



O que é planejamento estratégico?

Um dos fatores de sucesso das empresas é possuir um bom planejamento. Mas o que é planejamento?

Nós planejamos diariamente, planejamos nossas atividades, nossas finanças, até a nossa vida pessoal e familiar. Portanto, podemos dizer que planejar é decidir antecipadamente o que fazer, como fazer, quando fazer e com que recursos.

As sete etapas do planejamento estratégico

1. Declaração de Visão e Missão
2. Ambiente Externo: Oportunidades e Ameaças
3. Ambiente Interno: Forças e Fraquezas
4. Situação atual
5. Metas e objetivos
6. Estratégia
7. Feedback

Defina a Missão e a Visão da empresa

Missão

É uma declaração sobre o que a organização é. Define seu propósito, finalidade de sua existência, motivo pela qual foi criada. Diz sobre onde ela está. É a identidade da empresa.

Perguntas facilitadoras:

- Qual a razão da nossa existência? Qual o nosso propósito?
- O que é que a empresa tem de único ou distinto?
- Que diferenças terão o nosso negócio daqui a três ou cinco anos?
- Quem são ou deveriam ser os nossos principais clientes ou segmentos de mercado?
- Quais são os nossos principais produtos? E quais serão?
- Quais são ou deveriam ser as nossas principais preocupações econômicas?
- Quais são as nossas prioridades?

Visão

É o futuro para a organização, o que a empresa deseja alcançar. Ao determinar a Visão, é necessário ter em mente como queremos que essa seja vista e reconhecida. Diz respeito aonde a empresa deseja chegar.

Perguntas facilitadoras:

- O que queremos ser no futuro?
- Em que direção a empresa pretende seguir?
- Como a empresa deseja ser reconhecida no futuro?

Analise o ambiente e a situação

Ambiente Externo - Uma vez declarada a visão e missão da empresa, seus dirigentes devem conhecer as partes do ambiente que precisam monitorar para atingir suas metas.

É preciso analisar as forças macroambientais (demográficas, econômicas, tecnológicas, políticas, legais, sociais e culturais) e os atores microambientais (consumidores, concorrentes, canais de distribuição, fornecedores) que afetam sua habilidade de obter lucro.

Ambiente Interno - Você saberia dizer quais são as qualidades e o que pode ou deve ser melhorado na sua empresa? Esses são os pontos fortes/forças e fracos/fraquezas do seu negócio.

Situação atual

Identificados os pontos fortes e fracos, e analisadas as oportunidades e ameaças já é possível fazer a matriz SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities e Threats) ou FOFA (Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças).

A matriz FOFA - Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças - é um instrumento de análise simples e valioso. Seu objetivo é detectar pontos fortes e fracos, com a finalidade de tornar a empresa mais eficiente e competitiva, corrigindo assim suas deficiências.

A análise levará você a pensar nos aspectos favoráveis e desfavoráveis do negócio, dos seus proprietários e do mercado.

A matriz é sempre feita em quadrantes, ou seja, em quatro quadrados iguais. Em cada quadrado são registrados fatores positivos e negativos para o negócio. Saiba como construir a matriz lendo as explicações a seguir.

Forças	Oportunidades
<p>Faça uso das forças</p> <p>São características internas da empresa ou de seus donos que representam vantagens competitivas sobre seus concorrentes ou uma facilidade para atingir os objetivos propostos.</p> <p>Exemplos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Atendimento personalizado ao cliente • Preço de venda competitivo • Equipe treinada e motivada • Localização estratégica da empresa 	<p>Explore Oportunidades</p> <p>São situações positivas do ambiente externo que permitem à empresa alcançar seus objetivos ou melhorar sua posição no mercado.</p> <p>Exemplos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Existência de linhas de financiamento • Poucos concorrentes na região • Aumento crescente da demanda • Disponibilidade de bons imóveis para locação
Fraquezas	Ameaças
<p>Elimine as fraquezas</p> <p>São fatores internos que colocam a empresa em situação de desvantagem frente à concorrência ou que prejudicam sua atuação no ramo escolhido.</p> <p>Exemplos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pouca qualificação dos funcionários • Indisponibilidade de recursos financeiros (capital) • Falta de experiência anterior no ramo • Custos de manutenção elevados 	<p>Evite as ameaças</p> <p>São situações externas nas quais se têm pouco controle e que colocam a empresa diante de dificuldades, ocasionando a perda de mercado ou a redução de sua lucratividade.</p> <p>Exemplos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Impostos elevados e exigências legais rigorosas • Existência de poucos fornecedores • Escassez de mão de obra qualificada • Insegurança e violência na região

Defina metas e objetivos

São elementos que identificam de forma clara e precisa o que a empresa deseja e pretende alcançar. A partir dos objetivos e de todos os dados levantados acima, são definidas as metas.

As metas existem para monitorar o progresso da empresa. Para cada meta existe normalmente um plano operacional, que é o conjunto de ações necessárias para atingi-la. Toda meta, ao ser definida, deve conter a unidade de medida e onde pretende chegar.

Expressa o que a empresa deseja atingir e precisa ser específico e possuir resultados mensuráveis (metas). A partir dos objetivos e de todos os dados levantados anteriormente é que são definidas as metas.

Exemplo: Meta SMART (específica, mensurável, atingível, relevante e temporal).

Formule e implemente a estratégia

É um plano para se atingir as metas estabelecidas. É o "como" vou chegar lá. Um plano detalhado, com os responsáveis, áreas envolvidas, recursos e prazos definidos.

Perguntas facilitadoras:

Qual o objetivo? O que? Onde? Por que? Como? Quem? Quando? Quanto?

Gere feedback e controle

Monitorar é preciso porque nada é mais permanente do que a mudança. À medida que implementa a sua estratégia, é preciso rastrear resultados e monitorar os ambientes externo e interno. Alguns ambientes mantêm-se estáveis de um ano para outro, outros não.

Esteja atento à realização das metas e estratégias e revise seu planejamento sempre que necessário.

Bibliografia

SEBRAE/MG. Manuais Como Elaborar: 2013.

Para que possamos continuar a acompanhar o seu negócio,
retorne a um de nossos pontos de atendimento e atualize gratuitamente
o Plano de Desenvolvimento do Cliente.

Com ele será possível identificar quais temas merecem prioridade em sua
gestão, apontando as soluções indicadas para cada um deles.

Para receber orientação presencial no Sebrae mais próximo,
agende dia e horário em nossa Central de Relacionamento 0800 570 0800,
de 2^a feira a 6^a feira, das 8h às 20h.



Especialistas em pequenos negócios
www.sebraerj.com.br / 0800 570 0800

