



PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Professor: **Alexsandro Andrade**



É conjunto de informações, que serve como referência e para o planejamento de ações organizacionais. Pode ser considerado como orientador para os membros de uma determinada organização.

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Níveis de planejamento



Posicionamento	Conteúdo	Prazos	Amplitude
Estratégico	Genérico, sintético e abrangente	Longo	Macroorientado. Aborda a empresa como um todo
Tático	Menos genérico e mais detalhado	Médio	Aborda cada unidade da empresa separadamente
Operacional	Detalhado, específico e analítico	Curto	Microorientado. Aborda apenas cada tarefa ou operação

Nível operacional

Podemos observar numa fábrica, onde o pessoal de chão de fábrica representa o maior volume de empregados, como operadores das linhas de montagem, engenheiros, técnicos, supervisores. Já na Administração Pública, temos os técnicos contratados por meio de concurso para operacionalizar as atividades de rotina, como compras por licitação.

Nível intermediário

Temos as gerências responsáveis por áreas como finanças e gestão de pessoas. Também, podem ser denominados de superintendentes, chefes de departamento, diretores de escolas.

Topo da estrutura

Neste nível encontramos os presidentes, o Chief Executive Office (Chefe do Setor Executivo) ou simplesmente CEO. Na administração pública, situam-se o Presidente da República, o Prefeito, o Governador, que são responsáveis pela determinação de programas e diretrizes e pela alocação de recursos orçamentários e objetivos estratégicos.



Figura 9: Níveis de planejamento e suas características

Fonte : Elaboração própria/ Ilustração: Marcone Pereira

Com base na explicação anterior e na figura 9, pode-se concluir que, à medida que se vai subindo ao topo da pirâmide, também, aumenta-se o grau de Incerteza de suas tarefas, os prazos, a abrangência, o risco e o impacto.



Para implantação do planejamento estratégico organizacional é importante seguir alguns passos.

Você sabe qual é o processo do planejamento?



1 - Definição do Negócio

Precisa ser definido em duas dimensões: Os desejos ou necessidades que se pretende satisfazer; e a disponibilização de competências e habilidades para satisfazê-las. Trata-se do entendimento do principal benefício esperado pelo cliente. Focalizam-se as competências fundamentais, definindo um guarda-chuva para atuação da organização

Uma definição com base em produtos e serviços limita a percepção de oportunidades e ameaças à empresa. Como é conhecido no mundo organizacional, se uma empresa não define com clareza qual é o seu negócio corre o risco de virar uma empresa “pato”. Por que pato? O pato é um animal polivalente que: voa, nada, mergulha, anda e canta.

No entanto, faz tudo muito mal.

2 - Missão da Empresa

O enunciado da missão é uma declaração concisa do propósito e das responsabilidades da sua empresa perante os seus clientes. É uma resposta às seguintes questões:

Por que a empresa existe? O que a empresa faz? Para quem?

A Missão organizacional esclarece o compromisso e dever da empresa para com a sociedade. Essencialmente ela estabelece o que a empresa faz, dentro de seu negócio. É a proposta para a qual, ou razão pela qual uma organização existe. Define-se:

A razão de ser da empresa, em âmbito corporativo;

O papel que a empresa deve desempenhar em seu negócio

3 - Visão

É um quadro claro da definição do futuro da empresa, tendo o poder de motivar e inspirar. Expressa as aspirações de uma organização, descrevendo uma nova e inspiradora realidade em direção à qual a empresa deve caminhar.

Visa a busca do crescimento e perpetuação da empresa através de um processo de motivação e envolvimento de todos os colaboradores.

Onde a empresa se encontra no momento atual e aonde quer chegar no futuro?

4 - Análise da Situação Atual

Ao planejarmos, precisamos saber qual a situação da empresa em termos mercadológicos, financeiros, operacionais, tecnológicos, colaboradores. Para tanto devemos perguntar:

Onde a empresa está? Como chegou a esse ponto?

5 - Definição de objetivos e metas

Referem-se aos alvos que deverão ser conquistados para transformar a visão em realidade, por meio da canalização de esforços e recursos ao longo de períodos de tempo predefinidos.

Em relação aos clientes: **(1) Aumentar seu nível de satisfação; (2) Aumentar sua fidelização.**

Em relação a parcerias: **Otimizar as relações.**

Em relação à inovação e aprendizagem: **Buscar atualização constante**

5 - Definição de objetivos e metas

Em relação às pessoas: **Desenvolver e motivar o corpo de colaboradores.**

Em relação à produção de serviços: **(1) Aumentar a produtividade; (2) Reduzir custos.**

Observem que o processo de planejamento responde a uma série de questões a fim de escolher-se adequadamente o caminho a ser seguido.

Vamos conhecer outras funções?

Organizar

abrange determinar os recursos e atividades necessárias para o alcance dos objetivos da organização.

Liderar

é conseguir dos empregados que eles façam as coisas que você deseja que eles façam.

**Autocrático;
Democrático;
Laissez-faire ou liberais;
Orientação para o
trabalho.**

Controlar

a função abrange delinear os meios para se ter certeza de que o desempenho planejado seja realmente atingido.

**Definição de padrões de controle;
Aquisição de informações;
Comparação e ação corretiva;**

IMPORTANTE!

O planejamento estratégico consiste em definir:

Para onde ir?

O que se deve fazer para chegar lá?

Quanto vai custar?

Até quando deve-se conseguir?



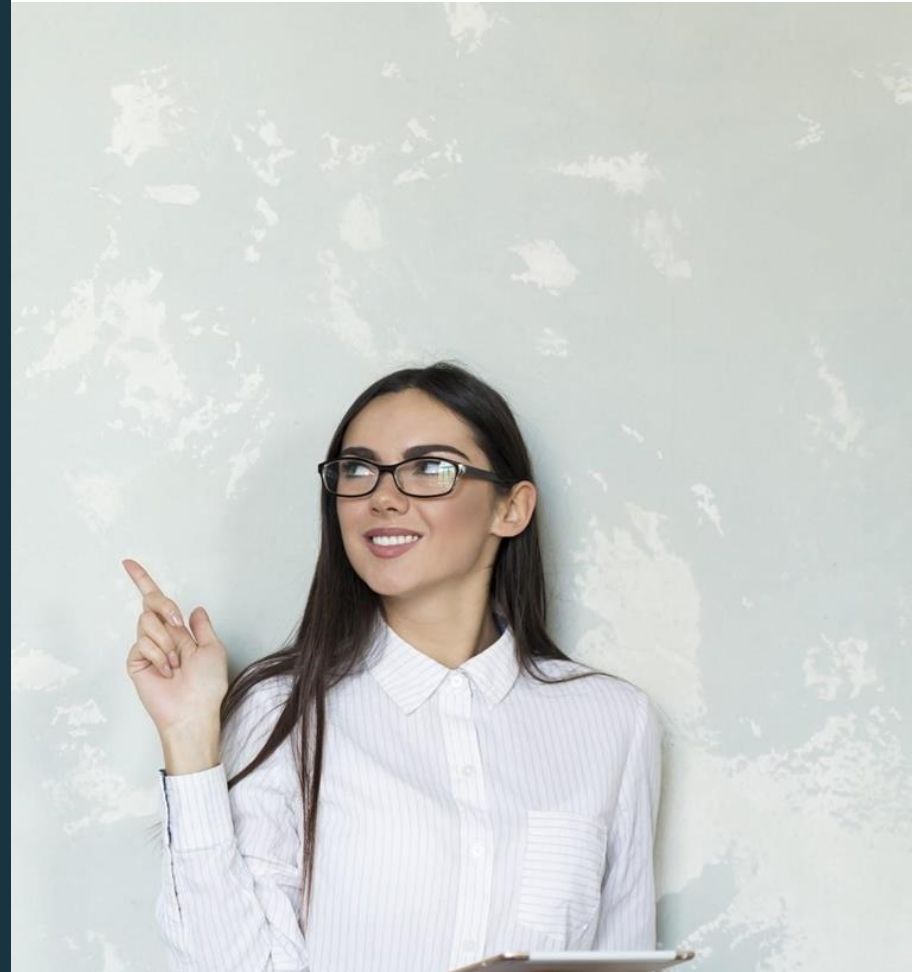
IMPORTANTE!

A resposta a essas questões é o objetivo central da função planejamento. Entendemos por objetivos todos os resultados desejados, que orientam o intelecto e a ação. Segundo Megginson et al. (1998), os objetivos são os resultados ou metas para os quais todas as atividades organizacionais são direcionadas.



IMPORTANTE!

As organizações em geral têm vários objetivos amplos, em longo prazo e abrangentes, entre eles a lucratividade, a fatia de mercado e boas relações com os empregados. Para Maximiano (2006a), o objetivo pode ser:



IMPORTANTE!

Uma situação futura, como: ganhar uma parcela do mercado, vencer um concorrente, reduzir a violência em uma comunidade, passar no vestibular;

A realização de um produto, físico ou conceitual, como: construir um prédio, criar uma marca para um produto, implantar um sistema; e

A realização de um evento, como: organizar e realizar uma competição esportiva, um festival de cinema, uma feira dos produtos.





PERGUNTAS
????