

FACULDADE SENAC GOIÁS

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE TI

Trabalho apresentado como requisito para conclusão e avaliação do Projeto Integrador II para obtenção de aprovação nas disciplinas de Planejamento estratégico de TI, Curso Superior de Tecnologia em Informação na Faculdade SENAC Goiás. Professor (es) responsável (is): Itair Pereira

Alunos(as): Alexsander Bitencourt de Lima
Guilherme Caetano da Silva
Marielen Almeida
Vinicius Duarte Miranda
Wallici Siqueira de Souza

GOIÂNIA, NOVEMBRO 2019

Introdução

Conforme proposto, realizamos o levantamento das necessidades da empresa e então propomos o planejamento estratégico de TI. Nele contém a missão, visão, valores, perspectivas, objetivos, indicadores e metas que compõem o plano estratégico para que os esforços e recursos contidos na empresa Teknodados, sejam direcionados corretamente.

Planejamento Estratégico de TI

1.1 Missão

A missão é a forma com que a empresa irá atuar no ramo determinado e proposto por seus fundadores. Na empresa TEKNODADOS – consultoria e escritório de contabilidade LTDA a missão constitui-se em Empreender soluções contábeis capazes de gerar economia e agregar lucro aos clientes e parceiros.

1.2 Visão

Visão é onde a empresa deseja chegar, com este intuito a empresa TEKNODADOS tem como visão, Ser uma organização contábil de referência na cidade de Goiânia e região, reconhecida pelo profissionalismo da equipe e qualidade na prestação de serviços aos nossos clientes em até 2023.

1.3 Valores

Os valores são formados por princípios que são desenvolvidos no dia a dia da empresa. Na empresa TEKNODADOS tem como valores a Ética, segurança, transparência, inovação, confiabilidade, responsabilidade.

1.4 Objetivos e metas

	Objetivos	Metas
1	Fortalecer a marca da empresa ao longo do empreendimento, buscando ser reconhecido como referência em consultoria contábil para micro e pequenas empresas.	Estar entre as 3 principais empresas de contabilidade para micro e pequenas empresas no estado de Goiás em até 2023
2	Desenvolver metodologias e processos de trabalho, visando o aumento da produtividade e a diferenciação em relação aos concorrentes.	Nossa meta é desenvolver estas metodologias ao longo dos próximos anos, usando como base a nossa carteira de clientes para a formação dos nossos padrões de atendimento.
3	Aumentar o faturamento anual da empresa, buscando maior lucratividade, manutenção da empresa e satisfação dos sócios	Aumentar o faturamento da empresa em 20% até o fim do próximo ano

1.5 Ações

OBJETIVO	O QUE FAZER?	PORQUE FAZER?	COMO FAZER?	QUEM?	PRAZO
Objetivo 1	Precisaremos mapear os possíveis parceiros com especialidade em marketing digital, que apresentem uma boa proposta, levaremos em consideração o custo e benefício	Para nós, é de extrema importância ter a marca da empresa fortalecida em nosso segmento. É uma ação que dará mais visibilidade e colocará a Teknodados como uma boa opção no mercado	Depois de mapeados, entraremos em contato com esses possíveis parceiros, agendaremos reuniões para apresentação do projeto e discussão de possíveis contratos	O contato e o mapeamento com as empresas de marketing digital será de responsabilidade do Controller.	Este objetivo deverá estar solucionado até novembro/2020
	Criar metodologias de trabalho de cronogramas de treinamento para a equipe, construindo uma identidade organizacional.	A criação de metodologias é um passo importante para a formação de uma identidade da empresa.	Através de reuniões entre toda equipe, onde definiremos qual será a melhor forma de implementação deste processo.	A coordenação deste processo será de responsabilidade de todos os sócios e departamentos.	Será realizar no ano de 2020 com previsão de conclusão até dezembro
Objetivo 3	Mapear o mercado e analisar possíveis seguimentos que possam compor nossa carteira de clientes	Para nós é de extrema importância aumentar o número de clientes atendidos para que consequentemente o faturamento mensal da empresa seja alavancado.	Depois de mapear os seguimentos e possíveis clientes, deverá se contratar um Analista comercial para realizar a abordagem desses clientes e criar um processo de vendas	O mapeamento do mercado será de responsabilidade do Controller. E a contratação do novo colaborador será de responsabilidade da analista de dp pessoal	este objetivo deverá estar solucionado até Janeiro de 2020

1.6 Indicadores

Objetivo	Indicador	Como Medir
1	Aumentar a presença de mercado em 30% em até Dezembro/2020	Realizar uma pesquisa com os novos clientes, afim de identificar como ficaram conhecendo a empresa.
	Aumentar a Produtividade em 50%	Medir o tempo medio das atividades e reduções de retrabalho.
	Aumentar a receita com novos clientes em até 40%	Analisar o faturamento mensal e identificar a receita vinda de novos clientes.