



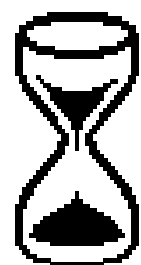
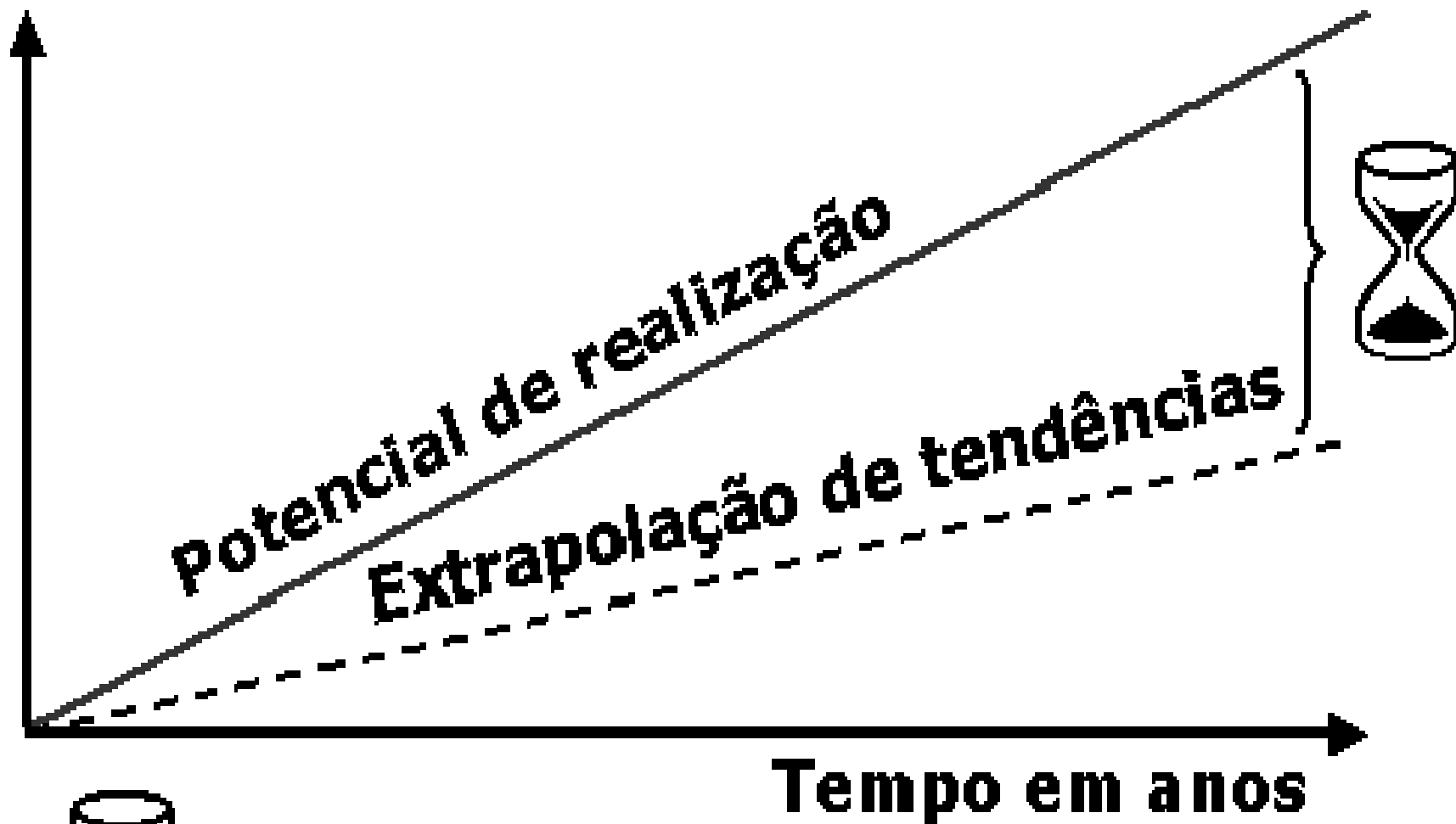
# **11º ENCONTRO DO Ciclo de Treinamento EXAGRO - PLANEJAMENTO -**

Cássio Rodrigues  
Jenner Missiagia  
Mário Garcia

# Objetivos

---

- Discutir a Gestão Agropecuária com foco no planejamento estratégico;
  - Orçamentação;
  - Acompanhamento do que foi planejado;
  - Análise financeira e comparação com outras opções de investimento;
  - Conclusão do módulo de Gerenciamento Financeiro e Econômico.
-



**Brecha de planejamento**

# Planejar

---

"Planejar é preciso, viver  
não é preciso"

Fernando Pessoa

---

# O Planejamento Permite...

---

- 01 – O que é planejamento?
  - 02 – O que é estratégia?
  - 03 – O que é estratégia empresarial?
  - 04 – O que é planejamento estratégico?
  - 05 – Características do planejamento estratégico.
-

## Planejamento Operacional

## Planejamento Estratégico

**Enfoque** Problemas operacionais

Sobrevivência e desenvolvimento a longo prazo

**Objetivo** Lucros atuais

Lucros futuros

**Restrições** Ambiente de recursos atuais

Ambiente de recursos futuros

**Recompensas** Eficiência, estabilidade

Desenvolvimento do potencial futuro

**Informações** Ramo de atividade atual

Oportunidades futuras

**Organização** Burocrático/ estável

Empresarial/flexível

**Liderança** Conservadora

Inspira mudança radical

**Solução de problemas** Reage, confia na experiência passada

Prevê, descobre novas orientações

**Baixo risco**

**Maior risco**

---

Quem participa do Planejamento?

---

# Participação x Decisão

---

**O processo deve ser participativo na  
formulação, não na decisão.**

**Participar não é decidir**

**Participar é ser ouvido, questionar,  
opinar e acatar as decisões de quem de  
direito.**

---

# Visão

---

Os grandes navegadores sempre sabem onde fica o norte. Sabem aonde querem ir e o que fazer para chegar a seu destino. Com as grandes empresas acontece a mesma coisa: elas têm visão. É isso que lhes permite administrar a continuidade e a mudança simultaneamente.

***James Collins e Jerry Porras***

---

## **FINALIDADE BÁSICA DE EMPRESAS**

<b>3M</b>	<b>Solucionar problemas não solucionados de maneira inovadora</b>
<b>CARGILL</b>	<b>Elevar o padrão de vida mundial</b>
<b>HEWLETT- PACKARD</b>	<b>Fazer contribuições técnicas para o avanço e bem estar da humanidade</b>
<b>McKINSEY &amp; COMPANY</b>	<b>Auxiliar corporações e governos líderes a obter mais sucesso</b>
<b>MERCK</b>	<b>Preservar e melhorar a vida humana</b>
<b>NIKE</b>	<b>Viver a alegria do avanço e sua tecnologia em benefício do público</b>
<b>WAL-MART</b>	<b>Das às pessoas comuns a oportunidade de comprar as mesmas coisas que os ricos</b>
<b>WALT DISNEY</b>	<b>Alegrear as pessoas</b>

# Negócio

---

"Não me ofereça coisas.  
Não me ofereça sapatos.  
Ofereça-me a comodidade para meus pés e o prazer de caminhar.  
Não me ofereça casa.  
Ofereça-me segurança, conforto e um lugar que prime pela limpeza e felicidade.  
Não me ofereça livros.  
Ofereça-me horas de prazer e o benefício do conhecimento.  
Não me ofereça discos.  
Ofereça-me lazer e a sonoridade da música.  
Não me ofereça ferramentas.  
Ofereça-me o benefício e o prazer de fazer coisas bonitas.  
Não me ofereça móveis.  
Ofereça-me conforto e tranquilidade de um ambiente aconchegante.  
Não me ofereça coisas.  
Ofereça-me idéias, emoções, ambiência, sentimentos e benefícios.  
Por favor, não me ofereça coisas."

***Autor desconhecido***

---

# Missão

---

Uma empresa não se define pelo seu nome, estatuto ou produto que faz; ela se define pela sua missão. Somente uma definição clara da missão é razão de existir da organização e torna possíveis, claros e realistas os objetivos da empresa.

***Peter Drucker***

---

# Princípios

---

Seja flexível e, quando não puder aceitar os termos, aceite os meios termos.

Porém, não confunda meios-termos com meios princípios.

Meios princípios não existem.

***Ilie Gilbert***

---

# Objetivos

---

Acredito que a diferença vital entre o sucesso e o fracasso de uma empresa pode freqüentemente ser atribuída à questão de até que ponto a organização aproveita bem a energia e o talento de seu pessoal. Que faz ela para ajudar as pessoas a achar um denominador comum que as aproximem? Como as mantém direcionada em torno de um mesmo Objetivo?

***Thomas J. Watson Jr.***

---

# Análise do Ambiente

---

O futuro não é predeterminado. É, pelo menos em parte, sujeito à nossa influência. O nosso interesse deve ser, pois, focalizar futuros previsíveis tanto quanto os que são possíveis e prováveis.

***Alvin Toffler***

---

# Cenários

---

Cenários são como sondas para o futuro. Seu valor está em sensibilizar os executivos para possibilidades que eles dificilmente perceberiam de outra forma. Cenários reduzem as chances de surpresas indesejáveis e capacitam os executivos a tomar melhores decisões, em melhor timing.

***Oscar Motomura***

---

# Estratégias

---

É fácil a missão de comandar homens livres: basta mostrar-lhes o caminho ...

***General Osório***

---

# Controle

---

Visão sem ação não passa de um sonho.

Ação sem visão é só um passatempo.

Visão com ação pode mudar o mundo

***Joel Arthur Barker***

---

# Bibliografia

---

- <http://www.administracaoegestao.com.br/planejamento-estrategico/conceito-de-estrategia/>
  - [http://www.strategia.com.br/Estrategia/estrategia\\_corpo\\_capitulos\\_controle.htm](http://www.strategia.com.br/Estrategia/estrategia_corpo_capitulos_controle.htm)
-