**ALUNOS**

|  |  |
| --- | --- |
| **1.** |  |
| **2.** |  |
| **3.** |  |
| **4.** |  |
| **5.** |  |

**ELABORAÇÃO DO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO**

**ORIENTAÇÕES**

1. **Os alunos deverão eleger uma empresa do segmento do agronegócio para que seja desenvolvido o planejamento estratégico ou criar uma empresa fictícia neste mesmo ramo.**
2. **Os alunos deverão elaborar ferramentas para pesquisa – questionários para entrevista, os quais servirão para coleta de dados junto a empresa pesquisada ou utilizar pesquisa prontas.**
3. **Os trabalhos serão desenvolvidos em sala de aula, em parte, a medida que os assuntos forem abordados.**
4. **Será concluído e apresentado pelos grupos.**
5. **Irá compor nota de avaliação**

**PARTE I**

**COMO CONDUZIMOS NOSSO NEGÓCIO?**

**EXERCÍCIO 1: DEFINIÇÃO DO NEGÓCIO**

**O objetivo é determinar o âmbito de atuação da empresa. O negócio deve ser visto como um processo de satisfação das necessidades do cliente.**

Identifique o maior número de características possíveis de seus clientes. Para as pessoas:

sexo, grau de instrução, idade, classe econômica, profissão, estado civil e número de filhos, entre outras informações. Para as empresas: tamanho, setor de atuação, quem decide sobre a compra de seus produtos, os usos de seu produto na empresa, entre outros dados.

**Responda:**

 Quem são nossos clientes atuais?

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |

 Quem são nossos clientes potenciais (aqueles clientes que você quer atender no futuro)?

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |

 Onde estão localizados os nossos clientes (bairro, cidade, estado, região, país)?

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |

 Clientes atuais:

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |

 Clientes potenciais:

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |

Quais necessidades dos clientes atuais o nosso produto ou serviço satisfaz?

Quais necessidades dos clientes potenciais o nosso produto ou serviço pretende satisfazer?

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |

 O que os clientes atuais mais valorizam em relação a seus produtos ou serviços (não chute, pergunte a eles)?

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |



 Com base nas informações levantadas pelo grupo, agora tente sumarizar as idéias acima numa frase de efeito que sintetize o significado amplo do seu negócio (quais clientes você quer atender, quais necessidades deles você vai satisfazer e como você vai satisfazê-las)?

|  |
| --- |
|  |
|  |

 Agora reflita: Qual será o nosso negócio daqui a 5 anos?

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |

**EXERCÍCIO 2: ELABORAÇÃO DA MISSÃO**

**A missão evidencia a finalidade ou razão de ser da empresa. Representa os desejos ou necessidades que satisfaz quando o cliente compra seus produtos e serviços. Não deve ser confundida com a definição do negócio da empresa. O negócio é um meio através do qual a missão será atingida.**

Questões que ajudam à elaboração da missão:

1. Fazemos o quê? (qual o nosso negócio?)

2. Para quem? (quem é o nosso cliente?)

3. Onde? (base, prioridade, estratégia de segmentação)

4. Como? (desafio, diferencial)

5. Com que finalidade? (grupos de interesse)

 Com base nas respostas acima (definição do negócio, produtos ou serviços da empresa, clientes, necessidades dos clientes, visão de futuro, dentre outras), defina a missão de sua empresa, sempre trabalhando com os seus sócios e principais funcionários.

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |

**EXERCÍCIO 3: ELABORAÇÃO DA VISÃO DE FUTURO DA EMPRESA**

 Por que estamos nesse negócio?

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |

 A onde queremos chegar com esse negócio (qual é o maior e mais audacioso objetivo da empresa)?

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |
|  |

 O que precisamos fazer para chegar lá?

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |
|  |

 Quais são as três coisas que gostaríamos que nossos clientes falassem de nossa empresa?

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |

 Quais são as três coisas que gostaríamos que nossos funcionários dissessem de nossa empresa?

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |

 Quais são as três coisas que gostaríamos que nossos concorrentes comentassem a respeito empresa?

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |

**ANÁLISE DAS OPORTUNIDADES, AMEAÇAS, FORÇAS E FRAQUEZAS (SWOT)**

1. **Objetivo essencial a ser alcançado**

 Identificar as principais forças que nos afetam no ambiente competitivo externo e como estamos preparados para enfrentá-las.

1. **Questões-chave que devem ficar respondidas após a execução do exercício**
* Quais são as principais oportunidades que o ambiente externo permite à nossa empresa?
* Quais são as principais ameaças que o ambiente externo apresenta à nossa empresa?
* Quais são as nossas principais forças como empresa?
* Quais são as nossas principais fraquezas como empresa?
* Afinal, como estamos posicionados para enfrentar o macroambiente competitivo?

Na análise SWOT (*strenghts, weaknesses, opportunities and threats*) fazemos o fechamento do diagnóstico estratégico para nossa empresa, ou seja, a consolidação das análises do macroambiente, competitiva e interna num conjunto objetivo de forças-fraquezas-oportunidades-ameaças que dará a nossa orientação estratégica básica.

**Análise SWOT**

1. Reflita sobre o espectro SWOT de sua empresa. Anote livremente nos quadrantes.

|  |  |
| --- | --- |
| **OPORTUNIDADES** | **AMEAÇAS** |
| **FORÇAS** | FRAQUEZAS |

**Análise SWOT**

b) Agora se concentre nas 10 mais importantes em cada grupo. Avalie quantitativamente (escala de zero a dez) a potência de cada ameaça / oportunidade, hachuriando as colunas, a partir do zero, para a direita ou para a esquerda, em direção ao item selecionado como ameaça ou oportunidade.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  **OPORTUNIDADES** | **10** | **8** | **6** | **4** | **2** | **0** | **2** | **4** | **6** | **8** | **10** | **AMEAÇAS** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Média das oportunidades** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | **Média das ameaças** |

Quociente oportunidades / ameaças = \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

* Quais são as maiores ameaças a serem evitadas?\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
* Quais são as maiores oportunidades a explorar?\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Análise SWOT**

d) Agora avalie o ambiente interno. Faça o mesmo em relação às forças e fraquezas relativas da empresa.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **FORÇAS** | **10** | **8** | **6** | **4** | **2** | **0** | **2** | **4** | **6** | **8** | **10** | **FRAQUEZAS** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Média das Forças** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | **Média das fraquezas** |

Quociente das forças / fraquezas = \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Análise SWOT**

Agora, responda as seguintes perguntas:

* Que forças alavancam as oportunidades da empresa?
* Que fraquezas fazem piorar os efeitos das ameaças sobre a vulnerabilidade da empresa?
* Que pontos fracos restringem o aproveitamento das oportunidades?
* Que forças amenizam os impactos das ameaças

Quais as fraquezas a serem atacadas e eliminadas com prioridade? **Estas são diretrizes estratégicas fundamentais!**

Quais as forças que temos que explorar? **Estas são possíveis fontes de Vantagem Competitiva!**

**Análise SWOT**

* O que predomina no ambiente externo: oportunidades ou ameaças?
* O que predomina no ambiente interno: forças ou fraquezas?

**: Fatores Críticos de Sucesso**

**Liste os 5 a 7 principais Fatores Críticos de Sucesso do seu negócio.**

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |

**DEFINIÇÃO E DESDOBRAMENTO DOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS**

**A - OBJETIVOS E METAS**

Agora você deve selecionar e agrupar seus objetivos estratégicos por “tema” e estabelecer as metas correspondentes, prazo e responsáveis.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **OBJETIVOS** | **Metas** | **Prazo** | **Resp.** |
| **a) Financeiros** |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| **b) Marketing e Vendas** |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| **c) Produção/Qualidade** |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| **d) Recursos Humanos** |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

 **DEFINIÇÃO DAS ESTRATÉGIAS**

**Com base em todas as conclusões das análises anteriores, use o espaço a seguir para listar as cinco (5) grandes linhas do direcionamento estratégico que sua empresa deve seguir e que posteriormente serão detalhadas em objetivos, metas e projetos específicos**

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |

 **PLANO DE AÇÃO**

**Utilizando os objetivos e metas e Estratégias das atividades anteriores, faça o planejamento das ações necessárias para o atingimento dos objetivos e metas utilizando a ferramenta 5W2H.**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **O QUE** | **QUEM** | **QUANDO** | **POR QUE** | **ONDE** | **COMO** | **QUANTO** |
| **(AÇÕES)** | **(RESPONSÁVEL)** | **(PRAZO)** | **(JUSTIFICATIVA)** | **(LOCAL)** | **(PROCEDIMENMTO)** | **CUSTA** |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

**CONTROLE (INDICADORES DE DESEMPENHO)**

**Baseado nos objetivos e metas e no planejamento das ações (5W2H) defina indicadores de desempenho para os objetivos e metas e para as ações do plano.**

Ao construir um indicador de desempenho, responda as seguintes perguntas:

 O que você está querendo medir?

 Para que será feita a medição?

 Como ela será feita?

 Onde será feita a medição?

 Quando serão feitas as medições?

 Quem será responsável pela medição?

|  |
| --- |
| 1. Nome do indicador
 |
| 1. Responsável pela apuração do indicador
 |
| 1. Objertivo do indicador
 |
| 1. Definição
 |
| 1. Fórmula
 |
| 1. Dados do período
 |
| 1. Freqüência coleta de dados e apuração do indicador
 |
| 1. Quando distribuir os resultados da apuração
 |
| 1. Pra quem distribuir
 |
| 1. Forma de apresentação dos dados
 |
| 1. Origem dos dados
 |