

**PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO NO SETOR DE COMPRAS EM MEIO A
ESCASSEZ DE PRODUTOS NA PANDEMIA. ESTUDO DE CASO NUMA
EMPRESA DE PROVEDOR DE INTERNET EM ABRE CAMPO-MG**

Jorge Júnior Lopes Da Silva¹

Vilmara Braga Zinato¹

Clésio Gomes De Jesus²

Jaqueline Conceição Leite³

Dilcimar Gomes de Araujo⁴

Guanayr Jabour Amorim⁵

Rosélio Marcos Santana⁶

professorclesiogomes@gmail.com

ÁREA DO CONHECIMENTO: Ciências Sociais Aplicadas

PALAVRAS CHAVES: Planejamento; Escassez; Estratégia.

INTRODUÇÃO

Segundo Philip Kotler, o termo planejamento estratégico é um processo administrativo e gerencial que toda empresa deve elaborar. Esse processo é capaz de estabelecer a direção a ser tomada pela empresa com o objetivo de integra-lo ao seu ambiente de atuação (NOVA ESCOLA DO MARKETING, 2016). No atual momento em que estamos vivenciando, o mercado está cada vez mais competitivo, e as empresas devem estar preparadas para mudanças sejam elas política ou econômica e planejar é a melhor forma de se evitar impactos causados por mudanças internas e externas. Com sua implantação consegue evitar possíveis

¹ Acadêmicos do 8º período do curso de Ciências Administração – Faculdade Vértice – UNIVÉRTIX – Matipó/MG.

² Graduado em Administração, Pós-graduado em Empreendedorismo, Inovação e Gestão Estratégica de Negócios, Pós-graduado MBA em Gestão de Negócios e Pessoas, Professor dos cursos de Administração e Ciências Contábeis da Faculdade Vértice – UNIVERTIX – Matipó/MG.

³ Graduada em Ciências Contábeis, Especialista em Docência do Ensino Superior, Pós-graduada MBA em Controladoria e Finanças, Professora do curso de Ciências Contábeis da Faculdade Vértice – UNIVERTIX – Matipó/MG.

⁴ Bacharel em Administração Pública, Especialista em Docência do Ensino Superior, em Gestão Municipal, em Gestão de TI e em Docência e Tutoria EAD, Professor dos Cursos de Administração, Ciências Contábeis e Medicina Veterinária da Faculdade Vértice – UNIVÉRTIX – Matipó/MG.

⁵ Bacharel em Turismo – MBA em Gestão de Negócios e Pessoas, Mestre em Meio Ambiente e Sustentabilidade, Professor do Curso de Administração e Ciências Contábeis da Faculdade Vértice – UNIVÉRTIX – Matipó/MG.

⁶ Bacharel em Sistemas de Informação, Licenciado em Matemática – Especialista em Docência do Ensino Superior, Pós-graduado em Negócios, MBA em Gestão de Negócios e Pessoas, Mestrando em Direção e Administração de Empresas - Professor dos Cursos de Administração, Agronomia, Ciências Contábeis, Educação Física, Enfermagem, Farmácia, Medicina Veterinária e Cursos Técnicos da Faculdade Vértice – UNIVÉRTIX – Matipó/MG.

fraquezas da organização, planejar metas e evitar perdas é importante também observar o mercado externo, avaliando e identificando futuros problemas (SEBRAE, 2016). A organização em seu sistema de gestão de negócios se faz necessário que defina as metas, objetivos, análises e relatórios com a finalidade de adotar métodos necessários para alcançar os resultados. Dessa forma o planejamento estratégico é importante para que consiga assim cada processo funcionar de forma eficiente (NÚCLEO DO CONHECIMENTO, 2018). Foram muitas as dificuldades e desafios que o novo Corona Vírus instaurou no mercado e na vida das pessoas, a escassez de produtos foi uma delas. Diversos setores da economia sofrem com a falta de insumos para a produção, e o aumento dos preços da matéria-prima é recorrente desde o início da pandemia do Covid-19 em março de 2020 no Brasil (CEAM, 2020). Um dos setores que foi mais afetado foi o da eletroeletrônica, de acordo com Associação Brasileira de Elétrica e Eletrônica a grande falta de reabastecimento de produtos de tecnologia da informação como computadores e celulares, além de insumos para a fabricação de alguns materiais e componentes provenientes da China, ocasionando perdas da produção prevista e falta de oferta do produto final aos consumidores (ABINEE, 2020). O objetivo geral deste trabalho é analisar os impactos que a crise devido a pandemia trouxe na obtenção de insumos e produtos para as empresas. Os objetivos específicos foram: analisar e apontar quão importante é se ter um planejamento estratégico para combater as dificuldades da escassez de produtos frente a pandemia do Covid-19; identificar quais medidas estão sendo tomadas para diminuir os impactos econômicos na organização devido à crise; contribuir para que minimize os problemas e maximize os resultados. Relevância desse modo identificar e proporcionar uma visão científica sobre os problemas oriundos da pandemia no setor de compras e como pode driblar estes problemas com o planejamento estratégico de acordo com a realidade vivida.

METODOLOGIA

Trata-se de uma pesquisa exploratória, segundo Gil (2002 p.41) "pode-se dizer que estas pesquisas têm como objetivo principal aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses". O instrumento de coleta de dados será uma entrevista contendo 15 questões, sendo que será feito entre os dias 15 a 20 de setembro de 2021, os dados posteriormente serão descritos utilizando o *Microsoft Office* 2019, sendo que será aplicada nessa entrevista o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido – TCLE. O objeto de estudo é uma empresa de provedor de internet na cidade de Abre Campo-MG, essa é uma microempresa com mais de 15 anos atuando no ramo de provedor de internet.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Trata-se de uma pesquisa em andamento e os resultados parciais até o momento a realização do levantamento bibliográfico.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO DE ELÉTRICA E ELETRÔNICA. **Corona Vírus já afeta 70% das empresas do setor eletroeletrônico.** Abinee, 2020. Disponível em <http://www.abinee.org.br/noticias/com189.htm>. Acesso em: 22.Mar.2021

CIEAM. **Escassez faz insumos ficarem 35% mais caros.** Caem (Centro da indústria do estado do Amazonas),2020. Disponível em <https://cieam.com.br/noticias/escassez-faz-insumos-ficarem-35-mais-caros>. Acesso em: 22.Mar.2021.

GIL, Antônio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa.** 4 Ed., São Paulo: Editora Atlas, 2002.

QUEVEDO, Várzea Cristiny de Souza Pereira. O Impacto da Nova ISO 9001:2015 no Planejamento Estratégico Organizacional. **Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento.** Ano 03, Ed. 04, vl. 04, p. 60-72, abril de 2018.

REZ, Rafael. **Planejamento Estratégico.** Nova Escola do Marketing, 2016. Disponível em: <https://novaescolademarketing.com.br/planejamento-estrategico/>. Acesso em: 06.Abr.2021

RIBEIRO, Isabel. **Planejamento estratégico aplicado aos pequenos negócios.** Sebrae, 2016. Disponível em <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/planejamento-estrategico-aplicado-aos-pequenos-negocios>. Acesso em :18.Mar.2021