

A IMPORTÂNCIA DO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO PARA O CRESCIMENTO DE EMPRESAS: UM ESTUDO DE CASO NA EMPRESA ACTA TURISMO

Aline Luana CELESTINO¹, Sheldon William SILVA²,

¹Estudante de Administração – Incoa/UninCor – e-mail: aline_luana2007@yahoo.com.br

²Orientador e Professor do Curso de Administração – Incoa/UninCor – e-mail : prof.sheldon.william@unincor.edu.br

Palavras-Chave: Planejamento estratégico, Turismo, Segmentação

RESUMO

A riqueza dos empreendimentos depende, sobretudo, das pessoas que os empreendem. No século XXI, não basta somente intuição, é preciso competência em virtude da grande concorrência. As empresas precisam alinhar bem seus valores, missão e objetivos para evitar dispersões da estratégia organizacional proposta. O presente trabalho teve por objetivo compreender a necessidade do planejamento estratégico no desenvolvimento de atividades empresariais ligadas ao turismo. A transformação pelo qual as empresas do ramo de turismo estão passando possibilita aos consumidores o acesso a uma ampla variedade de produtos que são oferecidos no mercado. No sistema do mercado turístico, encontram-se os consumidores (ou turistas) e as empresas turísticas (hotéis, agências de viagem, empresas de ônibus, transportadoras e outras). Os consumidores ou turistas estão sujeitos às suas restrições orçamentárias e procuram maximizar suas satisfações de consumo de produtos turísticos. Já as empresas e instituições turísticas procuram atrair mais clientes para, principalmente, elevar seus lucros. Atualmente, a preocupação no turismo é iminente nesses aspectos. A cada dia, surgem novos segmentos, como o do turismo GLS, turismo *single*, turismo de terceira idade, turismo de aventura e outros, cada qual preocupado com as características e peculiaridades de sua demanda. Com base neste contexto será realizado um estudo de caso em uma empresa de turismo que atua desde a década de 1990, com reconhecimento e respaldo no mercado mineiro. A permanente busca de novos produtos turísticos pelos consumidores levou a empresa ACTA Turismo a desenvolver uma estratégia que possibilita um diferencial competitivo para manter-se no mercado. Diante dessas necessidades, a utilização do planejamento estratégico na empresa tornou-se indispensável e uma medida certa para alcançar o sucesso. O projeto em desenvolvimento pretende aferir os principais resultados da implantação do planejamento por parte da empresa a ser pesquisada e investigar os benefícios e limitações a que essa estratégia se propôs. De acordo com a temática, pretende-se ainda, incorporar sugestões para o incremento do planejamento desenvolvido pela empresa.