cenário que não é favorável para o empreendedorismo.

Àqueles que responderam que não pretendem planejar, podem pensar como MINTZBERG *et al.* (2000), que veem o planejamento estratégico como uma ilusão, pois este não garante o sucesso da estratégia, e o alcance dos objetivos pré-determinados.

4. CONCLUSÕES

A pesquisa em questão buscou identificar se os futuros empreendedores se preocupam com o planejamento estratégico dos negócios ou somente com a gestão em si, em duas Instituições de ensino, uma pública e uma particular. Não foram encontrados resultados distintos em consideração quanto aos resultados por instituição. O que se conclui é que em ambas as instituições de ensino os futuros empreendedores veem a importância em planejar estratégicamente a organização assim como de gerenciar. Tal resultado pode ter influência das disciplinas que os pesquisados cursaram na Universidade, como empreendedorismo, onde aprenderam a importância de um plano de negócio, e da disciplina de planejamento estratégico na qual aprendem a importância de planejar estratégicamente. Por outra ótica, é importante salientar que um grande percentual ainda desconhece a importância da ação de planejar 35% (pública) e 43% (privada) dos respondentes.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, M. I. R. **Desenvolvimento de um modelo de planejamento estratégico para grupos de pequenas empresas.** 1994. Tese (Doutorado). São Paulo. FEA-USP.

BRINGHENTI, C. **Fundamentos para a implantação de pequenas e microempresas de alimentos.** Florianópolis: UFSC/PPGEP, 2000. Dissertação de Mestrado.

BRINGHENTI, C.; LAPOLLI, E.M.; BRINGHENTI, I.; MENDEZ, S.I. Planejamento estratégico e empreendedorismo: uma combinação para alcançar bons resultados. In: **Encontro Nacional de Empreendedorismo**, n.3, 2001, Florianópolis. **Anais...** Escola de Novos Empreendedores. Acessado em 10 de jul. de 2016. Disponível em: <http://www.dainf.cefetpr.br/~gilda/Downloads%20-20Arquivos/Disciplinas/Empreendedorismo/PlanejamentoEstrategico.pdf>

FISCHMANN, A. A.; ALMEIDA, M. I. R. **Planejamento estratégico na prática**. São Paulo, Atlas, 1991.

FREITAS, H.; OLIVEIRA, M.; SACCOL, A. Z.; MOSAROLA, J. O método de pesquisa survey. In: **Revista de Administração**. n.3, 2000, São Paulo. **Anais...** Acessado em 10 de jul. de 2016. Disponível em: <http://www.utfpr.edu.br/curitiba/estrutura-universitaria/diretorias/dirppg/especializacoes/pos-graduacao-dagee/lean-manufacturing/PesquisaSurvey012.pdf>

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de marketing**. Rio de Janeiro, Prentice-Hall do Brasil. 1993.

MINTZBERG, H.; AHLSTRAND, B.; LAMPEL, J. **Safari de estratégia: um roteiro pela selva do planejamento estratégico**. Porto Alegre: Bookman. 2000.

MULLER, C. J. **Modelo de gestão integrando planejamento estratégico, sistemas de avaliação de desempenho e gerenciamento de processos (MEIO-Modelo de Estratégia, Indicadores e Operações)**. 2003. 292p. Tese (Doutorado em Engenharia) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

OLIVEIRA, D. P. R. **Planejamento estratégico**. 12.ed. São Paulo : Atlas, 1998.

SEBRAE - SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. GEOR – Gestão Estratégica Orientada para Resultados. **Sobrevivência das empresas no Brasil**. Coleção estudos e pesquisas. Brasília – DF. 2013. Acessado em 11 de jul. de 2016. Disponível em: www.sebrae.com.br/Sebrae/.../Sobrevivencia_das_empresas_no_Brasil=2013.pdf

TERENCE, A. A. F. **Planejamento estratégico como ferramenta de competitividade na pequena empresa: desenvolvimento e avaliação de um roteiro prático para o processo de elaboração do planejamento**. São Carlos, 2002. 211p. Dissertação (Mestrado) – Escola de Engenharia de São Carlos, Universidade de São Paulo.

VASCONCELOS FILHO, P. **Planejamento estratégico para a retomada do desenvolvimento**. Rio de Janeiro: LTE- Livros Técnicos e Científicos Editora S.A. 1985.