

ESTRUTURA PARA ELABORAÇÃO DE PLANOS ESTRATÉGICOS

1. Introdução

Contextualizar a relevância do planejamento estratégico nas organizações, inclusive com assunções teóricas, e destacar ainda, quais são as fases do processo de planejamento estratégico que a empresa desenvolverá como metodologia de planejamento:

- 1- *Análise ambiental*
- 2- *Estabelecimento das diretrizes organizacionais – missão, visão, valores e objetivos*
- 3- *Formulação de estratégias*
- 4- *Implementação de estratégias*
- 5- *Controle estratégico.*

2. Apresentação da Empresa

Histórico da empresa;

Tipos de produtos e serviços;

Área de atuação (mercado / municípios que compõem a área de atuação da empresa)

Dados sócio-econômicos da região de abrangência.

3. Análise Ambiental (empresa)

Destacar inicialmente, com embasamento teórico, a ênfase que deve ser dedicada à análise ambiental da empresa, ou seja, por que deve ser idealizada uma análise ambiental em planejamento, assim como comentar quais são os três níveis ambientais existentes e suas variáveis que o compõem.

Neste item da estrutura do trabalho, deve ser idealizada análise interna, através da aplicação da MATRIZ *SWOT*, assim como a análise externa, que também se emprega a MATRIZ *SWOT*, porém, utilizando mais uma ferramenta de análise ambiental, que avalia unicamente as variáveis do ambiente operacional, que é denominada "análise estrutural da indústria e/ou análise das 5 forças competitivas de PORTER". Vale destacar que antes da aplicação das ferramentas de análise ambiental, deve ser idealizado um comentário com embasamento teórico acerca de cada ferramenta, principalmente, tecendo comentários sobre as 5 forças competitivas de PORTER e as estratégias genéricas que devem ser formuladas para enfrentá-las.

As 5 Forças competitivas de Porter



Matriz SWOT

	Pontos Fortes	Pontos Fracos
Oportunidades		
Ameaças		

4. Definição das Estratégias Genéricas (Posicionamento Estratégico)

Primeiramente, destacar os dois posicionamentos que uma empresa pode formatar. Após, deve-se necessariamente realizar uma opção estratégica genérica, de acordo com a proposta de PORTER (1986) por Diferenciação, Liderança nos Custos ou enfoque em uma das estratégias genéricas.

5. Definição das diretrizes organizacionais (missão, visão, valores e objetivos estratégicos)

Após esta definição, com base na análise da MATRIZ SWOT, devem ser formulados os objetivos que a organização deve perseguir para o desenvolvimento de vantagens competitivas. Para cada variável destacada na MATRIZ SWOT, deve ser formulado um objetivo estratégico para o enfrentamento e/ou otimização desta variável.

6. Formulação de Estratégias

Quando da formulação dos objetivos, estes devem amparar-se de natureza estratégica. Para cada variável contemplada na MATRIZ SWOT, deve, como observado no item anterior, formular estratégias julgadas viáveis para a projeção de vantagens competitivas para a organização, alinhadas aos objetivos definidos.

7. Metas / Planos de Ação

Para cada objetivo estratégico, devem ser formuladas metas operacionalizáveis, considerando as variáveis "meta, áreas de responsabilidade, áreas de supervisão, tempo e recursos" para cada meta a ser operacionalizada. As metas devem contemplar

especificamente “como” atingir os objetivos estratégicos definidos. Mais claramente, são planos de ação bem especificados.

META	ÁREA DE RESPONSABILIDADE	SUPERVISÃO DA META	PRAZO DE EXECUÇÃO PERMANÊNCIA	RECURSOS
------	--------------------------	--------------------	-------------------------------	----------

O PROCESSO DE PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

