

AGTU – THE GLOBAL UNIVERSITY

ESTUDO DE CASO: PLANO ESTRATÉGICO DE GESTÃO PARA O CRESCIMENTO INSTITUCIONAL DA ESCOLA MAIS EDUCAÇÃO

AUTOR: ELIZANA DE SOUZA BARREIROS

OBJETIVO: A escola Mais Educação, ultimamente vem sofrendo uma desaceleração no seu processo de crescimento institucional no setor econômico devido ao aumento da competitividade de outras instituições de ensino. Este plano visa estabelecer estratégias que contribuam para sua volta ao mercado competitivo educacional.

DIAGNÓSTICO: a escola Mais Educação é uma instituição de ensino privado que oferece as modalidades de ensino infantil e fundamental do 1.º ao 9.º ano. A escola pertence ao grupo empresarial EDUCAÇÃO XBr, um grupo empresarial constituído de uma rede de escolas que possui uma grande visibilidade no mercado educacional. Apesar de sua posição consolidada neste setor a instituição atualmente está perdendo mercado devido ao aumento da concorrência de outras instituições e precisa criar uma estratégia de mercado para melhorar seus serviços educacionais e garantir as tendências do mercado principalmente no aspecto tecnológico.

FILOSOFIA DA ESCOLA: a escola Mais Educação é uma instituição escolar de ensino que busca garantir uma educação de qualidade com propósitos e objetivos bem definidos sua visibilidade e credibilidade no mercado educacional sempre priorizou a eficiência e qualidade nos seus serviços educacionais promovendo e oferecendo aos seus alunos um ensino de qualidade e disponibilizando os meios e recursos necessários para a eficiência do processo de ensino e aprendizagem. A filosofia da escola Ensina Mais é contribuir e estimular o aluno a pensar de forma autônoma e desenvolver suas habilidades de forma autêntica e crítica direcionando o mesmo a uma participação ativa na sociedade.

METAS E INDICADORES: este plano tem como proposta estabelecer metas e propor ações estratégicas que contribuam para sanar as problemáticas vivenciada nos últimos cinco anos pela instituição que ocasionaram uma redução nos números de matrículas dos alunos, investimento na qualificação profissional melhorando o quadro de professores e estabelecer uma nova proposta educacional que atenda as necessidades do contexto atual no que se refere a inovação tecnológica tornando a proposta educacional da instituição bem mais atraente. Para HAMEL; PRAHALAD, (1995,P. 137 – 138), "(...) a estratégia está diretamente relacionada às medidas tomadas por meio da análise da situação atual.(...)". Neste sentido, a escola através de um planejamento estratégico busca o desenvolvimento de ações voltadas para os reais problemas que a escola enfrenta e que contribuam para a retomada competitiva ao mercado visando o desenvolvimento e crescimento da instituição. Na visão de Certo(2003, p. 149) "O planejamento estratégico é um planejamento de longo alcance que se concentra na organização como um todo". Segundo o autor o planejamento estratégico engloba toda a organização que através de um planejamento de toda a equipe liderada pelo seu gestor estabelece a direção e promove ações reais para alcançar seus objetivos. Dessa forma o planejamento estratégico visa uma proposta real de curto, médio ou longo prazo de acordo com o diagnóstico feito a partir do ambiente vivenciado analisando seus pontos fortes e fracos para enfim criar as estratégias necessárias para promover as mudanças ou melhorar o andamento da organização como um todo no mercado competitivo.

PLANO DE AÇÃO ESTRATÉGICO: diante do exposto anteriormente com relação a desaceleração do crescimento no mercado educacional da instituição de Ensino Mais Educação foi elaborado um planejamento estratégico para auxiliar a equipe gestora na elaboração de ações que contribuam para a aceleração e crescimento da escola no setor em questão, pois entendemos que o planejamento estratégico é uma ferramenta que contribui para a elaboração de um plano organizacional com metas e ações definidas para atingir os objetivos determinados pelo contexto atual exigido pelo mercado e quais os desafios que temos que superar para melhorar a competitividade no mercado educacional. Whittington (2002), considera que a estratégia é uma prática social na qual os praticantes agem e podem interagir com ela. Nessa perspectiva, ANDERSEN,

2000,P.186, compreende que o processo de planejamento estratégico tem sido tratado como regra de desenvolvimento de decisões que orientam as decisões futuras (...). Para isso, torna-se necessário um planejamento que envolva todos os setores e todos os envolvidos no processo para se ter um diagnóstico mais definido e detalhado dos problemas identificados através de uma diagnose dos problemas enfrentados pela instituição. Reforçando este pensamento Petrocchi (2007, p.35) conceitua planejamento como uma definição de um futuro desejado e de todas as providências necessárias a sua materialização (...).

CONFIGURAÇÃO DOS CURSOS: a equipe gestora da Escola Ensina Mais adotou a personalização como uma estratégia para tornar as aulas mais dinâmicas e inovadas com um programa institucional que permite aos alunos e pais acessarem o plano de curso das disciplinas, as atividades diárias e atividades complementares para auxiliar os alunos nos seus estudos.

TRABALHO COM INSTITUIÇÕES DE ENSINO: essa estratégia tem como objetivo oferecer educação continuada aos professores com a participação de professores especialistas nas diversas áreas do conhecimento contribuindo com a formação dos professores oferecendo cursos e propostas pedagógicas que auxiliem os professores na sua prática diária.

INVESTIMENTO NA TECNOLOGIA: investindo na implementação de plataformas e programas digitais para oferecer o ensino complementar aos alunos tanto no laboratório de informática da escola como em casa.

PROGRAMAS DE FIDELIDADE E INCENTIVO: O disponibilizando bolsas de estudos e descontos nas mensalidades para pais que possuem mais de um filho matriculado na instituição. Oferecer bolsas para alunos com um excelente rendimento escolar. Essa estratégia além de incentivar a permanência dos alunos matriculados também torna-se um incentivo e motivação para melhorar a participação e o interesse dos alunos nos seus estudos.

AUTOMATIZAÇÃO DE MARKETING: A definição de uma estratégia de marketing utilizando tecnologias com o objetivo de divulgar nas redes e mídias sociais e também nas redes de comunicação como radio e televisão locais seus projetos, programas e proposta pedagógica da escola com o objetivo apresentar e dar ênfase nos aspectos positivos da instituição.

CONCLUSÃO: atualmente o cenário educacional está em constante mudanças e devido às transformações sociais e com o avanço tecnológico muitas

instituições vêm se modernizando e promovendo ações e estratégias de mercado que implicam em tomadas de decisões que venham garantir a aceleração e o crescimento de seus serviços e continuar garantindo o lugar de destaque no mercado competitivo. A equipe gestora busca por meio desse plano estratégico criado a partir de um diagnóstico inicial solucionar os problemas existentes na escola nos últimos cinco anos com base nos indicadores que indicam a desaceleração do seu crescimento e propõe ações que possam melhorar a situação desfavorável da escola no mercado educacional promovendo o aumento na matrícula dos alunos através do programa de fidelidade e ensino e com também modernizando o ensino através do investimento em tecnologias através dos programas de ensino complementar e que com a parceria com outras instituições de ensino como universidades públicas e privadas para garantir aos professores a educação continuada garantindo e ressignificando sua prática docente. Essas estratégias visam melhorar a imagem da instituição junto ao mercado e promover a qualidade do ensino na institucional promovendo a aceleração e o crescimento da escola frente ao mercado competitivo educacional como ressalta Ansoff (1990, p.95) que a estratégia é um dos vários conjuntos de regras de decisão para orientar o comportamento de uma organização. A estratégia é um conjunto de ações que a organização determina para alcançar seus objetivos, estabelecendo planos e prazos para lá alcançar. Por meio da ação é que a estratégia é executada, direcionando um rumo para a organização, (...). Assim espera-se com o planejamento estratégico promover as devidas soluções para os problemas evidenciados permitindo crescimento da instituição como um todo e sua ascensão ao mercado competitivo.

Bibliografia:

ANDERSEN, T.J. Integrating the Strategy Formation Process; N International Perspective, European Management Journal, 22,3, 2

ANSOFF, H. I. **A nova estratégia empresarial**. São Paulo: Atlas, 1990.

Hamel, Gary, PRAHARAD, C.K. **Competindo pelo futuro**. Rio de Janeiro, 1995.

CERTO, Samuel C. **Administração**. 9. Ed. São Paulo: Prentice Hall, 2003.

PETROCCHI, Mario. **Hotelaria**: planejamento e gestão. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

WHITTINGTON, R, **O que é estratégia**. São Paulo: Thomson, 2006 original: What é strategy: and does it matter? 2002.