

**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

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

## **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**

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

## **6. Matriz Swot**

<b>Análise</b>	<b>Internas</b>	<b>Forças</b>	<b>Fraquezas</b>
		1. Finanças Ajustadas	5. Falta de Crédito na Praça
	3. Capital Humano especializado		
	<b>Externas</b>	<b>Oportunidade</b>	<b>Ameaças</b>
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