



# Planejamento Estratégico: Seu Mapa para o Sucesso

O planejamento estratégico é um processo que envolve a definição de objetivos de longo prazo e a criação de planos para alcançá-los. Não se trata apenas de reagir aos desafios do dia a dia, mas de antecipar mudanças e se preparar para o futuro. É sobre definir onde você quer chegar e traçar um caminho claro para alcançar esse

# Introdução ao Planejamento Estratégico

## Navegando sem Rumo

Imagine-se navegando em um vasto oceano sem um mapa, sem uma bússola. A sensação de estar perdido é inevitável, e o destino se torna uma mera questão de sorte. Muitos pequenos empreendedores se encontram exatamente nessa situação, navegando em seus negócios sem uma direção clara.

## O Mapa do Sucesso

É aqui que entra o planejamento estratégico – seu mapa e bússola para o sucesso. O planejamento estratégico é essencial porque proporciona clareza e direção. Sem ele, você pode estar desperdiçando recursos preciosos, como tempo e dinheiro, em atividades que não contribuem para o crescimento do seu negócio.

## Vantagem Competitiva

Além disso, um bom planejamento estratégico ajuda a identificar oportunidades e ameaças no ambiente de negócios, permitindo que você se posicione de maneira mais competitiva.

**Segundo SEBRAE menos de 10%  
das empresas, possuem um  
planejamento estratégico**

# Definindo Objetivos Claros e Mensuráveis

Metodologia SMART:

**S**pecifico

**M**ensuravel

**A**tingivel

**R**elevante

**T**emporal

# Definindo Objetivos Claros e Mensuráveis

1

## Específico

Um objetivo específico é claro e preciso. Por exemplo, em vez de dizer "Quero aumentar as vendas", diga "Quero aumentar as vendas de bolos veganos em 20% nos próximos seis meses".

2

## Mensurável

Um objetivo mensurável permite que você acompanhe seu progresso. Pergunte-se: Como saberei quando alcancei meu objetivo?

3

## Atingível

Objetivos atingíveis são realistas e possíveis de serem alcançados com os recursos disponíveis. Não adianta definir metas impossíveis que só irão gerar frustração.

# Definindo Objetivos Claros e Mensuráveis

4

## Relevante

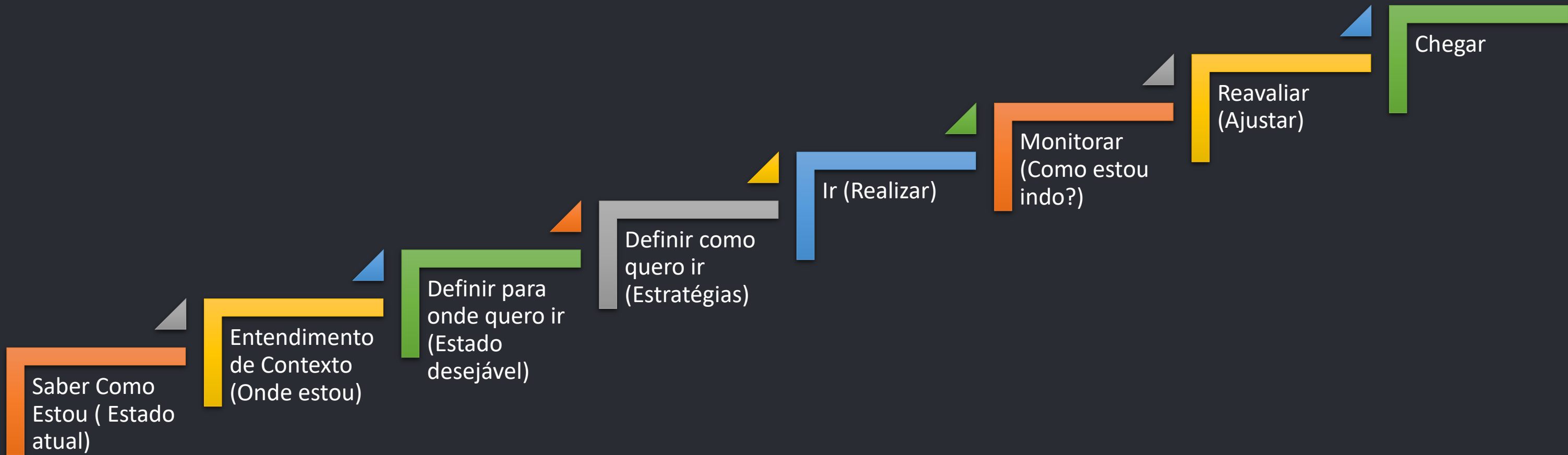
O objetivo deve ser relevante para o seu negócio. Ele deve contribuir para a missão e visão da empresa.

5

## Temporal

Defina um prazo para alcançar o objetivo. Um objetivo sem prazo é apenas um desejo.

# Qual é a nossa jornada?



# Etapas do curso?

COMO ESTOU?

Ferramentas:  
BMC  
Missão  
Valores

ONDE ESTOU?

Ferramentas:  
SWOT

PARA ONDE VOU?

Ferramentas:  
Visão

COMO VOU?

Ferramenta:  
Planejamento de  
iniciativas  
Plano de ação (3q)

COMO ESTOU INDO?

Ferramenta:  
Medição do plano



Business Model Canvas

**FERRAMENTA 1**

**BMC**

# Missão ,Visão e Valor

**MUITAS EMPRESAS ERRAM NA ESTRATÉGIA, POIS  
PARA ESCOLHER A ESTRATÉGIA CERTA,  
VOCÊ TEM QUE RESPONDER A SEGUINTE PERGUNTA:**

Qual a dor e/ou problema eu vou resolver?

A resposta dessa pergunta é a missão da empresa e com essa resposta eu vou traçar a estratégia certa para cumprir a missão.

# Missão ,Visão e Valor

**POR ESSE MOTIVO A ESTRATÉGIA DA EMPRESA  
NUNCA PODE SER O LUCRO.  
O LUCRO É CONSEQUÊNCIA DE CUMPRIR A MISSÃO.**

Empresa é um local feito por pessoas, que buscam entregar uma solução extraordinária para resolver esse problema.  
E essa solução geralmente tem um valor monetário.

# Missão ,Visão e Valor

**O lucro acontece quando eu faço  
bem feito a minha missão,  
quando eu soluciono os problemas.**

# Missão ,Visão e Valor

**O VALOR MONETÁRIO GERADO PELA  
EMPRESA VAI PASSAR PELA CAPACIDADE  
DELA EM ATENDER OS 3 ITENS ABAIXO:**

1. Capacidade de trazer solução para o maior número de pessoas
2. Trazer soluções que nenhuma outra empresa consegue trazer
3. Trazer soluções profundas, definitivas e importantes para as pessoas

Olha para a sua empresa e faça esses questionamentos

# Missão ,Visão e Valor

## MISSÃO

A resposta às seguintes perguntas:

- No que a empresa quer se tornar?
- Qual direção é apontada?
- Onde nós estaremos?
- O que a empresa será?
- Em que direção eu devo apontar meus esforços?
- Eu estou ajudando a construir o quê?
- Os recursos investidos estão levando a empresa para onde?

# Missão ,Visão e Valor

## EXEMPLO DE MISSÃO

### FEBRACIS

## **TRANSFORMAR E POTENCIALIZAR**

Vidas e negócios por meio da metodologia do coaching integral sistêmico, construindo um mundo extraordinário e abundante

# Missão ,Visão e Valor

## EXEMPLO DE MISSÃO



**MISSÃO**

Atuar na indústria de petróleo e gás de forma ética, segura e rentável, com responsabilidade social e ambiental, fornecendo produtos adequados às necessidades dos clientes e contribuindo para o desenvolvimento do Brasil e dos países onde atua.

**VISÃO 2030**

Ser uma das cinco maiores empresas integradas de energia do mundo\* e a preferida dos seus públicos de interesse.

\*Métrica: uma das cinco maiores produtoras de petróleo, dentre todas as empresas, com ou sem ações em bolsa.  
(Fonte para apuração: Relatório Anual da Petroleum Intelligence Weekly - PIW)



# Missão ,Visão e Valor

## EXEMPLO DE MISSÃO

Avon: ser a companhia que melhor entende e satisfaz as necessidades de produtos, serviços e autorrealização das mulheres no mundo todo.

Coca-cola: refrescar o mundo (em corpo, mente e espírito), inspirar momentos de otimismo (por meio de suas marcas e ações) e criar valor e fazer a diferença (onde estiver e em tudo o que fizer).

Samsung: inspirar o mundo com tecnologias inovadoras, produtos e design que melhoram a vida das pessoas e contribuem para a prosperidade social ao criar um novo futuro

Nestlé: Oferecer ao consumidor brasileiro produtos reconhecidamente líderes em qualidade e valor nutricional, que contribuam para uma alimentação equilibrada, gerando sempre oportunidades de negócios para a empresa e valor compartilhado com a sociedade brasileira.

Fiat: Desenvolver, produzir e comercializar carros e serviços que as pessoas prefiram comprar e tenham orgulho de possuir, garantindo a criação de valor e a sustentabilidade do negócio.

Nomus: Ser o principal parceiro de nossos clientes na busca contínua pela excelência na gestão da sua indústria.

Missão ,Visão e Valor

# FERRAMENTA 2

# MISSÃO

Missão ,Visão e Valor

**COMO PREENCHER?**

## FERRAMENTA MISSÃO, VISÃO E VALOR

Empresa: \_\_\_\_\_

Qual é o propósito principal do seu negócio? Por que sua empresa existe? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Quais produtos ou serviços você oferece? O que você vende ou faz?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Quem são seus principais clientes? Para quem você vende? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Quais são os valores fundamentais da sua empresa? Em que princípios você acredita?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Qual impacto você deseja ter no mercado e na comunidade? Como você quer ser lembrado ? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Onde você quer que sua empresa esteja daqui a 5 anos ?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

# Missão ,Visão e Valor

## Responda as perguntas

## Para trazer Consciência.

## Sempre com Humildade e Verdade

## FERRAMENTA MISSÃO, VISÃO E VALOR

Qual sua missão?

---

---

---

---

---

---

Qual sua visão?

---

---

---

---

---

---

Quais os seus valores?

---

---

---

---

---

---

# Missão, Visão e Valor

De acordo com o tema,  
Crie a sua  
Missão, visão e Valor.

# Missão ,Visão e Valor

## VISÃO

Definida a missão, é o momento de a empresa determinar uma visão de futuro para o seu negócio, ou seja, ter objetivos para atingir nos próximos anos.

É fundamental que eles tenham indicadores e metas.

Se a empresa quer ser a maior, a melhor e/ou a mais admirada de seu segmento, deve definir indicadores e metas para saber se está alcançando seus objetivos.

# Missão ,Visão e Valor

## VISÃO

A resposta às seguintes perguntas:

- Defina um horizonte de planejamento de 3 ou 5 anos. Como gostaria que sua empresa estivesse ao final desse período?
- Seria possível determinar algum tipo de indicador de avaliação e metas numéricas que poderiam ser atingidas nesse período de tempo? Qual?
- Elabore uma declaração em que conste o(s) objetivo(s) que a empresa irá atingir durante o período.

Missão ,Visão e Valor

# FERRAMENTA 2

## VISÃO



# Missão ,Visão e Valor

## VALORES

### “E os VALORES?”

Valores são princípios ou crenças, que servem de guia ou critério para os comportamentos, atitudes e decisões de toda e qualquer pessoa, as quais, no exercício das suas responsabilidades, e na busca dos seus objetivos, estejam executando a Missão, na direção da Visão.

Missão ,Visão e Valor

# FERRAMENTA 2

# VALORES

# Missão ,Visão e Valor

## MISSÃO, VISÃO, VALORES.

A construção de um conjunto de **Missão, Visão e Valores** só será útil se a prática do dia a dia, do presidente ao porteiro, demonstra ser esse o conjunto de regras que rege a conduta do pessoal da sua empresa.

Caso contrário, é pura perda de tempo, pois, se o que se diz e o que se prega é diferente do que se faz, a Missão, a Visão e os Valores tornam-se somente um apanhado de letras, caindo no vazio da rotina.



# Missão ,Visão e Valor



## Walmart Brasil Ltda

**Missão:** Vender por menos para as pessoas viverem melhor.

**Visão:** Ser o melhor varejista do Brasil na mente e no coração dos consumidores e funcionários.

# Missão ,Visão e Valor



## Google

**Missão:** Organizar as informações do mundo e torná-las mundialmente acessíveis e úteis.

**Visão:** Esforçamo-nos para manter a cultura livre, muito parecida com startups, onde todos são colaboradores participativos e sentem-se confortáveis para trocar ideias e opiniões.

# Analizando o Ambiente Interno e Externo

## Forças (Strengths)

Quais são os pontos fortes do seu negócio? O que você faz melhor do que seus concorrentes?

## Fraquezas (Weaknesses)

Quais são os pontos fracos do seu negócio? Onde você precisa melhorar?

## Oportunidades (Opportunities)



SWOT

**FERRAMENTA 3**

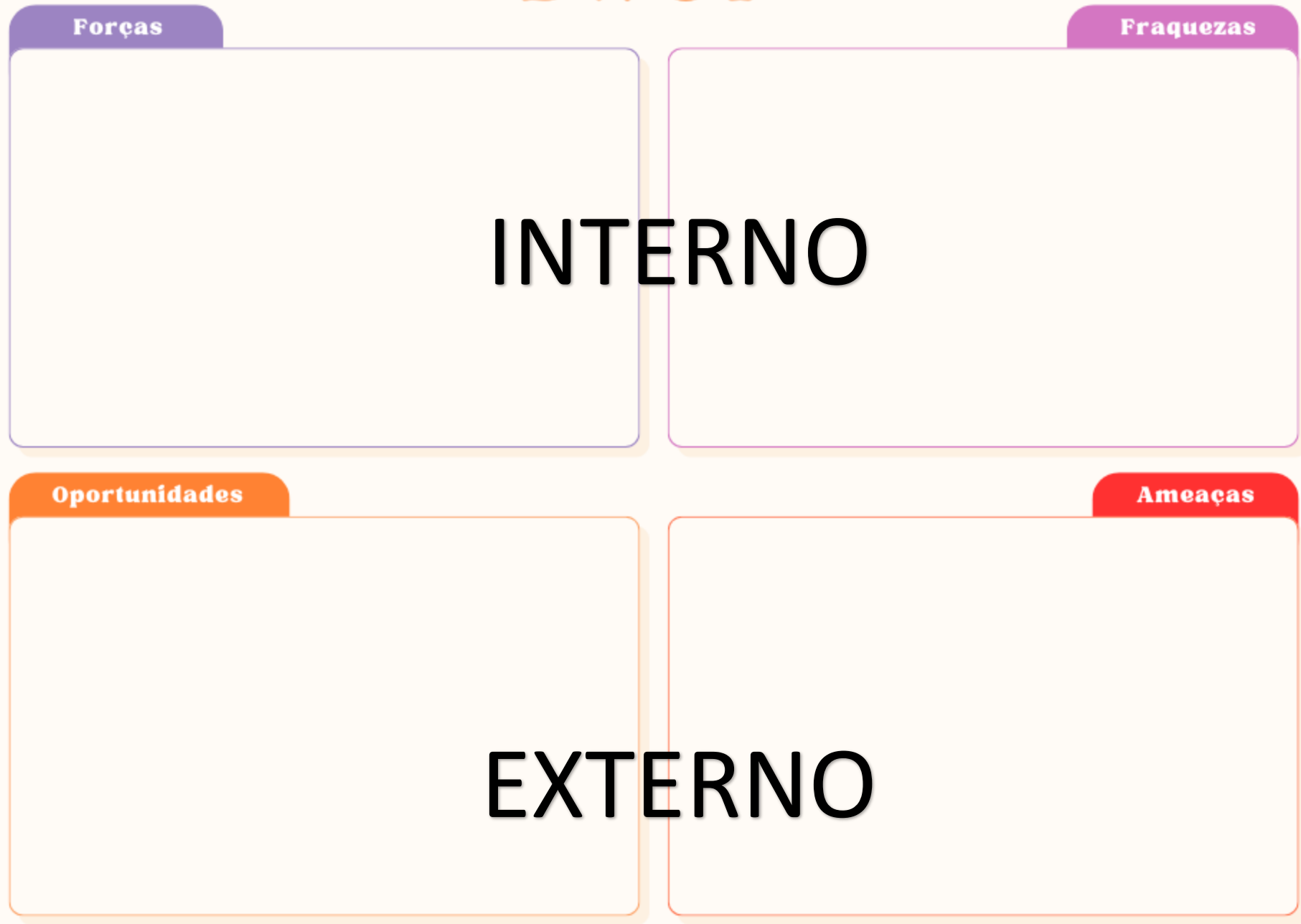
**SWOT**

SWOT

**COMO PREENCHER?**



# SWOT



# Desenvolvendo Estratégias Eficazes

- 1** **Estratégias de Crescimento**  
Focam em expandir seu mercado, aumentar a participação de mercado ou diversificar seus produtos e serviços.
- 2** **Estratégias de Diferenciação**  
Visam diferenciar seus produtos ou serviços da concorrência para atrair um público específico.
- 3** **Estratégias de Custo**  
Buscam reduzir custos e oferecer preços mais competitivos.
- 4** **Estratégias de Parceria**  
Envolvem formar parcerias ou alianças para fortalecer seu negócio.



Planejamento Estratégico

# FERRAMENTA 4

**OBJETIVOS /  
INICIATIVAS**

Planejamento Estratégico

**COMO PREENCHER?**



















# Criando um Plano de Ação

Elemento	Descrição
Objetivo	Reafirme o objetivo que você deseja alcançar.
Tarefas	Liste todas as tarefas necessárias para atingir o objetivo.
Responsáveis	Atribua cada tarefa a uma pessoa ou equipe.
Prazos	Defina prazos realistas para a conclusão de cada tarefa.
Follow-up	Defina datas de feedback das atividades.



Planejamento Estratégico

# FERRAMENTA 5

Plano de Ação 3Q

Planejamento Estratégico

**COMO PREENCHER?**

























# Monitoramento e Avaliação

1

## Revisões Regulares

Agende revisões regulares para avaliar o progresso das tarefas.

2

## Indicadores de Desempenho

Use os indicadores de sucesso definidos no plano de ação para medir o progresso.

3

## Feedback

Obtenha feedback da equipe e dos clientes para identificar áreas de melhoria.

4

## Ajustes

Esteja preparado para fazer ajustes no plano conforme necessário.



Planejamento Estratégico

# FERRAMENTA 6

Acompanhamento  
De  
Indicadores e Metas

Planejamento Estratégico

**COMO PREENCHER?**













# Celebrando Conquistas e Planejando o Futuro



## Reconhecimento

Agradeça e reconheça publicamente o esforço da equipe.



## Recompensas

Ofereça recompensas ou incentivos para metas alcançadas.



## Compartilhamento

Compartilhe as conquistas com clientes e parceiros para fortalecer relacionamentos.



# Brindes

E-book do curso

Slides do curso

Planilha de Planejamento Estratégico

Impressos ( Ferramentas)