

**UNIVERSIDADE CANDIDO MENDES
PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO DA TECNOLOGIA DA
INFORMAÇÃO**

**PLANO DO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DA
Flash Lan House:
FOCO NO ALINHAMENTO ENTRE CAPITAL HUMANO E
TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO**

Por: Emerson Barros de Meneses

Orientador: Professor Alberto Almeida dos Santos

**Rio de Janeiro
2009**

UNIVERSIDADE CANDIDO MENDES
PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO DA TECNOLOGIA DA
INFORMAÇÃO

PLANO DO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DA
Flash Lan House:
FOCO NO ALINHAMENTO ENTRE CAPITAL HUMANO E
TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

Por: Emerson Barros de Meneses

Orientador: Professor Alberto Almeida dos Santos

Trabalho apresentado à Universidade Candido Mendes como requisito parcial para a aprovação na disciplina Capital Humano nas organizações de TI, do curso de Pós-Graduação em Gestão da Tecnologia da Informação.

Rio de Janeiro

2009

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	04
1. DEFINIÇÕES.....	04
1.1 POLÍTICAS DE NEGÓCIO.....	04
1.2 MISSÃO.....	05
1.3 VISÃO.....	05
1.4 VALORES.....	05
1.5 OBJETIVOS.....	06
2. AMBIENTE.....	06
3. EVOLUÇÃO DAS APTIDÕES DA EMPRESA.....	07
4. ANÁLISE DA CADEIA DE VALORE.....	08
5. ANÁLISE FUNCIONAL DOS PONTOS FORTES E FRACOS.....	09
6. MATRIZ SWOT.....	09
7. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS.....	09
8. AÇÕES ESTRATÉGICAS.....	10
REFERÊNCIAS.....	12

Introdução

Este documento apresenta o planejamento estratégico da Flash Lan House com alinhamento entre a Tecnologia da Informação (TI) e Capital Humano. Estas definições representam um grande avanço no campo organizacional para esta empresa e é fruto de um intenso esforço de todos os seus integrantes.

Também servirá como base para uma nova proposição de regimento interno, que contemple as evoluções ocorridas e futuras.

1. Definições

Pretende-se que estas definições sejam as guias de orientação da atuação da Flash Lan House e na sociedade de uma forma geral, que sirvam como instrumento de motivação para o desenvolvimento do conhecimento científico e tecnológico. Na busca pela melhoria contínua dos serviços prestados, aperfeiçoamento e importância do perfeito alinhamento entre Tecnologia da Informação (TI) e Capital Humano.

1.1 Políticas De Negócio

- Atender sempre que solicitado com toda educação e clareza.
- Evitar, ao máximo, conversas paralelas não pertinentes ao trabalho.
- Não demonstrar insegurança na execução das tarefas.

1.2 Missão

Prestar o melhor serviço de tecnologia em conectividade através de um parque tecnológico atualizados com as necessidades dos clientes de qualquer faixa etária e cultura, atuando de forma socialmente integrada e comprometida. Juntamente com a interligação e desenvolvimento unificado entre TI e Capital Humano através de pequenos cursos para clientes, treinamento para os funcionários e aperfeiçoamento do parque tecnológico de acordo com a demanda e de novidades do mercado.

Oferecemos o serviço da mais alta qualidade, de valor, incomparável a todo o setor e dando valor especial as pessoas.

1.3 Visão

Tornar-se um centro de referência no ramo de Lan House's, no bairro ao qual estamos instalados e na sociedade, com eficiência, eficácia e efetividade administrativa e tecnológica. Observando os princípios de valorização humana, inovação tecnológica e excelência de atendimento. Garantindo que nossos clientes sempre voltem em busca de serviço atencioso, de qualidade e clima agradável.

1.4 Valores

- Ética profissional para com os concorrentes e/ou possíveis parceiros.
- Respeito ao público e clientes.

1.5 Objetivos

Os objetivos dizem respeito a como alcançar novos patamares de atuação no sentido de cumprir os propósitos da Flash Lan House, respeitando as suas diretrizes estratégicas, e na busca de realizar a sua visão de futuro.

- Ofertar os serviços a nossos clientes através de campanhas e divulgações para tornarmos referência em menos de 12 meses;

- A todo o momento adotar tecnologias que satisfaçam as necessidades dos clientes mais exigentes;

- Ter rentabilidade acima dos 25% após os 5 meses da inauguração;

- Desenvolvimento tecnológico, gerencial e pessoal do corpo funcional : ter profissionais (Capital Humano) altamente capacitados e em sintonia com as novas tendências do mercado (TI) implantadas ou não na empresa;

- Melhoria da qualidade do atendimento em todas as suas áreas de fronteira atuantes.

- Administrar os custos de forma que os recursos não sejam mal utilizados.

2. Ambiente

- Macro Fator Ambiental Remoto Dinâmico: popularização, valor e facilidade de compra de computadores pessoais e portáteis; Aberturas de novos concorrentes; Caracterização de Lan House's como lugar de frequência de pessoas pouco sociáveis.

- Fatores Ambientais Operacionais: clientes de media e baixa classe; Estudantes de todos os níveis escolares.

- Seguimento de Mercado: fornecemos serviço de tecnologia em conectividade; Atualmente temos como principais concorrentes a SJ GAMES Cyber Lan, Arena Virtual Lan House e Speed Web Lan House; Eles possuem uma boa estrutura física com computadores de potentes porem com atendimento não muito satisfatório; Mercado do setor em queda; Aumento de computadores em residências dificultando o sucesso do seguimento; Ingressar em um mercado em queda porem ainda existente e ativo.

- Modelo de Força de Porter: 1- *Rivalidade*: SJ GAMES Cyber Lan, parcela de 22% do mercado, qualidade media-alta, preços altos; Arena Virtual Lan House, parcela de 17% do mercado, qualidade alta, preços médios; e Speed Web Lan House, parcela de 30% do mercado, qualidade media, preços baixos. 2- *Compradores*: clientes de media e baixa classe adquirindo pacotes maiores e com descontos; Estudantes de todos os níveis escolares de pesquisas rápidas. 3- *Fornecedores*: poder alto de barganha do fornecedor de conexão via internet; poder baixo de barganha dos fornecedores de equipamento. 4- *Novos Concorrentes Potenciais*: O risco de novos entrantes do mercado não é tão grande pois o mercado não está tão atrativo. 5- *Serviços substitutos*: facilidade na aquisição de computadores para as residências.

3. Evolução Das Aptidões Da Empresa

1- Criamos, implementamos e efetuamos feedback's em nosso planejamentos estratégico com visão para a perfeita harmonia entre TI e Capital Humano.

2- Pontos Fortes: Finanças Ajustadas, Capital Humano especializado alinhado ao TI, Crescimento da quantidade de inclusos digitais; Pontos Fracos: Falta de Crédito na Praça, Forte concorrência, cultura social desfavorável.

3- Ótima qualidade no atendimento, equipamento de TI atualizados conforme a capacidade e necessidade do Capital Humano, empresa, fornecedores e clientes.

4- Medimos através da satisfação de nossos clientes e aumento da rentabilidade em porcentagem.

4. Análise da Cadeia de Valor

- Atividades de suporte e custos: infra-estrutura da empresa permite que a administração possa flexibilizar a manutenção e instalação de computadores e condicionadores de ar, reduzindo os custos e mantendo ágil todo o processo; Buscamos desenvolver novas técnicas de comunicação mais eficientes e baratas; Investimos em profissionais especializados e sempre os reciclamos com cursos técnicos em suas respectivas áreas sempre de acordo com a TI para trazer vantagem competitiva; Buscamos sempre trazer para a empresa as últimas versões de softwares, equipamentos de ponta de linha alinhados ao nosso Capital Humano (cursos e reciclagens) e observando as necessidades e tendências do mercado.

- Atividades Principais: atualmente trabalhamos com poucos computadores ligados ao mesmo tempo que nos proporciona menos gastos, porem são ativados de acordo com a chegada dos clientes; A produção de campanhas publicitárias é pequena e local, dificilmente ocorre; Nós buscamos

sempre entrar em contato com nossos clientes para mostrar novos tipos de serviços e pesquisa da qualidade.

5. Análise Funcional Dos Pontos Fortes e Fracos

	Média da Industria	Melhor valor de Qualquer Empresa em cada Critério	Objetivo Estabelecido Anteriormente	Previsão Anterior
P. Fortes	Finanças Ajustadas		Capital Humano especializado	
P. Fracos	Falta de Crédito na Praça	Forte concorrência		Cultura social desfavorável
				Crescimento da quantidade de inclusos digitais

6. Matriz Swot

		Forças	Fraquezas
		Análise	Internas
3. Capital Humano especializado			
	Externas	Oportunidade	Ameaças
		2. Crescimento da quantidade de inclusos digitais	6. Forte concorrência
			7. Cultura social desfavorável

7. Objetivos Estratégicos

1;2 - 1;6 - 1;7 - 3;2 - 3;7 : Investimento em Marketing/Publicitário.

3;6 : Desenvolvimento de Novos Projetos

5;2 : Cooperativa de Crédito

5;6 : Formular diferenciais em qualidade de serviços

5;7 : Projeto de parceria com os clientes

8. Ações Estratégicas

- Investimento em Marketing/Publicitário

Interseção: 1;2 - 1;6 - 1;7 - 3;2 - 3;7

Objetivo: através de marketing e propagandas publicitárias promover a Flash Lan House para atrair a maior quantidade de inclusos digitais possível, mostrando-os a nossa grande excelência e diferencial das demais Lan House's da região, tendo em vista que a organização possui finanças ajustadas e Capital Humano especializado. Divulgando ainda, que o nosso estabelecimento é um local tranqüilo de ambiente familiar e contando, também, com colaboradores especializados.

- Desenvolvimento de Novos Projetos

Interseção: 3;6

Objetivo: desenvolver novos projetos utilizando o nosso Capital Humano especializado gerando um diferencial nosso no mercado e nos destacando quanto a forte concorrência externa.

- Cooperativa de Crédito

Interseção: 5;2

Objetivo: Devido a falta de crédito da empresa no mercado e um grande crescimento de inclusos digitais planeja-se cooperativas de crédito com Bancos. Como o Banco do Brasil e o estado que dão apoio/assistência a pequenas e médias empresas.

- Formular diferenciais em qualidade de serviços

Interseção: 5;6

Objetivo: treinar todo, ou a maioria, do Capital Humano da organização em diversas áreas como: relacionamento inter-pessoal, qualidade total etc. Com perfeito alinhamento entre a TI com visões, necessidades e demanda do mercado (fornecedores e clientes) gerando uma grande vantagem competitiva para a empresa. Tendo em vista a falta de crédito na praça e uma forte existência de concorrência na região.

- Projeto de parceria com os clientes

Interseção: 5;7

Objetivo: onde após um pequeno investimento o cliente terá cursos grátis e suporte a tarefas executadas dentro da Flash Lan House e descontos para integrantes da família e amigos. Trazendo assim a sociedade mais para perto da organização com o objetivo de melhorar a cultura social junto a Lan House's.

REFERÊNCIAS

Trabalho de Conclusão de Curso de Administração com Ênfase em Sistema De Informação da Faculdade São Salvador

Manual de Planejamento Estratégico – Estudo de Caso da FGV (management)

Livro Planejamento Estratégico de Marketing - FGV Management - ed: 3ª