Estratégia
CONCURSOS

Aul

Administração Pública p/ TRFs (Técnico Judiciário - Área Administrativa) Com Videoaulas - 2019

Professor: Rodrigo Rennó

Aula Demonstrativa: Planejamento

Olá pessoal, tudo bem?

Meu nome é Rodrigo Rennó e tenho o grande prazer de iniciar com vocês um curso de **Administração Pública** para os próximos concursos de **Técnico Administrativo dos Tribunais Regionais Federais - TRFs.**

Este curso foi pensado para você que quer se preparar com antecedência para esses cargos. Iremos abordar os temas que costumam ser cobrados pelas bancas que realizam estes concursos**.**

Nosso objetivo é lhe preparar para conseguir uma das vagas do próximo concurso!

Irei trabalhar a teoria necessária e comentar centenas de questões para que você chegue pronto para o que "der e vier" no dia da prova!

Não se preocupe, sei que você não tem apenas essa matéria para estudar. Minha proposta é trabalhar os tópicos na abrangência e profundidade necessárias, sem mais nem menos. Vamos fazer um estudo direcionado, **focando apenas no que a banca costuma cobrar!**

Tenho o hábito de escrever como se estivesse conversando com o aluno, portanto não estranhem o estilo "leve", pois acredito que fica mais fácil de passar o conteúdo, e, principalmente, mais agradável para vocês dominarem essa matéria.

Estarei junto a você, comentando os principais temas e as "pegadinhas" da banca, de modo que você, em pouco tempo, esteja preparado para dominar essa matéria.

Além disso, temos um fórum de dúvidas que você poderá interagir conosco e ver não só as suas, mas também as dúvidas dos colegas respondidas. **Tenho certeza de que esse curso fará a diferença na sua preparação!**

Antes de qualquer coisa, vou dizer um pouquinho sobre mim: como você, já fui concurseiro e disputei diversos concursos da área de Administração e sei como é encarar esse desafio.

Quando eu estudava para concursos, eu trabalhava durante o dia e tinha somente poucas horas para me dedicar aos estudos. Raramente, conseguia estudar mais de 3 horas por dia (só nos meus finais de semana conseguia dar um "gás" maior em algumas matérias).

Sei o que é chegar em casa cansado e enfrentar duras horas de estudo, abrindo mão do lazer e do convívio com a família. Por isso mesmo, tento montar um material mais leve e focado, sem "firulas" e temas que não costumam ser cobrados.

Sou professor de Administração especializado em concursos há muitos anos e tive o prazer de ajudar milhares de candidatos a atingir seu sonho: alcançar o objetivo de ser aprovado!

Atualmente, sou Especialista em Políticas Públicas e Gestão Governamental no Ministério do Planejamento, tendo sido também Auditor de Controle Interno na Secretaria de Fazenda do Governo do Distrito Federal. Sou carioca e formado em Administração pela PUC do RJ, com Pós-Graduação em Gestão Administrativa.

Além disso, sou autor de três livros na área:



Administração Geral para Concursos – 3° Edição

Teoria e mais de 300 questões comentadas



Administração Geral e Pública – Cespe/UnB

Mais de 900 questões comentadas



Administração de Recursos Materiais para Concursos - Teoria e mais de 370 questões comentadas

Tenho certeza de que esse material fará a diferença na sua preparação, e, além disso, estarei presente no fórum do curso, que vocês terão acesso exclusivo!

Se aparecer uma dúvida qualquer estarei disponível para esclarecer de modo direto e individualizado.

Aproveitando, te convido a dar uma olhada e se inscrever no meu canal do Youtube. Lá tenho muitas dicas e aulas gratuitas.

https://www.youtube.com/user/rodrigorenno99/

Os tópicos cobrados pela banca serão disponibilizados de acordo o cronograma abaixo:

Aula 0: Planejamento Estratégico: Conceitos. Princípios. Etapas. Níveis. Métodos.

Aula 1: Teorias Administrativas: Principais escolas - características básicas e contribuições.

Aula 2: Gestão da qualidade: conceitos, objetivos, métodos e ferramentas.

Aula 3: Indicadores.

Aula 4: Comunicação como ferramenta de gestão.

Aula 5: Licitações e Contratos: Lei nº 8.666/1993: Conceito, finalidade, princípios, objeto, obrigatoriedade, dispensa, inexigibilidade e vedações, modalidades, procedimentos, anulação e revogação, sanções, pregão presencial e eletrônico, sistema de registro de preços. Lei nº 10.520/2002.

Aula 6: Gestão de Processos: Definições. Componentes. Características. Benefícios. Objetivos do mapeamento. Cadeia de valor. Níveis de detalhamento dos processos. Notação. Ferramentas de mapeamento. Projeto de mapeamento.

Aula 7: Características do contrato administrativo. Formalização e fiscalização do contrato. Aspectos orçamentários e financeiros da execução do contrato. Sanção administrativa. Equilíbrio econômico-financeiro. Garantia contratual. Alteração do objeto. Prorrogação do prazo de vigência e de execução.

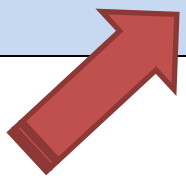
Aula 8: Gestão de Projetos: Conceitos. Fundamentos. Ciclo de vida. Ferramentas. Benefícios.

Vamos então para o que interessa, não é mesmo?

Quer receber **dicas de estudo e conteúdo gratuito de Administração** em seu **e-mail?**

Cadastre-se na nossa **lista exclusiva**, no link a seguir:

http://goo.gl/EUKHHs



Antes de iniciarmos o nosso curso, vamos a alguns AVISOS IMPORTANTES:

1) Com o objetivo de ***otimizar os seus estudos***, você encontrará, em ***nossa plataforma (Área do aluno)***, alguns recursos que irão auxiliar bastante a sua aprendizagem, tais como ***"Resumos"***, ***"Slides"*** e ***"Mapas Mentais"*** dos conteúdos mais importantes desse curso. Essas ferramentas de aprendizagem irão te auxiliar a perceber aqueles tópicos da matéria que você precisa dominar, que você não pode ir para a prova sem ler.

2) Em nossa Plataforma, procure pela ***Trilha Estratégica e Monitoria*** da sua respectiva área/concurso alvo. A Trilha Estratégica é elaborada pela nossa equipe do *Coaching*. Ela irá te indicar qual é exatamente o ***melhor caminho*** a ser seguido em seus estudos e vai te ajudar a ***responder as seguintes perguntas***:

- Qual a melhor ordem para estudar as aulas? Quais são os assuntos mais importantes?

- Qual a melhor ordem de estudo das diferentes matérias? Por onde eu começo?

- "*Estou sem tempo e o concurso está próximo!*" Posso estudar apenas algumas partes do curso? O que priorizar?

- O que fazer a cada sessão de estudo? Quais assuntos revisar e quando devo revisá-los?

- A quais questões deve ser dada prioridade? Quais simulados devo resolver?

- Quais são os trechos mais importantes da legislação?

3) Procure, nas instruções iniciais da "Monitoria", pelo *Link* da nossa ***"Comunidade de Alunos"*** no Telegram da sua área / concurso alvo. Essa comunidade é ***exclusiva*** para os nossos assinantes e será utilizada para orientá-los melhor sobre a utilização da nossa Trilha Estratégica. As melhores dúvidas apresentadas nas transmissões da "***Monitoria***" também serão respondidas na nossa ***Comunidade de Alunos*** do Telegram.

(*) O Telegram foi escolhido por ser a única plataforma que preserva a intimidade dos assinantes e que, além disso, tem recursos tecnológicos compatíveis com os objetivos da nossa Comunidade de Alunos.

Sumário

Planejamento das Organizações 6
Níveis do Planejamento 9
Planejamento Estratégico 12
Missão e Visão e Negócio 14
Análise SWOT 17
Matriz GUT 19
Ferramenta 5W2H 20
Planejamento: sob certeza e sob incerteza - Planejamento por Cenários 21
Métodos para a Construção de Cenários 24
Objetivos, Metas e Planos 24
Escolas do Planejamento 25
Balanced Scorecard e os Mapas Estratégicos 30
Balanced Scorecard 30
Mapa Estratégico 34
Planejamento Estratégico Situacional - PES 36
Resumo 41
Questões Comentadas 49
Lista de Questões Trabalhadas na Aula 70
Gabarito 83
Bibliografia 83

PLANEJAMENTO DAS ORGANIZAÇÕES

O planejamento é um dos mais importantes processos na administração. Sem ele, nenhuma empresa ou organização consegue desenvolver-se. O mesmo pode ser dito para nossas próprias vidas: **sem um processo de planejamento, teremos muito mais dificuldade para atingirmos nossos objetivos**.

Imagino que você, mesmo que nunca tenha estudado este assunto, tenha alguma ideia do que trata o planejamento, não é mesmo? Mesmo que de forma simplificada, todos nós já utilizamos o planejamento em nossas vidas.

Para passar em um concurso, por exemplo, devemos planejar quanto tempo teremos diariamente para estudar, devemos analisar nossa situação atual, definir quais serão as matérias que iremos focar, quais são os temas que ainda temos dificuldade, dentre outros aspectos, para que tenhamos sucesso em nossos certames.

Em uma empresa, o processo é, basicamente, muito semelhante. Só que o processo é um pouco mais complexo. Como estamos nos referindo a grandes organizações, deveremos utilizar algumas ferramentas que nos auxiliam.

Nesta aula, iremos abordar os principais pontos cobrados pelas bancas e as principais "pegadinhas" das bancas.

O planejamento está inserido nos quatro principais processos administrativos (os outros são: organização, direção e controle). De certa forma, é o processo de planejamento que influencia os demais processos.

É através do planejamento, por exemplo, que definimos aonde a organização quer chegar, em que prazo de tempo e como faremos para atingir estes objetivos. E para que planejamos?

Basicamente, **o planejamento serve para que um gestor busque reduzir as incertezas na gestão de uma empresa**. Não conhecemos o futuro, não é mesmo? Mas devemos estar preparados para os principais desafios esperados e devemos estar sempre atentos para o ambiente que nos cerca.

O planejamento proporciona, assim, aos gestores uma capacidade de "pensar o todo", e não somente ficar "apagando incêndios". A ideia é não ficar preso ao curto prazo e também analisar as possibilidades e ameaças futuras[1].

Além disso, **o planejamento auxilia o gestor no direcionamento dos esforços e recursos onde eles são mais necessários**. Fica mais claro para todos (inclusive para a cúpula) quais são os objetivos estratégicos e quais são as principais oportunidades e ameaças.

Com o processo de planejamento, todos os funcionários ficam sabendo quais são os objetivos e quais são os planos de seus superiores. Por isso, dizemos que **o planejamento dá um "norte" aos**

[1] (Sobral & Peci, 2008)

membros de uma empresa – todos passam a saber o que deve ser feito e quais são as visões de futuro.

Além disso, o planejamento torna possível o processo de controle da empresa, pois sem sabermos quais são os objetivos e metas, não poderemos construir um sistema de controle (afinal, quem controla o que não tem direção?).

Outro aspecto interessante é o **constante aprendizado que o processo de planejamento gera, em que os gestores passam a conhecer melhor a instituição, seu ambiente e as forças externas**.

De acordo com Sobral e Peci, as principais vantagens do planejamento podem ser descritas:

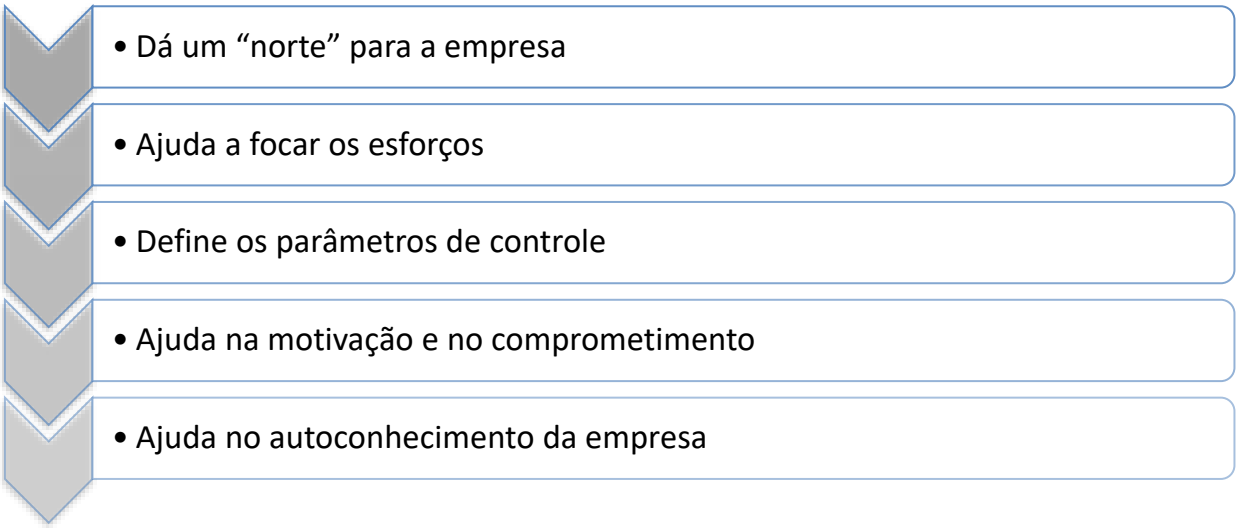


Figura 1 - Vantagens do Planejamento - Fonte: (Sobral e Peci 2008)

Desta forma, o planejamento é o processo que é utilizado pelas organizações para buscar reduzir as incertezas e aumentar a possibilidade de que a instituição tenha sucesso[2].

De acordo com um conhecido autor, Djalma de Oliveira[3], o

> *"Planejamento é um processo desenvolvido para o alcance de uma situação futura desejada, de um modo mais eficiente, eficaz e efetivo, com a melhor concentração de esforços e recursos pela empresa".*

Os principais autores concordam com esta visão: de que o planejamento envolve a definição de objetivos e do modo de alcançá-los[4]. Entretanto, a "doutrina" **não concorda sobre as etapas ou passos do planejamento.**

Uma definição conhecida da ordem destas etapas ou "passos" do planejamento seria a seguinte[5]:

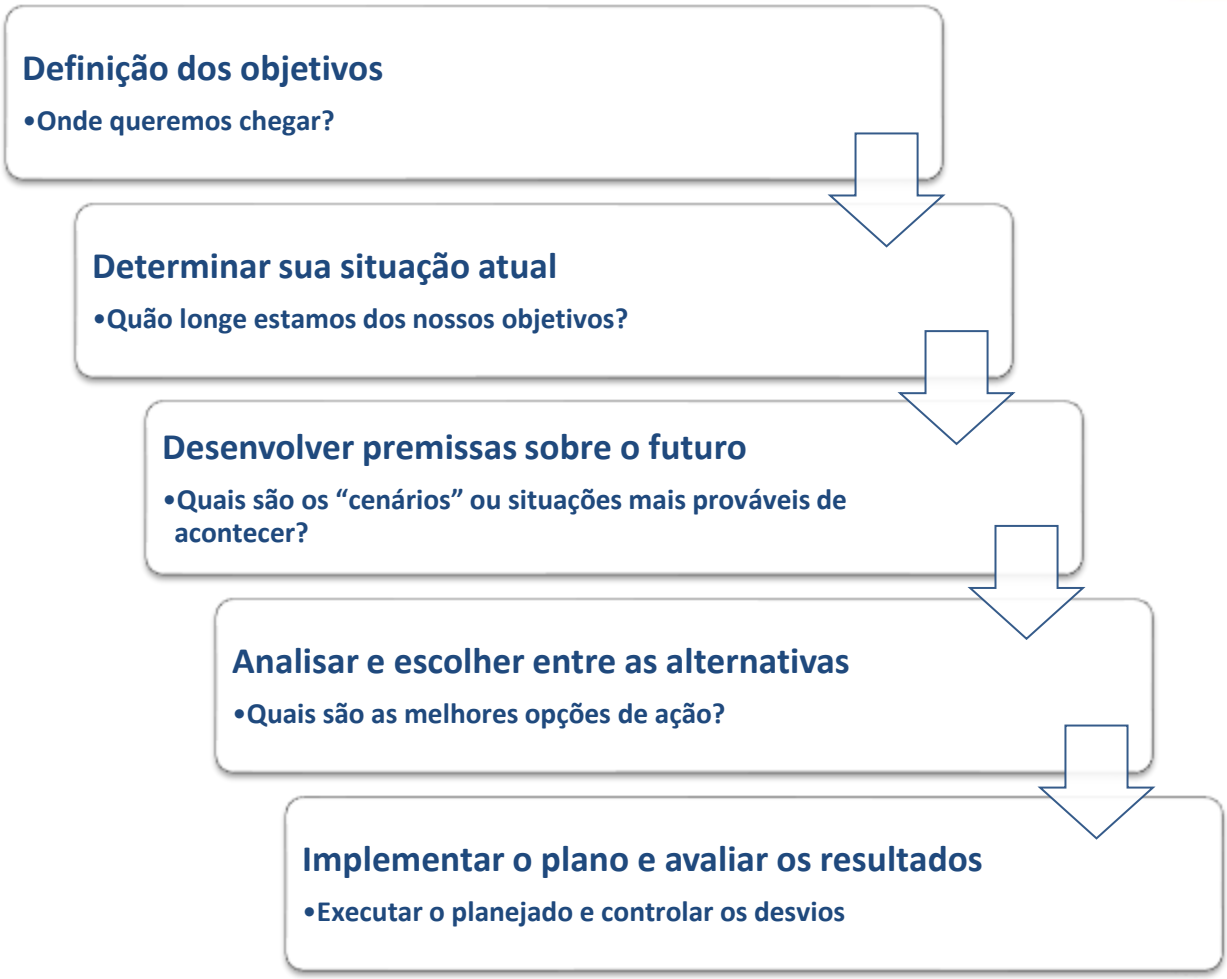
---

[2] (Oliveira, 2007)

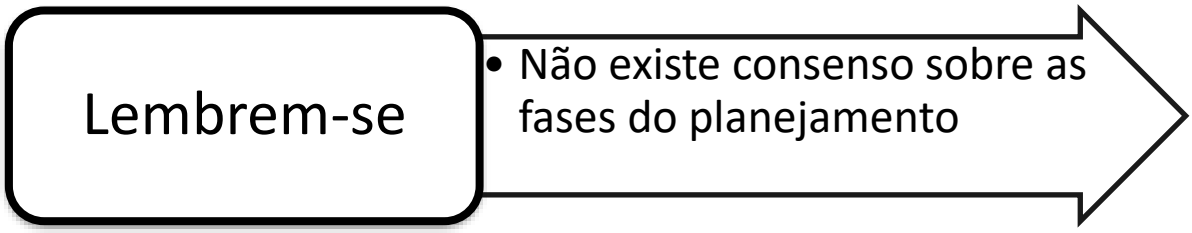
[3] (Oliveira, 2007)

[4] (Chiavenato, Administração Geral e Pública, 2008)

[5] (Schemerhorn Jr., 2008)



Assim, alguns autores acreditam que o planejamento se inicia com a definição dos objetivos. Já **outros postulam que o planejamento começaria com a análise do ambiente interno e externo**.





(CESPE – SERPRO - GESTÃO EMPRESARIAL) Há consenso entre as metodologias de que o planejamento estratégico deve ter início com o estabelecimento dos objetivos gerais da organização.

Comentários:

A questão está incorreta, pois não ocorre este consenso sobre a ordem das etapas do processo de planejamento entre os principais autores. Alguns postulam que o planejamento começa com a definição de objetivos, já outros creem que deve iniciar-se com o diagnóstico estratégico.

Gabarito: errada

NÍVEIS DO PLANEJAMENTO

O processo de planejamento acontece em todos os níveis da instituição, mas cada nível apresenta certas diferenças. Quando falamos de níveis do planejamento, estamos nos referindo aos tipos de planejamento que são executados em cada nível da empresa.

E quais são estes níveis?

Quando pensamos em uma empresa, normalmente dividimos a sua estrutura em três patamares: **o estratégico, o tático e o operacional**. Para facilitar a compreensão, **o nível estratégico envolveria os diretores e dirigentes máximos da organização**.

Já o **nível tático envolveria a gerência média da organização** (por isso, algumas bancas chamam este nível de gerencial). Finalmente, o **nível operacional estaria relacionado com os supervisores e com os executores diretos das tarefas, ou seja, com o pessoal que "mete a mão na massa".**

Naturalmente, a preocupação de cada um destes "atores" é diferente! Assim, o planejamento de cada nível também é feito de forma diferente e com um foco distinto. As principais diferenças ocorrem em relação ao prazo, à abrangência e ao seu conteúdo[6].

A cúpula da organização, por exemplo, não está preocupada (ou não deveria estar) com os detalhes de cada operação. Em uma empresa ou órgão público grande, eles ficariam "doidos" se quisessem planejar todas as suas operações, de cada atividade, não é mesmo?

[6] (Chiavenato, Administração nos novos tempos, 2010)

Esta cúpula, que chamamos de **nível estratégico**, está sim preocupada com os grandes assuntos da empresa. **O foco é, portanto, no "quadro global"**, com as principais questões que podem gerar oportunidades ou ameaças para estas organizações. **Os objetivos** não são detalhados, específicos, mas sim **gerais e abrangentes**.

Além disso, este nível deve estar voltado não só para o "dia-a-dia" da instituição, mas tente ter uma visão de mais longo prazo. São eles que devem pensar o futuro da organização, como ele deve enfrentar seus desafios em um prazo mais largo.

Assim, **o foco do planejamento estratégico deve estar no longo prazo**[7]! Lembrem-se disso, pois cai "mais que o Neymar em jogo decisivo" nas provas de concurso.

Já o **nível gerencial ou tático** deve receber do nível estratégico as diretrizes e objetivos estratégicos. Assim, cada gerente deve, em sua área, cumprir o que já foi definido pela cúpula estratégica da empresa.

Sua preocupação já não será tão abrangente, pois eles estão responsáveis por um departamento ou projeto específico, não é mesmo? O mesmo pode ser dito quanto ao tempo: seu planejamento será voltado para o **médio prazo**.

Portanto, o planejamento tático deve englobar os objetivos de cada departamento (por exemplo, a Gerência de Marketing) para que os objetivos estratégicos da empresa sejam alcançados. Lembre-se disso: **o planejamento tático é um desdobramento do planejamento estratégico**.

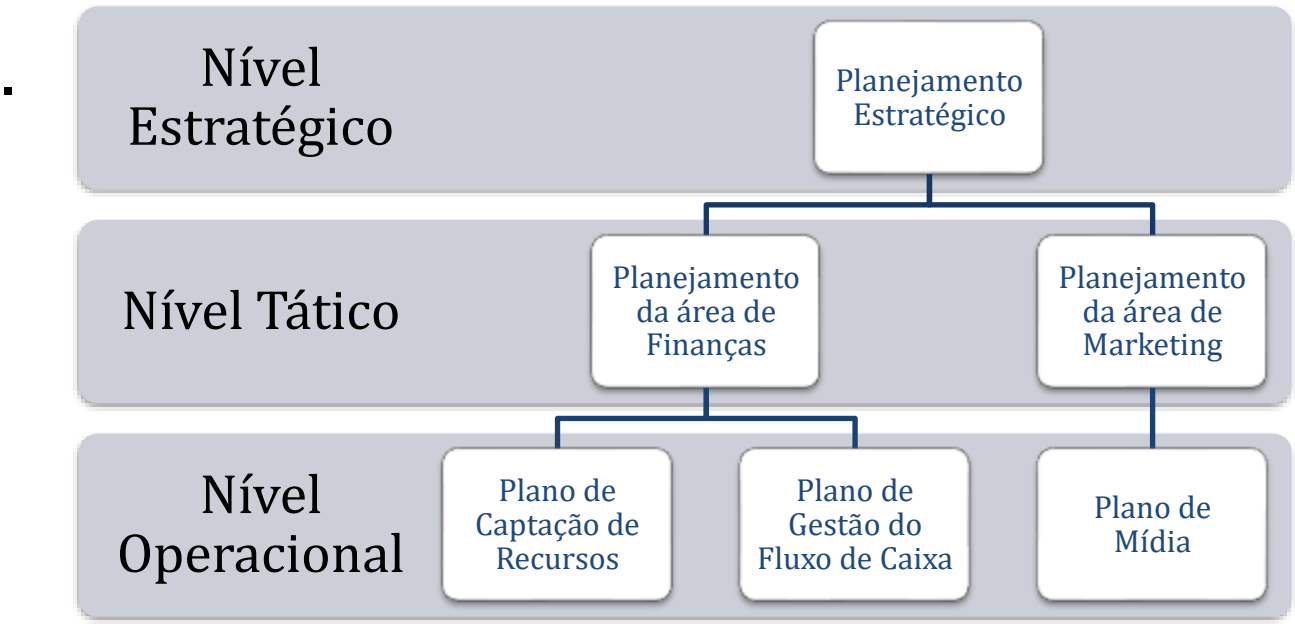


Figura 2 - Níveis do Planejamento e seus desdobramentos

Finalmente, o pessoal do "chão de fábrica", ou do **nível operacional** está preocupado é como vão executar suas atividades dentro do esperado: no prazo, dentro do custo orçado e com a qualidade necessária. O Planejamento operacional decide "o que fazer" e "como fazer".

[7] (Sobral & Peci, 2008)

Naturalmente, estas atividades estarão inseridas dentro do que o planejamento tático definir: quais são as ações importantes e que devem ser realizadas para que os objetivos estratégicos e táticos sejam alcançados.

Seus **objetivos são bem detalhados** e estão voltados para o **curto prazo**. O plano operacional nada mais é do que um plano voltado para a execução de alguma tarefa ou evento: o treinamento de funcionários, a captação de um empréstimo, uma conferência entre parceiros, dentre diversas atividades que ocorrem em todos os departamentos.

Vamos ver um caso prático?

Você é o presidente de uma cadeia de hotéis. Sua preocupação maior é a de como posicionar sua empresa para o crescimento de mercado e aumentar sua lucratividade.

Como o mercado hoteleiro está se desenvolvendo? Como os hábitos das pessoas estão mudando? Para quais destinos elas estão desejando ir? Como os concorrentes estão se comportando? Todas estas questões devem ser analisadas antes da tomada de decisão de construção de um novo empreendimento, não é verdade?

Uma decisão estratégica poderia ser a de investir na construção de um novo hotel "resort" em uma praia paradisíaca do Nordeste, por exemplo. Para construir este hotel, a empresa terá de investir cerca de um bilhão de reais (hotelzinho bom esse!).

Com esta decisão estratégica tomada, os planos táticos terão de ser adaptados para que a organização consiga realizar o hotel (planejamento estratégico), não é mesmo?

Com isso, o gerente financeiro, por exemplo, deverá montar um planejamento gerencial para conseguir captar esta quantia (um bilhão de reais). Ele deverá gerar algumas alternativas de captação deste dinheiro no mercado financeiro, como a emissão de debêntures (títulos de dívida).

Finalmente, com a decisão tática tomada, o nível operacional também deverá obedecer a este planejamento tático para montar seu próprio plano (o planejamento operacional).

O analista financeiro terá de planejar a operação de lançamento destes títulos de dívida no mercado em seus mínimos detalhes, para que a operação tenha sucesso.

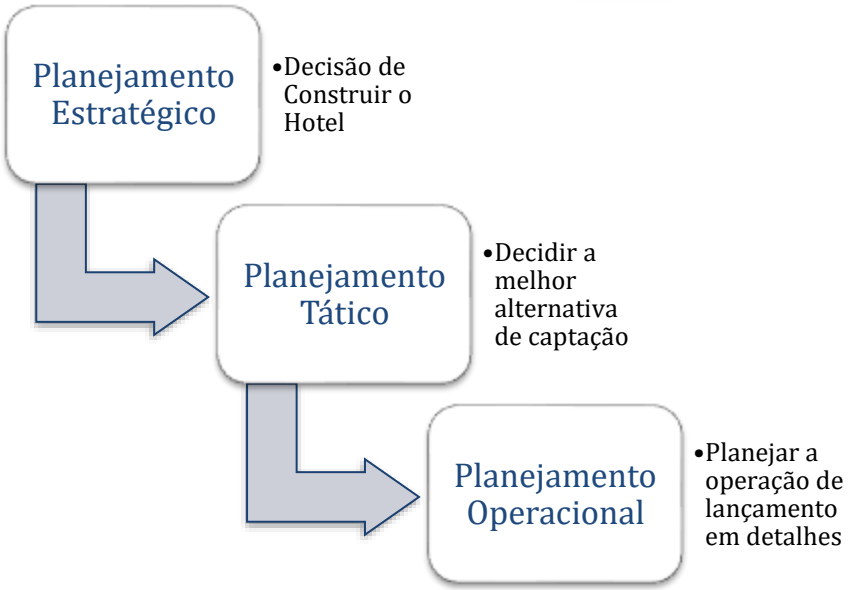


Figura 3 – Exemplo do desdobramento do Planejamento

Vamos ver um vídeo sobre esse tema?
https://goo.gl/itmPUX

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Dos níveis do planejamento, **o planejamento estratégico é "disparado" o mais cobrado em provas de concurso**. Este tipo, como vimos, **refere-se à organização como um todo** e **abrange o longo prazo**[8].

Este planejamento está fortemente voltado para o ambiente externo, apesar de considerar também o ambiente interno em suas decisões.

O planejamento estratégico deve dar as diretrizes que permitirão os seus membros tomar as decisões apropriadas na alocação de pessoas e recursos de modo que os objetivos estratégicos sejam alcançados[9].

[8] (Sobral & Peci, 2008)

[9] (Daft, 2005)

As principais etapas do planejamento estratégico são: a definição da missão, valores, negócio e visão de futuro da organização; o diagnóstico estratégico; a formulação da estratégia; a execução e a avaliação e controle de todo o processo.

Desta maneira, devemos ter em mente quais são os valores e os princípios norteadores da atuação da organização, como ela se vê no futuro e qual é sua situação atual, para que possamos construir uma estratégia para alcançar sua visão de futuro.

Já a estratégia é o modo como executaremos o planejado. É a alternativa de atuação que facilitará o alcance dos objetivos estratégicos[10].

O planejamento estratégico normalmente tem uma abrangência de dois a cinco anos de duração. Assim, deve estabelecer os passos necessários para que os objetivos dentro desde período sejam atingidos[11].

O planejamento tem cinco características principais[12]:

- ✓ **O planejamento estratégico está relacionado com a adaptação da organização a um ambiente mutável** – Ou seja, devemos entender que estamos lidando com a incerteza. Portanto, todo planejamento deve ser dinâmico – sendo constantemente reavaliado e monitorado;
- ✓ **O planejamento estratégico é orientado para o futuro** – o planejamento é voltado ao longo prazo, e como as decisões atuais poderão impactar a organização neste futuro;
- ✓ **O planejamento estratégico é compreensivo** – desta forma, envolve a organização como um todo. Todos os recursos e pessoas devem ser envolvidos neste processo para que a organização tenha sucesso;
- ✓ **O planejamento estratégico é um processo de construção de consenso** – naturalmente existem pensamentos diferentes e conflitantes dentro de uma organização. Entretanto, o planejamento deve buscar o melhor resultado para todos dentro da organização. Uma das características de um planejamento de sucesso é o envolvimento e o comprometimento de todas as áreas e pessoas para que ele seja bem executado;
- ✓ **O planejamento estratégico é uma forma de aprendizagem organizacional** – como a prática do planejamento, tanto a organização passa a se conhecer melhor, como a conhecer melhor seu ambiente externo e seus desafios.

[10] (Kaplan & Norton, Having trouble with your strategy? Than map it, 2000)

[11] (Daft, 2005)

[12] (Matos e Chiavenato, 1999) apud (Barbosa & Brondani, 2004)



(CESPE – ANATEL - ANALISTA) O planejamento organizacional deve ser flexível a ponto de poder retroalimentar o sistema, com vista ao seu ajustamento, ainda que no seu transcurso.

Comentários:

O planejamento deve ser revisado sempre que houver alguma mudança no ambiente da empresa. Lembre-se que o planejamento é um trabalho contínuo e que sem o feedback (retroalimentação) ele ficará obsoleto e não funcionará.

Gabarito: correta

MISSÃO E VISÃO E NEGÓCIO

Um dos assuntos mais pedidos pelas bancas quando abordam o planejamento em suas provas é a diferença entre estes conceitos: missão, visão e negócio de uma organização.

A missão de uma organização é, basicamente, o motivo pelo qual esta instituição foi criada. Define e explicita qual é sua razão de ser. A missão tem um objetivo: comunicar aos públicos internos e externos quais são as intenções daquela empresa em relação à sociedade.

Vamos ver um caso prático? Todos nós conhecemos a Petrobrás, não é verdade? Esta companhia nasceu como uma empresa no setor de petróleo. Começou explorando e refinando petróleo. Atualmente, opera em diversas áreas do setor de energia.

Vejam como a missão da Petrobrás está descrita em seu site na Internet[13]:

> *"Atuar de forma segura e rentável, com responsabilidade social e ambiental, nos mercados nacional e internacional, fornecendo produtos e serviços adequados às necessidades dos clientes e contribuindo para o desenvolvimento do Brasil e dos países onde atua. "*

Vamos ver outra situação? Uma universidade deve, basicamente, gerar conhecimento na sociedade, não é verdade? Vejam como é a missão da Universidade de Brasília[14]:

> *"Produzir, integrar e divulgar conhecimento, formando cidadãos comprometidos com a ética, a responsabilidade social e o desenvolvimento sustentável. "*

[13] Fonte: http://www.petrobras.com.br/rs2010/pt/relatorio-de-sustentabilidade/missao-visao-atributos-da-visao-e-valores/

[14] Fonte: http://www.unb.br/unb/missao.php

Portanto, **a missão é uma declaração de intenções, apresentando para a sociedade e seus trabalhadores qual será sua contribuição para o bem da coletividade, ou seja, qual é sua "razão de ser".**

Isto serve como um norteamento para seus principais colaboradores. Fica mais claro para todos quais deverão ser as principais atividades e quais deverão ser as prioridades daquela instituição. Além disso, serve como um instrumento para que seja fortalecido o comprometimento dos empregados perante a empresa.

Outro conceito importante é o de **negócio da organização**. Este negócio seria **relacionado com as atividades principais da empresa naquele momento específico**, seu âmbito de atuação. **Ao contrário da missão, o negócio é mais focado um contexto específico.**

Enquanto a missão é uma declaração de intenções, a definição do negócio busca afirmar quais são as atividades atuais e os setores de atuação em que a organização atua – qual é o âmbito atual de operações. Vamos ver esta diferença na prática?

A missão das Lojas Renner é a seguinte[15]:

> *"Comercializar produtos de moda com qualidade a preços competitivos e excelência na prestação de serviços, conquistando a liderança, sempre orientado pelo mercado."*

Já o negócio da mesma empresa é o seguinte:

> *"Varejo de vestuário, artigos de beleza e serviços."*

Perceberam como a missão é muito mais "abstrata" do que o negócio. Isto ocorre para que os membros da organização não confundam as coisas. A empresa pode estar operando uma usina hidroelétrica no momento (seria o negócio), mas sua missão seria a de gerar energia de modo sustentável. **Futuramente, o negócio da empresa poderia ser outro, mas a missão manter-se a mesma**. De acordo com Vasconcelos e Pagnoncelli[16],

> *"Os benefícios advindos da definição do negócio estão relacionados à determinação do seu âmbito de atuação. Assim, a organização pode ajustar seu foco no mercado e desenvolver seu diferencial competitivo, orientando o posicionamento estratégico da organização e evitando a miopia de mercado exposta por Levitt. "*

Entretanto, existem autores que utilizam dois tipos de definição de negócio: um seria mais específico (descrevendo os setores de atuação) e o outro seria mais amplo (descrevendo os benefícios oferecidos).

De acordo com Lobato, um exemplo seria o caso da Nokia[17]. Pelo conceito restrito do negócio da empresa, ela seria uma fornecedora de telefones celulares. Já de acordo com o conceito mais amplo, a empresa "conectaria pessoas"[18].

Infelizmente, esta definição mais "ampla" fica muito semelhante ao conceito de missão e confunde muitos candidatos. Abaixo, podemos ver um resumo do conceito de missão:

---

[15] Fonte: http://portal.lojasrenner.com.br/renner/front/institucionalMissao.jsp

[16] (Vasconcelos e Pagnoncelli, 2001) apud (Lobato, Filho, Torres, & Rodrigues, 2009)

[17] (Lobato, Filho, Torres, & Rodrigues, 2009)

[18] (Rennó, 2013)

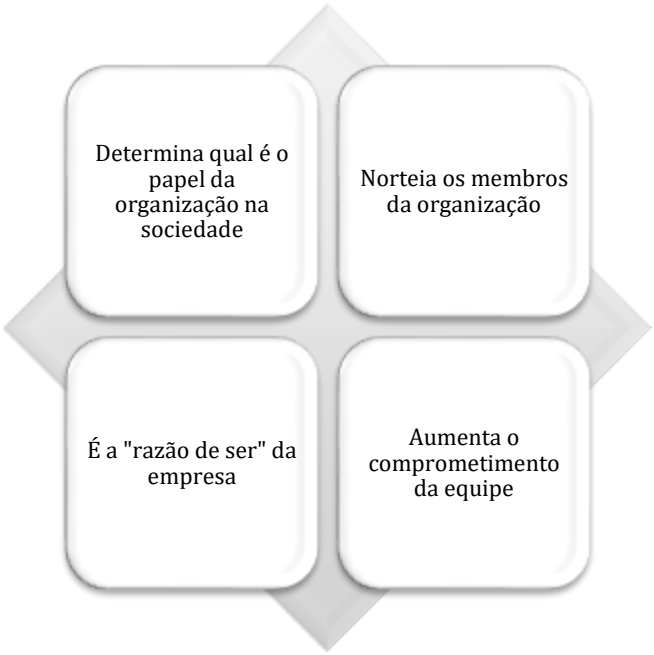


Figura 4 - Missão Organizacional

Finalmente, **a visão de futuro indica como a organização se vê em um futuro de longo prazo**. O conceito de visão é bem intuitivo mesmo. Imagine se estivéssemos falando da sua visão de futuro! Como você se vê daqui a cinco anos? Um servidor motivado, com uma remuneração interessante?

O mesmo ocorre quando falamos de uma instituição. **Toda organização deve saber aonde quer chegar, ou seja, qual é seu "destino desejado"**! Vamos ver novamente um caso prático? A nossa já citada Petrobrás tem a seguinte visão de futuro (no caso deles, para o ano de 2020)[19]:

"Seremos uma das cinco maiores empresas integradas de energia do mundo e a preferida pelos nossos públicos de interesse"

Desta maneira, a visão indica para os demais membros da organização quais são os objetivos "últimos", os "macro objetivos". De certa forma, a visão indica o "resultado final buscado", que deve ser alcançado se todos os objetivos estratégicos forem atingidos.

Abaixo vemos no gráfico as principais características da visão:

[19] Fonte: http://www.petrobras.com.br/pt/quem-somos/estrategia-corporativa/



Figura 5 - Visão de uma organização

ANÁLISE SWOT

Um dos passos fundamentais do planejamento estratégico é a que "situamos" a organização frente a seu ambiente interno e externo. Muitos autores chamam esta etapa de **diagnóstico estratégico**.

Em provas de concurso, o que você precisa lembrar é do nome da ferramenta utilizada para fazer esse diagnóstico: **análise SWOT** (ou FOFA).

Este nome SWOT é simplesmente a soma de siglas dos termos em Inglês: "Strengths" **(forças),** "Weakness" **(fraquezas),** "Opportunities" **(oportunidades) e** "Threats" **(ameaças).**

Assim, essa ferramenta nada mais é do que uma análise tanto do ambiente interno, quanto do ambiente externo de uma instituição. O objetivo é sabermos como ela está em comparação com seus concorrentes e desafios.

Afinal de contas, um processo eficaz de planejamento depende das informações que dispomos, ou seja, da qualidade e quantidade de dados disponíveis e confiáveis.

A **análise interna** busca perceber quais são os **pontos fortes** e **pontos fracos** da organização em comparação com seus pares. Mas e o que podem ser estes pontos?

Ter pessoal treinado e motivado, por exemplo, pode ser considerado um ponto forte. Já ter uma dívida financeira alta seria um caso de fraqueza.

Lembre-se de uma coisa importante: o **ambiente interno** envolve aspectos "**controláveis**", ao contrário dos aspectos externos. Uma dívida financeira pode ser paga com a venda de algum ativo,

com a entrada de um sócio, dentre outras medidas, não é mesmo? O mesmo poderíamos dizer da falta de treinamento: isto pode ser corrigido pelo gestor.

No caso do ambiente externo, ele envolve ameaças e oportunidades. Naturalmente, as ameaças são coisas negativas que podem ocorrer, enquanto as oportunidades são fatores positivos que podem ajudar a organização.

Uma crise econômica poderia ser uma **ameaça** para o planejamento estratégico de uma instituição, reduzindo a demanda para seus serviços, dificultando o acesso aos recursos financeiros, dentre outros problemas.

Já a falência de um concorrente, por exemplo, seria um caso de **oportunidade**, pois abriria o mercado para os produtos da empresa. Vejam que estes fatores estão "fora" do controle da organização.

Exatamente por isso, são considerados fatores "**não controláveis**". Eles não podem ser alterados por alguma ação do gestor. Este só buscará adaptar sua organização para "sofrer" pouco (no caso de uma ameaça) ou aproveitar ao máximo a oportunidade que surgiu.



Figura 6 - Análise Swot

A maior parte das questões de concurso sobre este tema irá tentar misturar os conceitos para confundir a cabeça de vocês.

Antes de responder a questão, faça sempre estas duas perguntas: é fator controlável ou não? É fator positivo ou negativo? Isto ajudará na resposta da questão.

Vamos ver um vídeo sobre esse tema?
https://goo.gl/IcvU35



(CESPE – INCA - GESTÃO PÚBLICA) Considerando que uma empresa farmacêutica, cujas pesquisas para novos medicamentos na média demandem cinco anos para serem concluídas, esteja com uma rotatividade de pesquisadores na ordem de 75% ao ano, então, pelos conceitos de análise SWOT, tem-se uma ameaça para a empresa.

Comentários:

Esta situação citada na questão acima, de uma rotatividade acima do normal (que é um fator negativo interno), indica uma fraqueza da organização, pois não está conseguindo manter seus funcionários e necessita estar sempre repondo seus profissionais e gastando recursos com recrutamento e seleção e treinamento.

Uma ameaça poderia ser um fator externo (como a entrada de um novo competidor), que possa trazer um prejuízo à organização.

Gabarito: errada

MATRIZ GUT

A **matriz GUT** é uma ferramenta que os gestores utilizam para poderem priorizar problemas. Muitas vezes, temos diversos problemas ou oportunidades para lidar ao mesmo tempo e devemos fazer uma lista dos assuntos que devem ser tratados antes dos demais.

Assim, essa ferramenta apresenta três critérios para que possamos priorizar: **G**ravidade, **U**rgência e **T**endência (por isso o nome matriz **GUT**).

Quando analisamos se um problema é grave ou não, devemos checar se pode afetar muito os resultados da organização. Assim, um problema ganha uma pontuação alta no aspecto gravidade sempre que sua ocorrência ocasionar um prejuízo considerável para as operações da instituição.

Já a urgência indica se o problema ocorrerá rápido ou não. Assim, um problema pode ser muito grave, mas com uma previsão de acontecer somente em três ou cinco anos. Já um problema que provavelmente acontecerá amanhã tem uma urgência muito maior, não é mesmo?

Finalmente, temos o fator da tendência. O problema pode ser grave, por exemplo, mas sua tendência ser positiva. Ou seja, quanto mais tempo passar, menor será seu impacto.

Uma tendência negativa indicaria que quanto mais tempo passar, pior ficará o problema. Assim, a matriz GUT faz uma ponderação destes fatores.

Como exemplo, teríamos o caso abaixo, com as seguintes pontuações na Matriz GUT:

Problema	Gravidade	Urgência	Tendência	Total
• Problema A • Problema B	• 1 • 3	• 3 • 2	• 3 • 1	• 9 • 6

O problema A seria menos grave do que o problema B, mas com uma urgência maior e com uma tendência mais negativa. Vejam que sua pontuação ficou mais alta. Assim, através da Matriz GUT, escolheríamos este problema como prioritário.

FERRAMENTA 5W2H

A ferramenta 5W2H ajuda ao gestor na construção de um plano de ação. Ela facilita a definição das tarefas e dos responsáveis por cada uma delas.

O seu nome deriva das iniciais em inglês dos seguintes termos:

5W	Descrição
What	***O que*** *será feito?*
Why	***Por que*** *será feito?*
Where	***Onde*** *será feito?*
When	***Quando*** *será feito?*
Who	***Quem*** *fará?*
2H	**Descrição**
How	***Como*** *será feito?*
How much	***Quanto*** *irá custar?*

Ao montar nossa ferramenta, iremos mapear as atividades necessárias para cumprir o plano de ação, depois iremos construir uma lista (ou *checklist*) indicando e descrevendo cada fator desses relativos a cada atividade do nosso plano.

Essa ferramenta auxilia os gestores na definição, na execução e no controle das atividades da organização.

PLANEJAMENTO: SOB CERTEZA E SOB INCERTEZA - PLANEJAMENTO POR CENÁRIOS

Diante de um contexto de mudanças constantes, as empresas e órgãos públicos precisam de ferramentas para que possam estar melhor preparadas paras os desafios que podem aparecer.

A ideia por trás do planejamento por cenários é a de que devemos estar preparados para repensar sempre nosso ambiente. Não devemos confiar em uma projeção das tendências atuais. **Coisas que tomamos como "certas" podem não existir futuramente.**

Quando falamos de cenários, estamos nos referindo a **situações futuras**, condições, em que a organização pode se ver. Pense no termo original – "cenário". Um cenário não deixa de ser uma representação de algum local, não é mesmo?

O mesmo ocorre quando fazemos cenários futuros de uma empresa. Como estará seu mercado? Que hábitos terão seus consumidores? Como estará a economia como um todo? Que concorrentes teremos? Todos estes aspectos estariam descritos em um cenário de futuro.

Os cenários são, portanto, estórias construídas para futuros possíveis[20]. O objetivo é montarmos alguns cenários, mesmo que alguns sejam improváveis, de modo a podermos pensar quais decisões atuais nos prepariam melhor para cada contingência. Desta maneira, teríamos como pensar em como nos comportaríamos se algumas destas "estórias" se tornarem realidade[21].

O planejamento por cenários tem como objetivo analisar como nossas decisões atuais poderiam impactar nossa organização no futuro.

O planejamento por cenários é uma ferramenta nova, que veio tentar suplantar a maneira tradicional de construir o planejamento – através de projeções e extrapolações da situação presente.

Este processo de planejamento por cenários nos faz, como administradores, repensar nossas certezas e analisar quais são nossas deficiências e como devemos corrigi-las.

Entretanto, um dos pontos que devemos prestar atenção é o seguinte: um cenário não é uma previsão do futuro. O ideal é que tenhamos um número diverso de cenários (desde positivos até negativos).

O que queremos não é adivinhar nada, mas nos prepararmos para "o que der e vier". Este é um processo de aprendizado, não de adivinhação.

---

[20] (Rennó, 2013)

[21] (Schwartz, 1996)

Apesar disso, existem alguns autores que citam dois tipos de planejamento por cenários: o **projetivo** e o **prospectivo**[22]. O primeiro seria basicamente, um processo de construir **apenas um cenário futuro**.

Seu nome, projetivo, vem exatamente disto: seria um cenário baseado em uma "projeção". Consideraria a tendência atual dos eventos. Sua utilização seria bem pobre, entretanto. Muitos autores reconhecidos nem consideram isto como planejamento por cenários. Mas fique esperto, pois cai em provas de concurso!



Figura 7 - Abordagem Projetiva

Já o outro tipo, o **prospectivo**, não cria somente um cenário. A abordagem prospectiva busca gerar diversos cenários, de modo que o gestor possa ter uma visão de vários "estados futuros possíveis" da empresa.

Naturalmente, o planejamento por cenários pode ser utilizado não somente em grandes organizações, mas também nas pequenas. O mesmo pode ser dito quanto sua utilização no setor público, que é recomendável.

[22] (Oliveira, 2007)

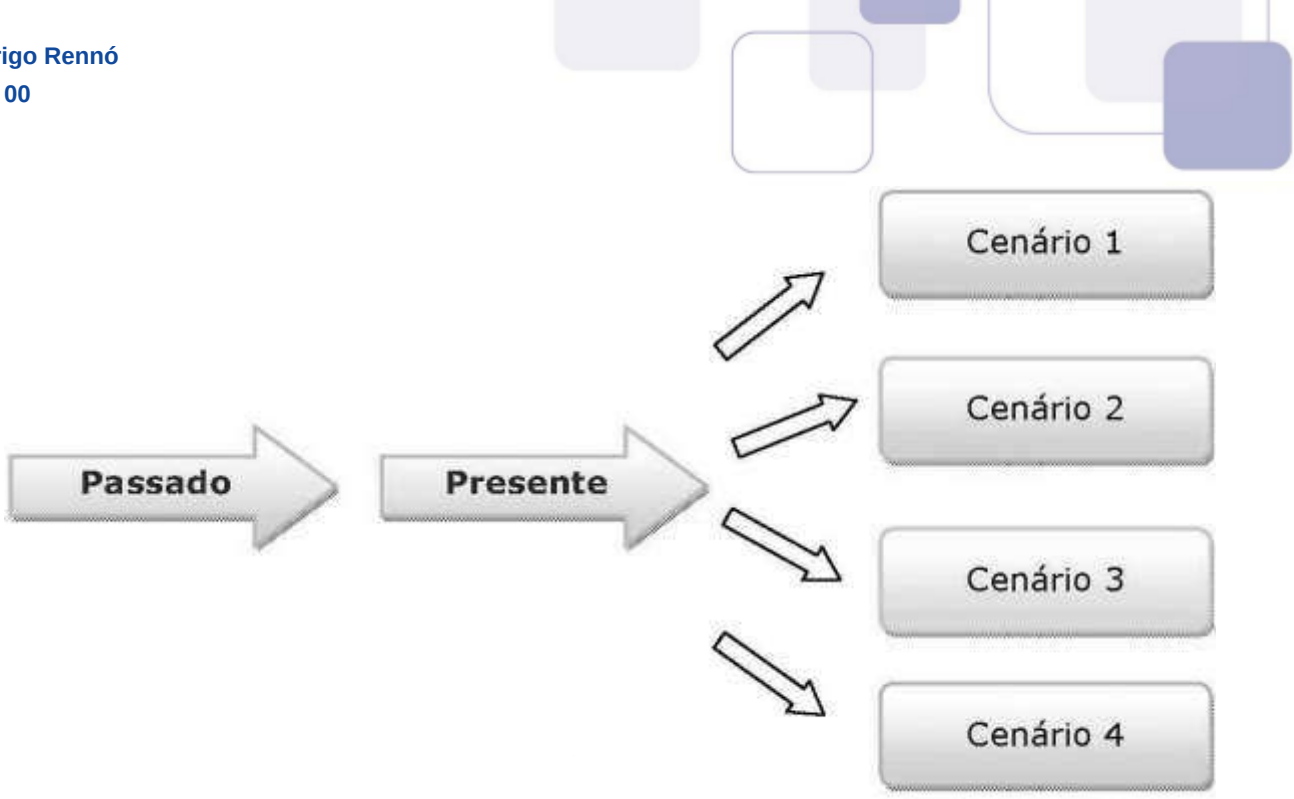


Figura 8 - Abordagem Prospectiva

Para que possamos montar cenários interessantes, temos de nos preocupar que eles tenham as seguintes características: **relevância, plausibilidade, clareza e foco.**

De nada adiantaria montar cenários impossíveis, não é mesmo? Ou cenários sobre aspectos insignificantes no negócio da empresa. Não teriam nenhum benefício sobre o aprendizado.

Da mesma forma, um cenário muito complexo, com um nível de detalhamento excessivo pode dificultar a compreensão dos principais gestores, prejudicando a utilização da ferramenta.

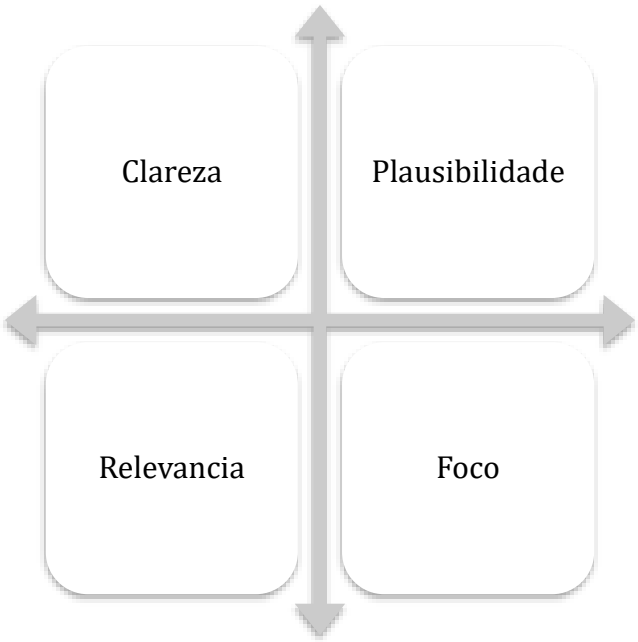


Figura 9 - Atributos dos Cenários

MÉTODOS PARA A CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS

Existem diversos métodos para a construção dos cenários atualmente no mercado. Os principais são os seguintes[23]:

- **Lógica Intuitiva** – foi desenvolvida em paralelo pela Strategic Research Institute International (SRI) e pela Shell a partir da década de 1970, a técnica admite que as decisões são fundamentadas em um conjunto de inter-relações e interdependências que envolvem diversos fatores, quase totalmente fora da influência direta da organização;
- **Análise Prospectiva**: método desenvolvido por Godet que engloba formas estruturadas de identificar a chance de que um evento ocorra. O método tem basicamente seis etapas: delimitação do sistema e do ambiente; análise estrutural do sistema e do ambiente; listagem dos condicionantes do futuro; análise morfológica; testes de consistência, ajuste e disseminação; e revisão e disseminação;
- **Análise de impactos de tendências probabilísticas** - fundamenta-se em uma previsão isolada sobre a variável dependente principal, que depois é ajustada pela concorrência dos possíveis eventos e seus impactos. A técnica alia modelos econométricos e probabilísticos a análises qualitativas, com a presença de especialistas nos temas envolvidos;



(CESPE – MPS - ADMINISTRADOR) São as abordagens prospectiva e projetiva consideradas as principais formas básicas de desenvolvimento de cenários.

Comentários:

Esta frase descreve uma classificação ou definição correta das abordagens de planejamento por cenários. A abordagem projetiva gera apenas um cenário, enquanto a abordagem prospectiva gera vários cenários.

Gabarito: correta

OBJETIVOS, METAS E PLANOS

[23] (Kato, 2007)

Uma das mais frequentes dúvidas que escuto dos candidatos é: afinal, qual é a diferença entre um objetivo é uma meta?

Um **objetivo** é um estado (ou situação) desejado. Ou seja, é aonde queremos "chegar". Por exemplo, o governo pode definir como objetivo reduzir o número de jovens com menos de 15 anos fora das escolas.

O importante é que esse objetivo seja **mensurável** e **específico**. Ou seja, que seja possível de ser medido e que reflita uma situação específica.

Este objetivo, assim, deve ser quantificado! Assim, para que a administração possa distribuir seus recursos ela deve saber quantas pessoas devem ser incluídas no programa e quando (exemplo: 150 mil alunos até dezembro de 2020). **Isto agora virou uma meta!**

Assim, uma meta é um desdobramento de um objetivo. Com ela, podemos controlar e avaliar melhor a execução de um planejamento. Isto ocorre, pois um objetivo final pode ser muito "distante".

Desta maneira, devemos "quebrar" este objetivo em diversas metas intermediárias. O somatório destas metas nos levará então a atingir o nosso objetivo.

Imagine caso de um candidato que conheci: ele iniciou seus estudos no ano retrasado. Seu objetivo era passar em um bom concurso, para poder dar uma melhor qualidade de vida a sua família.

Entretanto, ele sabia que ainda estava distante deste sonho. Sua primeira meta foi a de não ser eliminado nas provas (atingir a nota mínima) em alguma prova naquele ano. Com o tempo, esta meta foi atingida.

Após isto, passou a ter a meta de ter suas redações corrigidas em algum concurso de 2010. Ele conseguiu atingir esta também.

Sua meta posterior é a de ser classificado "fora" das vagas dentro deste ano. Por fim, sua meta final será a de atingir a aprovação dentro das vagas – portanto, atingindo assim seu objetivo inicial!

Para isto, ele precisa desenvolver um **plano de ação** – ou seja, as **ações que serão necessárias para que ele atinja seus objetivos**[24]. Desta maneira, ele detalhou todas as matérias que necessita aprender e os horários detalhados para cada uma delas dentro da semana.

ESCOLAS DO PLANEJAMENTO

De acordo com Mintzberg, existem dez escolas do planejamento estratégico, ou seja, maneiras diferentes de descrever o processo de formação da estratégia[25].

[24] (Schemerhorn Jr., 2008)

[25] (Mintzberg, Ahlstrand, & Lampel, 2005)

Estas escolas refletem o pensamento de diversos autores e mostram a evolução destes conceitos desde os anos 60 do século passado.

Estas escolas podem ser classificadas em **três grupos: as de natureza prescritiva, as de natureza descritiva e a de configuração.**

As **escolas de natureza prescritiva** se preocupam em detalhar como o processo de formação da estratégia deve ser feito, ao invés de se preocupar como estas estratégias são realmente formadas.

Dentro deste grupo os autores incluem a escola do **design**, a escola do **planejamento** e a escola do **posicionamento**. A **escola do design** é a mais tradicional e foi a base para as outras duas escolas.

Dentro desta escola, a formação da estratégia é vista como um ajuste entre as forças internas (forças e fraquezas) e externas (ameaças e oportunidades). De acordo com o autor, seria um processo de concepção. Assim, o planejamento seria um ajuste entre estas forças.

As principais premissas desta escola são[26]:

- **A formação da estratégia deve ser um processo de pensamento deliberado** – Ou seja, a estratégia deve ser derivada de um pensamento consciente, racional;
- **A responsabilidade pela estratégia é do executivo mais graduado** – nesta escola, o processo de planejamento deve ser deixado a cargo de apenas uma pessoa, o chefe! Os outros funcionários são vistos como subsidiários neste processo;
- **O modelo deve ser simples e informal** – muita elaboração e detalhamento seriam prejudiciais – a estratégia deve poder ser "montada" dentro da mente do executivo principal. O processo seria então um pouco formal e um pouco intuitivo;
- **As estratégias devem ser únicas** – cada caso deve ser analisado individualmente;

A segunda escola é a do **planejamento**. O autor mais conhecido desta linha é Ansoff. Esta escola se baseou na escola do design, mas com algumas distinções. A primeira é em relação ao processo **formal.**

Nesta escola, o planejamento é "tocado" por toda uma equipe de planejadores, especializados, que buscam estruturar todos os dados possíveis de forma a montar a estratégia da organização.

Assim, acaba a simplicidade. O planejamento se torna um processo elaborado e detalhado, com diversos passos a serem cumpridos e checklists (listas de verificação) a serem marcados. A responsabilidade pelo planejamento – em teoria - continua com o executivo máximo.

Mas, como o processo é extremamente complexo na prática quem monta a estratégia acaba sendo a equipe de planejadores – o executivo apenas aprova ou não!

Já a escola do **posicionamento** apareceu com força através da publicação do livro de Michael Porter – Estratégia Competitiva. Para esta escola, o importante não é somente o processo de formulação estratégica, mas a estratégia em si.

Ou seja, existiriam somente algumas estratégias válidas em um mercado competitivo (chamadas de estratégias genéricas – custo, diferenciação e foco). Uma organização deveria escolher uma

[26] (Andrews, 1982) apud (Mintzberg, Ahlstrand, & Lampel, 2005)

estratégia de modo que ocupasse um posicionamento que pudesse ser defendido de seus concorrentes.

Assim, cada organização deveria escolher a estratégia que melhor se adapte as suas capacidades – utilizando-se a própria análise SWOT e o modelo das cinco forças competitivas[27].

De certa forma, esta escola não renega as premissas das duas anteriores, mas se preocupa mais em entender a importância de cada estratégia, ao invés de focar no processo de formulação destas estratégias. Abaixo, podemos ver um resumo destas três escolas:

Design	Planejamento	Posicionamento
• Processo de concepção pelo chefe máximo; • Simples e informal.	• Processo formal e detalhado - com etapas e checklists; • Responsabilidade do CEO - na prática dos planejadores.	• Processo analítico das forças do mercado e estratégias válidas; • Posições devem poder ser defendidas.

Figura 10 - Escolas do Planejamento - Descritivas

As próximas escolas que veremos estão no grupo das **escolas descritivas** – que se preocupam com o processo de formulação da estratégia como ele realmente ocorre.

A primeira que veremos é a escola **empreendedora.** Aqui, o processo de planejamento é visto como resultado de uma **visão de longo prazo do principal executivo**, ou seja, toda a estratégia deriva de um processo visionário deste indivíduo!

Desta forma, é um processo baseado nas experiências anteriores, vivência e pontos de vista deste executivo. Assim, é baseado na intuição e análise pessoal das capacidades e do destino que esta organização deve almejar.

Com isso, este planejamento deve ser controlado e comunicado por este chefe máximo e toda a estratégia deve ser revisada constantemente por este executivo.

Já a escola **cognitiva** se baseia nos processos mentais necessários ao processo de formulação da estratégia. Assim, não basta a preocupação com o que é necessário "saber" para que um indivíduo possa ser um estrategista – há de se preocupar com o modo como estes conhecimentos são "construídos" dentro da mente dos planejadores.

Esta escola é bastante nova e ainda está se desenvolvendo, mas se mostra bastante promissora. Entretanto, ainda não trouxe muitas soluções, apenas uma melhor compreensão das dificuldades e distorções que temos ao analisar os dados e informações e montar os conceitos e esquemas em nossa mente.

[27] (Porter, 1980) apud (Mintzberg, Ahlstrand, & Lampel, 2005)

Uma das mais interessantes escolas é a do **aprendizado**. Nesta escola, pensamento é o de que o processo de montagem da estratégia não depende de um só indivíduo – o chefe. Isto ocorre, pois se acredita que a realidade é muito complexa para que somente uma pessoa possa "dominar" todos os dados necessários.

Assim, a montagem da estratégia é vista como um processo de aprendizagem ao longo do tempo. Desta maneira, o chefe aprende. Mas, o mais comum é que muitas pessoas dentro da organização – a coletividade – aprendam juntas com a experiência.

Assim, existem muitos potenciais "estrategistas" dentro da empresa. E este planejamento não acontece em um momento inicial. Ele vai se formando com o passar do tempo e dos fatos – o que Mintzberg chama de **processo emergencial**[28]. Ou seja, é com o passar do tempo que a estratégia vai se formando.

O papel do líder seria não o de concentrar o planejamento, mas de criar um ambiente propício ao aprendizado estratégico, de modo que novas estratégias "floresçam".

A próxima escola é a do **poder.** Nesta visão, o processo de formulação da estratégia é visto como uma barganha entre os diversos "atores" dentro da organização. Assim, a estratégia é formada aos poucos – através da negociação e persuasão dos membros influentes da empresa.

Além disso, Mintzberg divide este poder em dois tipos. O **micropoder** é o processo de formação interno da estratégia. Neste caso, o processo de formulação também é emergente, ou seja, vai se formando com o tempo.

Já o **macropoder** é a utilização da influência da organização para, em conjunto com outras organizações, buscar os interesses da empresa. Assim, uma empresa em dificuldades pode negociar com um banco do governo um empréstimo, pois poderia demitir milhares de pessoas de uma vez só.

Em outra situação, por exemplo, poderia montar uma parceria com um concorrente para dominar um mercado específico.

Assim, a estratégia seria a busca de alianças e negociações com outros entes, de forma a maximizar as possibilidades da empresa.

Temos ainda a **escola cultural**, que vê o processo de planejamento como um processo coletivo interativo e que reflete as crenças e valores destes indivíduos.

Assim, as estratégias seriam derivadas da maneira de pensar e dos valores das pessoas dentro das organizações.

Um banco de investimento, por exemplo, teria a tendência de buscar riscos maiores e estratégias mais arriscadas de que um banco do governo – refletindo as diferenças culturais de seus membros e sócios.

[28] (Mintzberg, Ahlstrand, & Lampel, 2005)

Finalmente, a **escola ambiental** diz que o ator principal no processo do planejamento é o ambiente, ou seja, que a organização é passiva. Se papel é apenas o de se adaptar as mudanças no ambiente – ou "morrer".

Desta forma, o papel do líder é o de "perceber" estas mudanças e desenvolver as mudanças necessárias para que a organização sobreviva.

Veja abaixo um resumo das principais características destas escolas:

Empreendedora	Cognitiva	Aprendizado
• Processo visionário do Líder; • Baseado na intuição.	• Processo mental de criação; • Estratégia é visualizada por mapas, conceitos e esquemas.	• Processo de apredizado coletivo da estratégia; • Processo emergente - estratégia se forma com o tempo.
Poder	**Cultural**	**Ambiental**
• Processo de negociação; • Micropoder - disputas internas; • Macropoder - uso da influência pela organização.	• Processo coletivo que reflete as crenças e valores do grupo; • Estratégia reflete a cultura dominante.	• Processo reativo ao ambiente; • Organizações são passivas - ou se adaptam ao ambiente ou "morrem".

Figura 11 - Escolas do Planejamento - Descritivas

O último grupo só conta com uma escola – a da **configuração.** Para esta escola, as organizações tendem a manter uma configuração estável de certas características: tipo de estrutura, atuação em um contexto e estratégias coerentes.

Entretanto, de tempos em tempos elas passariam por um processo de transformação (como uma empresa regional passando a atuar nacionalmente, com uma competitividade e escala maiores).

Assim, os gestores deveriam manter certa estabilidade nas estratégias, ao mesmo tempo em que deveriam manter a empresa com uma capacidade de adaptação – para os períodos de transformação.

De acordo com Mintzberg, esta escola abrange todas as premissas das escolas anteriores.



(CESPE – UNIPAMPA - ADMINISTRADOR) De acordo com os pressupostos da escola cultural, a formação da estratégia constitui um processo coletivo.

Comentários:

Exato! A escola cultural diz que o processo de planejamento é coletivo e reflete as crenças e valores comuns dos membros da organização.

Gabarito: correta

BALANCED SCORECARD E OS MAPAS ESTRATÉGICOS

O Balanced Scorecard é, atualmente, uma das principais ferramentas de gestão da estratégia das organizações públicas. De acordo com Lobato et al[29],

> *"Na gestão estratégica competitiva, **o alinhamento e controle estratégicos são suportados pela ferramenta balanced scorecard (BSC)**, pela qual se elaboram medidas financeiras e não-financeiras que possibilitam o desdobramento das estratégias a serem implementadas."*

Desta maneira, os gestores podem acompanhar os resultados da organização de acordo com a estratégia traçada, de modo a corrigir os desvios e aprender, gerando conhecimento com todo o processo. Vamos conhecer essa ferramenta?

BALANCED SCORECARD

Imagine dirigir um veículo e só ter à disposição o velocímetro. Você consegue ver qual a velocidade que está dirigindo, mas não sabe se seu tanque está cheio, quantos quilômetros já rodou, ou se a água do radiador está dentro dos limites ou não. Desta forma, terá uma grande chance de não chegar ao seu destino, não é mesmo?

Portanto, você precisa ter a sua disposição, em seu veículo, uma série de indicadores que te possibilitem entender como seu carro está se comportando. O mesmo ocorre com as organizações.

Até pouco tempo atrás, os únicos indicadores utilizados eram os financeiros. Desta forma, os gestores mediam a situação de uma organização de acordo com um só ponto de vista: sua capacidade financeira. Entretanto, indicadores como o retorno sobre o investimento, liquidez e margem líquida sobre vendas são importantes, mas só contam um "lado da estória".

[29] (Lobato, Filho, Torres, & Rodrigues, 2009)

De acordo com Kaplan e Norton[30], para que as organizações modernas possam "navegar" em um futuro mais competitivo, de tecnologia avançada e com pessoas cada vez mais capacitadas, será necessário mais do que apenas monitorar dados financeiros do desempenho passado.

Para os autores, **os indicadores financeiros contam os fatos passados, mas são inadequados para avaliar o desempenho de empresas que buscam criar valor através no investimento em clientes, fornecedores, empregados, processos, tecnologia e inovação**.

Um dos principais problemas é que **os dados contábeis e financeiros só captam os ativos tangíveis da organização**, ou seja, seus ativos físicos (imóveis, bens, dinheiro, etc.). **Os ativos intangíveis** – valor da marca, percepção de qualidade dos produtos, capacidade dos funcionários, capacidade de inovação - **normalmente não são contabilizados.**

O problema é que avaliar e medir estes ativos intangíveis se torna mais difícil[31]. É mais fácil contar o dinheiro no Banco do que avaliar quanto vale o conhecimento dos trabalhadores de uma organização, não é verdade? Entretanto, estes ativos intangíveis, antes relegados a um segundo plano, serão cada vez mais importantes na era do conhecimento.

Desta forma, Kaplan e Norton construíram um **modelo que complementa os dados financeiros do passado com indicadores que buscam medir os fatores que levarão a empresa a ter sucesso no futuro**[32].

Desta forma, neste modelo existem quatro perspectivas: **financeira, clientes, processos internos e aprendizado e conhecimento**. Estes indicadores e os desempenhos que serão avaliados serão derivados da visão e da estratégia da organização. Abaixo podemos ver um diagrama que representa as quatro perspectivas do Balanced Scorecard – BSC.

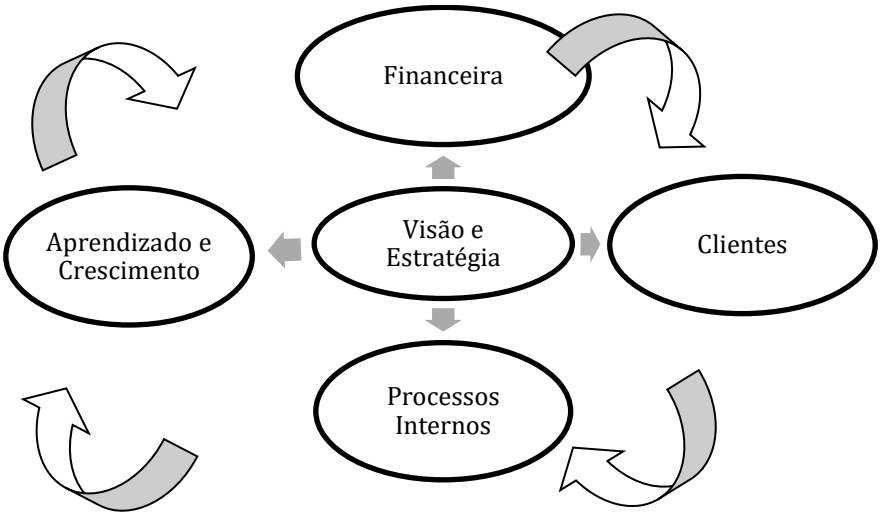


Figura 12 - Balanced Scorecard - Fonte: Kaplan e Norton 1996

Neste contexto, as perspectivas podem ser descritas assim:

[30] (Kaplan & Norton, The balanced scorecard: translating strategy into action, 1996)

[31] (Paludo, 2010)

[32] (Kaplan & Norton, The balanced scorecard: translating strategy into action, 1996)

- **Perspectiva financeira** – analisa o negócio do ponto de vista financeiro. Relaciona-se normalmente com indicadores de lucratividade[33], como receita líquida, margem líquida, retorno sobre o investimento, entre outros. Indica se a estratégia da empresa está se traduzindo em resultados financeiros;
- **Perspectiva dos clientes** - neste ponto de vista, busca-se identificar os segmentos (de clientes e de mercados) em que a empresa atuará e as medidas de desempenho que serão aceitas. Geralmente envolve indicadores como: satisfação dos clientes, retenção de clientes, lucro por cliente e participação de mercado. Esta perspectiva possibilita ao gestor as estratégias de mercado que possibilitarão atingir resultados superiores no futuro;
- **Perspectiva de processos internos** – identifica os processos críticos que a empresa deve focar para ter sucesso. Ou seja, mapeia os processos que causam o maior impacto na satisfação dos consumidores e na obtenção dos objetivos financeiros da organização[34]. Devem ser melhorados os processos existentes e desenvolvidos os que serão importantes no futuro;
- **Perspectiva do aprendizado e do crescimento** – identifica as medidas que a empresa deve tomar para se capacitar para os desafios futuros. As principais variáveis são as pessoas, os sistemas e os procedimentos organizacionais. Desta forma, as empresas devem treinar e desenvolver seu pessoal, desenvolver sistemas melhores e procedimentos que alinhem os incentivos aos objetivos corretos.

O Balanced Scorecard é um mecanismo para a implementação da estratégia, não para sua formulação. O foco está no alinhamento com a missão, visão e os objetivos, visando a implementação das estratégias, a satisfação do cliente, a melhoria dos processos internos e o aprendizado e crescimento organizacional.

Na visão dos autores, o BSC deveria ser mais do que uma coleção de indicadores críticos. Desta forma, **o BSC deve incorporar uma série de relacionamentos de causa e efeito e uma mistura de indicadores de desempenho e os vetores que levam a estes desempenhos**.

Ou seja, o sistema de medição deve fazer uma relação direta entre os objetivos nas várias perspectivas, de forma que eles sejam gerenciados e validados[35].

Vamos imaginar um caso prático?

Você trabalha em uma empresa de refrigerantes e deve montar um BSC para sua empresa. O primeiro indicador que você analisa é: **retorno sobre o capital investido.** Desta maneira, este é um indicador da **perspectiva financeira.**

Mas, pensa você, o que levaria a um bom retorno sobre o capital investido? Pensando bem, você conclui que a empresa precisa vender mais aos seus consumidores, de modo a aumentar as receitas. Para vender mais aos seus consumidores, a empresa precisa atendê-los bem, não é verdade? Eles precisam estar satisfeitos com o serviço existente.

---

[33] (Chiavenato, Administração nos novos tempos, 2010)

[34] (Kaplan & Norton, The balanced scorecard: translating strategy into action, 1996)

[35] (Kaplan & Norton, The balanced scorecard: translating strategy into action, 1996)

Desta maneira, o **índice de satisfação dos clientes** pode ser um indicador da **perspectiva clientes**, pois você imagina que quanto mais eles estiverem satisfeitos mais comprarão! Mas, pensa novamente você, o que faz com que eles fiquem satisfeitos? Imagine que o **tempo de produção e distribuição** seja o aspecto mais importante para seus clientes, pois quanto mais rápido a cerveja chegar ao ponto de consumo, mais "gostosa" ela fica!

Portanto, o tempo entre o processo de produção e a distribuição seria um **indicador da perspectiva dos processos internos**, pois afeta a perspectiva clientes e a perspectiva financeira. Mas o que deve ocorrer para que os processos sejam mais bem feitos? Talvez seja necessário treinar sua equipe da fábrica em uma nova gestão da qualidade. Portanto, o **investimento em qualificação** (horas/funcionário) seria o **indicador de aprendizado e crescimento.**

Veja abaixo um gráfico que sintetiza o caso:

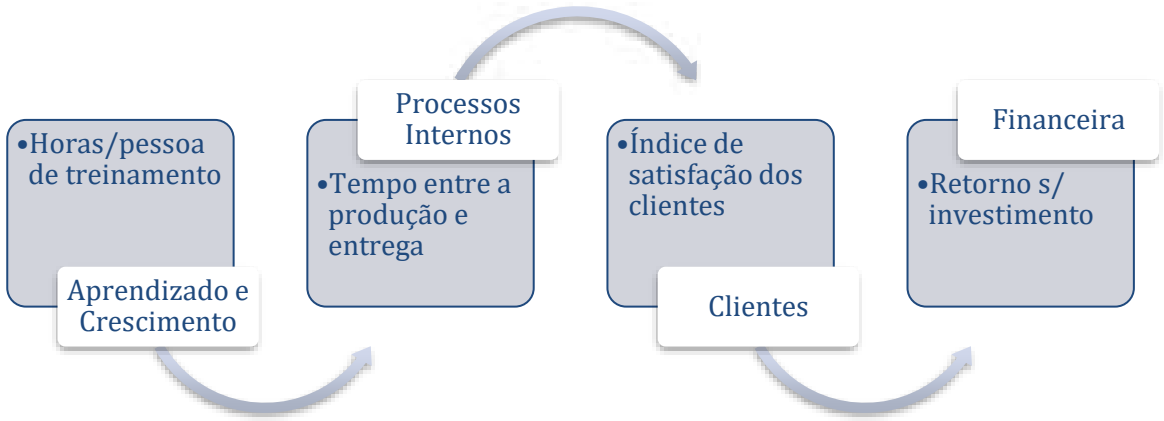


Figura 13 - Relação causa e efeito dos indicadores

Desta forma, um Balanced Scorecard bem construído deve mostrar a estratégia da empresa ou do departamento envolvido[36]. Cada indicador no BSC deve ser um passo da estratégia. De acordo com Kaplan e Norton,

> *"Empresas inovadoras estão usando o balanced scorecard como um **sistema de gestão estratégica**, para gerenciar sua estratégia no longo prazo. Eles estão utilizando o scorecard para realizar estes processos críticos:*
>
> ***1 - Clarificar e traduzir a visão e a estratégia**;*
>
> ***2 - Comunicar e ligar os objetivos estratégicos às medidas**;*
>
> ***3 - Planejar, estipular metas e alinhar as iniciativas estratégicas**;*
>
> ***4 - Aumentar o feedback estratégico e o aprendizado**."*

[36] (Kaplan & Norton, The balanced scorecard: translating strategy into action, 1996)

Mapa Estratégico

Os mapas estratégicos são ferramentas que auxiliam na comunicação e visualização das estratégias gerenciadas pelo Balanced Scorecard[37]. Através do Mapa Estratégico, conseguimos "resumir" graficamente a missão, a visão, os principais objetivos estratégicos e os indicadores envolvidos.

Muitas vezes as pessoas não entendem as estratégias. Se não entendemos algo, provavelmente não iremos executar bem, não é mesmo? Portanto, precisamos dos mapas estratégicos para que estas estratégias fiquem claras para todos. De acordo com Herrero[38],

> *"O mapa estratégico é a representação visual da história da estratégia de uma organização".*

A visualização e a comunicação das principais "diretrizes" da estratégia da instituição são fundamentais para que as pessoas compreendam qual é o "caminho" a seguir e consigam "alinhar" suas ações e atividades para que estes objetivos sejam atingidos.

Assim, o mapa estratégico assume este papel de facilitar esta comunicação da estratégia. Sem ele, ficaria mais "árida" e textual esta tarefa de comunicar. Abaixo, podemos ver um exemplo de mapa estratégico.

[37] (Herrero, 2005)

[38] (Herrero, 2005)

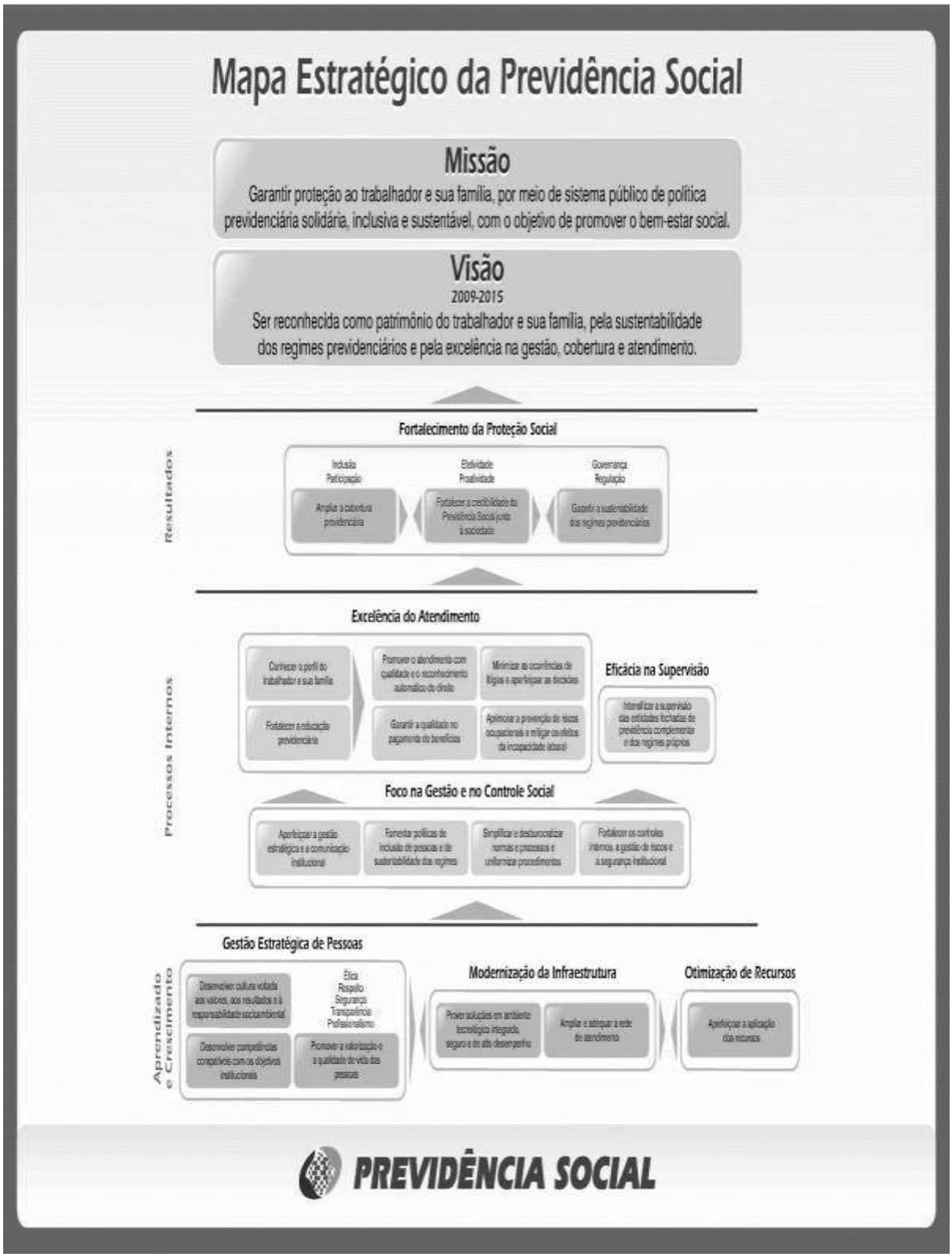


Figura 14 - Mapa Estratégico da Previdência. Disponível em: http://www.mpas.gov.br/arquivos/office/4_100922-115740-750.pdf

Vejam que a instituição apresenta sua missão e sua visão no documento e aponta seus fatores (ou perspectivas) estratégicos. Como a instituição é do setor público, eles fizeram adaptações no modelo original de Kaplan e Norton. No documento, os aspectos financeiros não são citados.

Desta maneira, em apenas uma página podemos, mesmo sem conhecer a fundo a Previdência Social, perceber quais são os processos críticos e objetivos estratégicos em cada perspectiva. Este é o efeito desejado de um mapa estratégico bem feito!

De acordo com Kaplan e Norton[39], *o sucesso da execução da estratégia depende de sua compreensão pelos empregados da organização, que, por sua vez, depende de uma nítida descrição*.

Para os autores[40], os diferentes sentidos do mapa estratégico são: mostrar o destino estratégico, destacar o valor do capital intelectual, representar visualmente a estratégia, ligar o trabalho individual à estratégia, demonstrar o fluxo de valor e reforçar a importância do conhecimento.



(CESPE – MS - ADMINISTRADOR) O BSC é voltado fundamentalmente para os aspectos financeiros, tais como balanço, fluxo de caixa, índices etc.

Comentários:

Prestem atenção nisso: o Balanced Scorecard não se baseia apenas em aspectos financeiros e contábeis (apesar de também utilizá-los!). Esta é uma "pegadinha" recorrente em provas de concursos. Sua importância atual é exatamente derivada do fato de que este sistema abrange outros aspectos.

Gabarito: errada

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO SITUACIONAL - PES

Veremos agora o Planejamento Estratégico Situacional (PES), como proposto por Carlos Matus, chileno que trabalhou no governo Allende nos anos 70. Esse modelo busca trazer uma **alternativa de planejamento que venha a ser mais adequado ao contexto de planejamento governamental**.

Para Matus, o método PES busca se contrapor ao planejamento tradicional, que ele considera tecnocrático e normativo e que seria impotente para lidar com a complexidade da realidade social[41].

[39] (Kaplan e Norton, 2004) apud (Herrero, 2005)

[40] (Kaplan e Norton) apud (Herrero, 2005)

[41] (Giacomoni & Pagnussat, 2006)

Uma das ideias principais seria a de um processo de planejamento que envolva um cenário em que existem diversos atores externos com objetivos divergentes e que **a realidade não poderia ser vista por um viés determinista**, que observam o mundo como uma consequência do passado.

Ao contrário do planejamento "tradicional", que busca atuar em cima de um cenário projetado, o método PES sabe que **existem diversos cenários futuros possíveis**.

Para ele, os planejamentos tradicionais não percebem que o agente estatal, o planejador, não é o único "ator" a planejar suas ações, que existem diversos outros "atores" em ação na arena pública e que estes planejamentos não levariam em consideração a capacidade de planejamento destes outros atores e não estariam prontos para lidar com as surpresas e incertezas do ambiente.

Por este motivo, o PES é considerado por muitos como um modelo mais adequado ao planejamento governamental. É uma alternativa de planejamento que **insere um caráter político** (e não só técnico) no modelo que o planejamento tradicional não teria.

Onde o planejamento tradicional acreditaria poder controlar a realidade, o Planejamento Estratégico Situacional apenas tenta influir na realidade. Seria um método mais flexível, portanto.

Um conceito importante no PES seria o do "**cálculo estratégico**". Para Matus[42],

> *"O cálculo estratégico refere-se a pensar estratégias para tornar o plano viável. Ou seja, **articular o "deve ser" com o "pode ser"**. Não basta dispor de um bom delineamento normativo e prescritivo do plano. É preciso, além disso, uma boa estratégia para lidar com os outros jogadores e com as circunstâncias que cercam o jogo social. "*

O planejador deve, no PES, considerar que o planejamento deve incluir uma **avaliação do poder dos diversos atores sociais que interagem simultaneamente**, cada um buscando seus interesses.

O PES pode ser visto também como uma forma de governo, além de ser um método de planejamento, pois tem uma perspectiva de articulação entre o governo e a sociedade.

Para Matus, existem três dimensões interdependentes entre si que permitem verificar a possibilidade de sucesso de um governo: o **projeto de governo**, a **governabilidade** e a **capacidade de governo**. O autor chama esse sistema de **triângulo de governo**.

[42] (Matus, 2006)

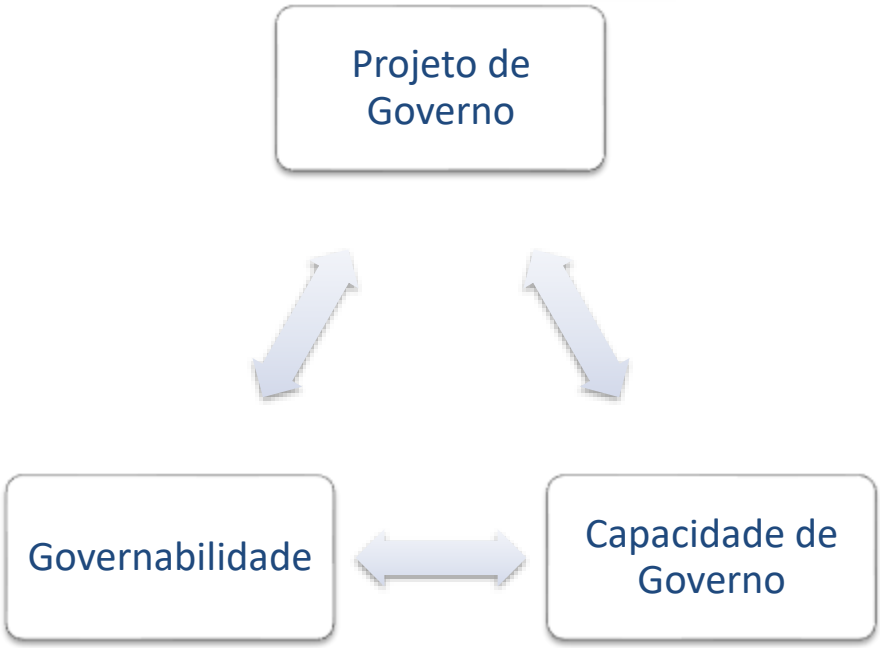


Figura 15 - Triângulo de governo. Adaptado de: (Matus, 2006)

Abaixo, podemos ver cada uma das dimensões do triângulo de governo do PES[43]:

Dimensão	Descrição
Projeto de Governo	Refere-se a existência de projetos e ao conteúdo da proposta de governo, que começa pela seleção de problemas e pela definição de como enfrenta-los.
Governabilidade	Corresponde ao grau de controle que o governo possui das circunstâncias externas, que têm poder de afetar os resultados do projeto; à relação entre os pesos das variáveis que o governo controla e as que não controla; à capacidade de articular e de mobilizar alianças e parcerias; assim como recursos políticos e estratégicos.
Capacidade de Governo	Corresponde a capacidade pessoal e institucional de governo; ao capital intelectual; à experiência; à perícia; à capacidade de formular projetos, políticas e normas legais, pelas condições técnicas e administrativas.

O PES tem como característica ser **modular**, podendo (e devendo) ser alterado sempre que os cenários estratégicos mudem. Desta forma, o plano estaria sempre adequado à realidade.

[43] (Giacomoni & Pagnussat, 2006)

Outra diferença entre o PES e o planejamento tradicional é que **o PES pensa em "momentos" e não em "etapas"**. No contexto do PES, *momento é a instância repetitiva de um processo de cadeia contínua sem começo nem fim*[44].

O PES teria quatro momentos:

Momentos	Descrição
Momento Explicativo	Fase da identificação, seleção e priorização dos problemas estratégicos, bem como o debate sobre as causas, sintomas e efeitos. Seria o momento de "**o que é**".
Momento Normativo	A hora de definir as propostas do plano para enfrentar o problema. Seria o momento de "**o que deve ser**".
Momento Estratégico	Fase do desenho da estratégia, com uma análise da viabilidade política do plano e das estratégias. Seria o momento de "**o que pode ser**".
Momento Tático-operacional	Momento do fazer, da ação, de finalmente agir sobre a realidade concreta. Seria o momento de "**fazer**".

Um aspecto que devemos ter sempre em mente é que o Planejamento Estratégico Situacional sugere que o planejamento deve ser contínuo e que os momentos não ocorrem necessariamente de modo linear e sequencial.

Outro aspecto do PES é a preocupação com a implementação, com a ação. Para Matus[45],

> *"É curioso que o problema do fazer ocupe pouco espaço na teoria da planificação, quando o plano só se completa na ação, nunca antes. Esse é um ponto de extrema importância prática. Não existe a possibilidade de um plano completo em seu delineamento e cálculo estratégico antes da ação. Na improvisação tática do momento, completa-se o conteúdo prático do plano."*

Além disso, o PES não separa as funções de planejamento das funções de execução. Assim, o modelo de Matus entende que os servidores não devem estar somente envolvidos no planejamento, mas também na execução, de modo que a construção da "governabilidade" só ocorre quando existe uma coordenação entre todos os atores em torno do planejamento proposto.

[44] (Giacomoni & Pagnussat, 2006)

[45] (Matus, 2006)



(CESPE – ANTAQ – ANALISTA) O planejamento estratégico situacional separa as funções de planejamento das funções de execução e possui regras mais rígidas do que em casos de planejamentos tradicionais.

Comentários:

O primeiro erro da frase está no trecho "o planejamento estratégico situacional separa as funções de planejamento das funções de execução".

O PES não postula essa separação, pelo contrário. Os servidores não devem estar somente envolvidos no planejamento, mas também na execução. Além disso, o PES não tem regras mais rígidas do que os planejamentos tradicionais, mas sim é mais flexível.

Gabarito: errada

RESUMO

Planejamento das Organizações

O planejamento é um dos mais importantes processos na administração.

Sem um processo de planejamento, teremos muito mais dificuldade para atingirmos nossos objetivos.

É através do planejamento, por exemplo, que definimos aonde a organização quer chegar, em que prazo de tempo e como faremos para atingir estes objetivos.

O planejamento serve para que um gestor busque reduzir as incertezas na gestão de uma empresa.

O planejamento auxilia o gestor no direcionamento dos esforços e recursos onde eles são mais necessários.

Outro aspecto interessante é o **constante aprendizado que o processo de planejamento gera, em que os gestores passam a conhecer melhor a instituição, seu ambiente e as forças externas**.

A "doutrina" **não concorda sobre as etapas ou passos do planejamento.**

Uma definição conhecida da ordem destas etapas ou "passos" do planejamento seria a seguinte:

- Definição dos objetivos: onde queremos chegar?
- Determinar sua situação atual: quão longe estamos dos nossos objetivos?
- Desenvolver premissas sobre o futuro: quais são os "cenários" ou situações mais prováveis de acontecer?
- Analisar e escolher entre as alternativas: quais são as melhores opções de ação?
- Implementar o plano e avaliar os resultados: executar o planejado e controlar os desvios

Assim, alguns autores acreditam que o planejamento se inicia com a definição dos objetivos. Já **outros postulam que o planejamento começaria com a análise do ambiente interno e externo**.

Níveis do Planejamento.

Quando pensamos em uma empresa, normalmente dividimos a sua estrutura em três patamares: **o estratégico, o tático e o operacional**. Para facilitar a compreensão, **o nível estratégico envolveria os diretores e dirigentes máximos da organização**. **O foco é, portanto, no "quadro global"; os objetivos** não são detalhados, específicos, mas sim **gerais e abrangentes**.

Já o **nível tático envolveria a gerência média da organização** (por isso, algumas bancas chamam este nível de gerencial). O **nível gerencial ou tático** deve receber do nível estratégico as diretrizes e objetivos estratégicos. Assim, cada gerente deve, em sua área, cumprir o que já foi definido pela cúpula estratégica da empresa. Seu planejamento será voltado para o **médio prazo**. O **planejamento tático é um desdobramento do planejamento estratégico**.

Finalmente, o **nível operacional estaria relacionado com os supervisores e com os executores diretos das tarefas, ou seja, com o pessoal que "mete a mão na massa". O** pessoal do "chão de fábrica", ou do **nível operacional** está preocupado é como vão executar suas atividades dentro do esperado: no prazo, dentro do custo orçado e com a qualidade necessária. O Planejamento operacional decide "o que fazer" e "como fazer". Seus **objetivos são bem detalhados** e estão voltados para o **curto prazo**.

Planejamento Estratégico

Dos níveis do planejamento, **o planejamento estratégico é "disparado" o mais cobrado em provas de concurso**. R**efere-se à organização como um todo** e **abrange o longo prazo**.

Este planejamento está fortemente voltado para o ambiente externo, apesar de considerar também o ambiente interno em suas decisões.

O planejamento estratégico deve dar as diretrizes que permitirão os seus membros tomar as decisões apropriadas na alocação de pessoas e recursos de modo que os objetivos estratégicos sejam alcançados.

As principais etapas do planejamento estratégico são: a definição da missão, valores, negócio e visão de futuro da organização; o diagnóstico estratégico; a formulação da estratégia; a execução e a avaliação e controle de todo o processo.

O planejamento tem cinco características principais:

- ✓ **O planejamento estratégico está relacionado com a adaptação da organização a um ambiente mutável** – Ou seja, devemos entender que estamos lidando com a incerteza. Portanto, todo planejamento deve ser dinâmico – sendo constantemente reavaliado e monitorado;
- ✓ **O planejamento estratégico é orientado para o futuro** – o planejamento é voltado ao longo prazo, e como as decisões atuais poderão impactar a organização neste futuro;
- ✓ **O planejamento estratégico é compreensivo** – desta forma, envolve a organização como um todo. Todos os recursos e pessoas devem ser envolvidos neste processo para que a organização tenha sucesso;
- ✓ **O planejamento estratégico é um processo de construção de consenso** – naturalmente existem pensamentos diferentes e conflitantes dentro de uma organização. Entretanto, o planejamento deve buscar o melhor resultado para todos dentro da organização. Uma das características de um planejamento de sucesso é o envolvimento e o comprometimento de todas as áreas e pessoas para que ele seja bem executado;
- ✓ **O planejamento estratégico é uma forma de aprendizagem organizacional** – como a prática do planejamento, tanto a organização passa a se conhecer melhor, como a conhecer melhor seu ambiente externo e seus desafios.

Missão e Visão e Negócio

A missão de uma organização é, basicamente, o motivo pelo qual esta instituição foi criada. Define e explicita qual é sua razão de ser. A missão tem um objetivo: comunicar aos públicos internos e externos quais são as intenções daquela empresa em relação à sociedade. **A missão é uma declaração de intenções, apresentando para a sociedade e seus trabalhadores qual será sua contribuição para o bem da coletividade, ou seja, qual é sua "razão de ser".**

Negócio da organização: este negócio seria **relacionado com as atividades principais da empresa naquele momento específico**, seu âmbito de atuação. **Ao contrário da missão, o negócio é mais focado um contexto específico.**

Enquanto a missão é uma declaração de intenções, a definição do negócio busca afirmar quais são as atividades atuais e os setores de atuação em que a organização atua

A visão de futuro indica como a organização se vê em um futuro de longo prazo. **Toda organização deve saber aonde quer chegar, ou seja, qual é seu "destino desejado"**

Análise SWOT

Um dos passos fundamentais do planejamento estratégico é a que "situamos" a organização frente a seu ambiente interno e externo. Muitos autores chamam esta etapa de **diagnóstico estratégico**.

Análise SWOT (ou FOFA): este nome SWOT é simplesmente a soma de siglas dos termos em Inglês: "Strengths" **(forças), "**Weakness" **(fraquezas),** "Opportunities" **(oportunidades) e "**Threats" **(ameaças).**

A **análise interna** busca perceber quais são os **pontos fortes** e **pontos fracos** da organização em comparação com seus pares.

O **ambiente interno** envolve aspectos "**controláveis**", ao contrário dos aspectos externos.

Exatamente por isso, são considerados fatores "**não controláveis**".

Matriz GUT

A **matriz GUT** é uma ferramenta que os gestores utilizam para poderem priorizar problemas. Essa ferramenta apresenta três critérios para que possamos priorizar: **G**ravidade, **U**rgência e **T**endência

Quando analisamos se um problema é grave ou não, devemos checar se pode afetar muito os resultados da organização. Assim, um problema ganha uma pontuação alta no aspecto gravidade sempre que sua ocorrência ocasionar um prejuízo considerável para as operações da instituição.

Já a urgência indica se o problema ocorrerá rápido ou não. Assim, um problema pode ser muito grave, mas com uma previsão de acontecer somente em três ou cinco anos. Já um problema que provavelmente acontecerá amanhã tem uma urgência muito maior.

Finalmente, temos o fator da tendência. O problema pode ser grave, por exemplo, mas sua tendência ser positiva. Ou seja, quanto mais tempo passar, menor será seu impacto.

Planejamento: sob certeza e sob incerteza - Planejamento por Cenários

A ideia por trás do planejamento por cenários é a de que devemos estar preparados para repensar sempre nosso ambiente. Não devemos confiar em uma projeção das tendências atuais. **Coisas que tomamos como "certas" podem não existir futuramente.**

Quando falamos de cenários, estamos nos referindo a **situações futuras**

Os cenários são, portanto, estórias construídas para futuros possíveis

O planejamento por cenários tem como objetivo analisar como nossas decisões atuais poderiam impactar nossa organização no futuro.

O planejamento por cenários é uma ferramenta nova, que veio tentar suplantar a maneira tradicional de construir o planejamento – através de projeções e extrapolações da situação presente.

Apesar disso, existem alguns autores que citam dois tipos de planejamento por cenários: o **projetivo** e o **prospectivo**. O primeiro seria basicamente, um processo de construir **apenas um cenário futuro**; já o outro tipo, o **prospectivo**, não cria somente um cenário. A abordagem prospectiva busca gerar diversos cenários, de modo que o gestor possa ter uma visão de vários "estados futuros possíveis" da empresa.

Para que possamos montar cenários interessantes, temos de nos preocupar que eles tenham as seguintes características: **relevância, plausibilidade, clareza e foco.**

Métodos para a Construção de Cenários

- **Lógica Intuitiva** – foi desenvolvida em paralelo pela Strategic Research Institute International (SRI) e pela Shell a partir da década de 1970, a técnica admite que as decisões são fundamentadas em um conjunto de inter-relações e interdependências que envolvem diversos fatores, quase totalmente fora da influência direta da organização;
- **Análise Prospectiva**: método desenvolvido por Godet que engloba formas estruturadas de identificar a chance de que um evento ocorra. O método tem basicamente seis etapas: delimitação do sistema e do ambiente; análise estrutural do sistema e do ambiente; listagem dos condicionantes do futuro; análise morfológica; testes de consistência, ajuste e disseminação; e revisão e disseminação;
- **Análise de impactos de tendências probabilísticas** - fundamenta-se em uma previsão isolada sobre a variável dependente principal, que depois é ajustada pela concorrência dos possíveis eventos e seus impactos. A técnica alia modelos econométricos e probabilísticos a análises qualitativas, com a presença de especialistas nos temas envolvidos

Objetivos, Metas e Planos

Um **objetivo** é um estado (ou situação) desejado. Ou seja, é aonde queremos "chegar". O importante é que esse objetivo seja **mensurável** e **específico**

Este objetivo, assim, deve ser quantificado: i**sto agora virou uma meta.** Assim, uma meta é um desdobramento de um objetivo.

É preciso desenvolver um **plano de ação** – ou seja, as **ações que serão necessárias para que ele atinja seus objetivos**.

Escolas do Planejamento

De acordo com Mintzberg, existem dez escolas do planejamento estratégico. Estas escolas podem ser classificadas em **três grupos: as de natureza prescritiva, as de natureza descritiva e a de configuração.**

As **escolas de natureza prescritiva** se preocupam em detalhar como o processo de formação da estratégia deve ser feito, ao invés de se preocupar como estas estratégias são realmente formadas. Dentro deste grupo os autores incluem a escola do **design**, a escola do **planejamento** e a escola do **posicionamento**.

As principais premissas desta escola são:

- **A formação da estratégia deve ser um processo de pensamento deliberado** – Ou seja, a estratégia deve ser derivada de um pensamento consciente, racional;
- **A responsabilidade pela estratégia é do executivo mais graduado** – nesta escola, o processo de planejamento deve ser deixado a cargo de apenas uma pessoa, o chefe! Os outros funcionários são vistos como subsidiários neste processo;
- **O modelo deve ser simples e informal** – muita elaboração e detalhamento seriam prejudiciais – a estratégia deve poder ser "montada" dentro da mente do executivo principal. O processo seria então um pouco formal e um pouco intuitivo;
- **As estratégias devem ser únicas** – cada caso deve ser analisado individualmente;

Design	• Processo de concepção pelo chefe máximo; • Simples e informal.

Planejamento	• Processo formal e detalhado - com etapas e checklists; • Responsabilidade do CEO - na prática dos planejadores.
Posicionamento	• Processo analítico das forças do mercado e estratégias válidas; • Posições devem poder ser defendidas.

Escolas descritivas – que se preocupam com o processo de formulação da estratégia como ele realmente ocorre.

A primeira que veremos é a escola **empreendedora.** Aqui, o processo de planejamento é visto como resultado de uma **visão de longo prazo do principal executivo.**

Já a escola **cognitiva** se baseia nos processos mentais necessários ao processo de formulação da estratégia.

Aprendizado: Nesta escola, pensamento é o de que o processo de montagem da estratégia não depende de um só indivíduo – o chefe. Isto ocorre, pois se acredita que a realidade é muito complexa para que somente uma pessoa possa "dominar" todos os dados necessários. Assim, a montagem da estratégia é vista como um processo de aprendizagem ao longo do tempo.

A próxima escola é a do **poder.** Nesta visão, o processo de formulação da estratégia é visto como uma barganha entre os diversos "atores" dentro da organização. Assim, a estratégia é formada aos poucos – através da negociação e persuasão dos membros influentes da empresa.

Mintzberg divide este poder em dois tipos. O **micropoder** é o processo de formação interno da estratégia; o **macropoder** é a utilização da influência da organização para, em conjunto com outras organizações, buscar os interesses da empresa.

Temos ainda a **escola cultural**, que vê o processo de planejamento como um processo coletivo interativo e que reflete as crenças e valores destes indivíduos.

Assim, as estratégias seriam derivadas da maneira de pensar e dos valores das pessoas dentro das organizações.

A **escola ambiental** diz que o ator principal no processo do planejamento é o ambiente, ou seja, que a organização é passiva. Se papel é apenas o de se adaptar as mudanças no ambiente – ou "morrer".

O último grupo só conta com uma escola – a da **configuração.** Para esta escola, as organizações tendem a manter uma configuração estável de certas características: tipo de estrutura, atuação em um contexto e estratégias coerentes. Entretanto, de tempos em tempos elas passariam por um processo de transformação.

Assim, os gestores deveriam manter certa estabilidade nas estratégias, ao mesmo tempo em que deveriam manter a empresa com uma capacidade de adaptação – para os períodos de transformação.

Balanced Scorecard e os Mapas Estratégicos

Na gestão estratégica competitiva**, o alinhamento e controle estratégicos são suportados pela ferramenta balanced scorecard (BSC)**, pela qual se elaboram medidas financeiras e não-financeiras que possibilitam o desdobramento das estratégias a serem implementadas.

Balanced Scorecard

Até pouco tempo atrás, os únicos indicadores utilizados eram os financeiros. Desta forma, os gestores mediam a situação de uma organização de acordo com um só ponto de vista: sua capacidade financeira. Entretanto, indicadores como o retorno sobre o investimento, liquidez e margem líquida sobre vendas são importantes, mas só contam um "lado da estória".

Para os autores, **os indicadores financeiros contam os fatos passados, mas são inadequados para avaliar o desempenho de empresas que buscam criar valor através no investimento em clientes, fornecedores, empregados, processos, tecnologia e inovação**.

Desta forma, Kaplan e Norton construíram um **modelo que complementa os dados financeiros do passado com indicadores que buscam medir os fatores que levarão a empresa a ter sucesso no futuro.**

Neste modelo existem quatro perspectivas: **financeira, clientes, processos internos e aprendizado e conhecimento**.

Neste contexto, as perspectivas podem ser descritas assim:

- **Perspectiva financeira** – analisa o negócio do ponto de vista financeiro. Relaciona-se normalmente com indicadores de lucratividade, como receita líquida, margem líquida, retorno sobre o investimento, entre outros. Indica se a estratégia da empresa está se traduzindo em resultados financeiros;
- **Perspectiva dos clientes** - neste ponto de vista, busca-se identificar os segmentos (de clientes e de mercados) em que a empresa atuará e as medidas de desempenho que serão aceitas. Geralmente envolve indicadores como: satisfação dos clientes, retenção de clientes, lucro por cliente e participação de mercado. Esta perspectiva possibilita ao gestor as estratégias de mercado que possibilitarão atingir resultados superiores no futuro;
- **Perspectiva de processos internos** – identifica os processos críticos que a empresa deve focar para ter sucesso. Ou seja, mapeia os processos que causam o maior impacto na satisfação dos consumidores e na obtenção dos objetivos financeiros da organização. Devem ser melhorados os processos existentes e desenvolvidos os que serão importantes no futuro;
- **Perspectiva do aprendizado e do crescimento** – identifica as medidas que a empresa deve tomar para se capacitar para os desafios futuros. As principais variáveis são as pessoas, os sistemas e os procedimentos organizacionais. Desta forma, as empresas devem treinar e desenvolver seu pessoal, desenvolver sistemas melhores e procedimentos que alinhem os incentivos aos objetivos corretos.

O Balanced Scorecard é um mecanismo para a implementação da estratégia, não para sua formulação.

O BSC deve incorporar uma série de relacionamentos de causa e efeito e uma mistura de indicadores de desempenho e os vetores que levam a estes desempenhos.

Mapa Estratégico

Os mapas estratégicos são ferramentas que auxiliam na comunicação e visualização das estratégias gerenciadas pelo Balanced Scorecard.

Os diferentes sentidos do mapa estratégico são: mostrar o destino estratégico, destacar o valor do capital intelectual, representar visualmente a estratégia, ligar o trabalho individual à estratégia, demonstrar o fluxo de valor e reforçar a importância do conhecimento.

Planejamento Estratégico Situacional - PES

O método PES busca se contrapor ao planejamento tradicional, que ele considera tecnocrático e normativo e que seria impotente para lidar com a complexidade da realidade social.

Uma das ideias principais seria a de um processo de planejamento que envolva um cenário em que existem diversos atores externos com objetivos divergentes e que a realidade não poderia ser vista por um viés determinista, que observam o mundo como uma consequência do passado.

O método PES sabe que existem diversos cenários futuros possíveis. Por este motivo, o PES é considerado por muitos como um modelo mais adequado ao planejamento governamental. É uma alternativa de planejamento que insere um caráter político (e não só técnico) no modelo que o planejamento tradicional não teria.

Onde o planejamento tradicional acreditaria poder controlar a realidade, o Planejamento Estratégico Situacional apenas tenta influir na realidade. Seria um método mais flexível, portanto.

Um conceito importante no PES seria o do "**cálculo estratégico**". Para Matus, "O cálculo estratégico refere-se a pensar estratégias para tornar o plano viável. Ou seja, **articular o "deve ser" com o "pode ser"**.

O planejador deve, no PES, considerar que o planejamento deve incluir uma **avaliação do poder dos diversos atores sociais que interagem simultaneamente**

Para Matus, existem três dimensões interdependentes entre si que permitem verificar a possibilidade de sucesso de um governo: o **projeto de governo**, a **governabilidade** e a **capacidade de governo**.

Dimensão	*Descrição*
Projeto de Governo	Refere-se a existência de projetos e ao conteúdo da proposta de governo, que começa pela seleção de problemas e pela definição de como enfrenta-los.
Governabilidade	Corresponde ao grau de controle que o governo possui das circunstâncias externas, que têm poder de afetar os resultados do projeto; à relação entre os pesos das variáveis que o governo controla e as que não controla; à capacidade de articular e de mobilizar alianças e parcerias; assim como recursos políticos e estratégicos.
Capacidade de Governo	Corresponde a capacidade pessoal e institucional de governo; ao capital intelectual; à experiência; à perícia; à capacidade de formular projetos, políticas e normas legais, pelas condições técnicas e administrativas.

Outra diferença entre o PES e o planejamento tradicional é que o PES pensa em "momentos" e não em "etapas".

Momentos	*Descrição*

Momento Explicativo	Fase da identificação, seleção e priorização dos problemas estratégicos, bem como o debate sobre as causas, sintomas e efeitos. Seria o momento de "**o que é**".
Momento Normativo	A hora de definir as propostas do plano para enfrentar o problema. Seria o momento de "**o que deve ser**".
Momento Estratégico	Fase do desenho da estratégia, com uma análise da viabilidade política do plano e das estratégias. Seria o momento de "**o que pode ser**".
Momento Tático-operacional	Momento do fazer, da ação, de finalmente agir sobre a realidade concreta. Seria o momento de "**fazer**".

Um aspecto que devemos ter sempre em mente é que o Planejamento Estratégico Situacional sugere que o planejamento deve ser contínuo e que os momentos não ocorrem necessariamente de modo linear e sequencial.

Além disso, o PES não separa as funções de planejamento das funções de execução.

QUESTÕES COMENTADAS

1. (FCC – TRT-PE – ANALISTA – 2018)

Considere que determinada sociedade de economia mista esteja na fase inicial de implementação de seu planejamento estratégico, mais precisamente na definição da "missão" da entidade, o que significa, de acordo com a conceituação apresentada pela literatura,

(A) os futuros potenciais da entidade, com análise de variáveis internas e externas que impactam sua atuação.

(B) o projeto de futuro da entidade, ou seja, quais os objetivos estratégicos a serem perseguidos.

(C) a expressão da essência da entidade, de seus propósitos, ou, mais precisamente, da sua própria razão de existir.

(D) os princípios, crenças e padrões que orientam a atuação da entidade e o comportamento de seus colaboradores.

(E) as forças e fraquezas da organização, bem como os desafios e oportunidades identificados.

Comentários

A missão de uma organização é, basicamente, o motivo pelo qual esta instituição foi criada. Define e explicita qual é sua razão de ser. A missão tem um objetivo: comunicar aos públicos internos e externos quais são as intenções daquela empresa em relação à sociedade.

Gabarito: letra C

---

2. (FCC – DPE-AM – ANALISTA – 2018)

Planejamento estratégico consiste em uma das atividades de maior relevância no âmbito das organizações contemporâneas e, conforme apontado pela literatura,

(A) considera não só os aspectos internos da organização, mas também o ambiente externo no qual está inserida, exigindo uma visão global e sistêmica.

(B) corresponde à determinação de cursos de ação e engloba decisões com base em objetivos estritamente financeiros, baseadas em estimativa de mercado.

(C) diz respeito a decisões a serem tomadas no futuro, sendo, portanto, uma atividade reativa e prospectiva.

(D) equivale ao planejamento operacional das metas de médio prazo e dos meios disponíveis para alcançá-las.

(E) estabelece apenas indicadores para um horizonte mais próximo e de caráter mensurável no curto prazo.

Comentários

A letra A está correta. O planejamento estratégico deve analisar tanto os aspectos internos da organização quanto seu ambiente externo. Já a letra B está incorreta, pois os objetivos não só os financeiros.

Na letra C o erro está em mostrar o planejamento como reativo, pois ele é proativo. A letra D está errada também. O planejamento estratégico deve englobar os planejamentos táticos (que visa o médio prazo) e operacionais (curto prazo.

Finalmente, a letra E está incorreta porque o planejamento estratégico visa o longo prazo.

Gabarito: letra A

---

3. (FCC - DPE-AM - ASSISTENTE – 2018)

Balance Scorecard − BSC é uma das metodologias mais difundidas para implementação de planejamento estratégico no âmbito das organizações públicas e privadas e, na etapa correspondente à análise interna, busca identificar

a) os desafios e oportunidades existentes.

b) as forças e fraquezas da organização.

c) a missão, correspondente aos valores da organização.

d) a visão da organização, que se contrapõe ao cenário externo.

e) as metas estratégicas, fixando os indicadores correspondentes.

Comentários

A questão fala sobre BSC, mas trata mesmo é da ferramenta SWOT, que faz o diagnóstico estratégico da organização. Através dela vemos os fatores internos (forças e fraquezas) e externos (oportunidades e ameaças). Fica fácil vermos que o gabarito só pode ser a letra B.

Gabarito: letra B

---

4. (FCC – PREF. TERESINA – TÉCNICO – 2016)

O diagnóstico estratégico pode ser considerado a primeira etapa do Planejamento Estratégico da organização, sendo a análise SWOT uma das ferramentas mais utilizadas. De acordo com a SWOT, NÃO é considerada variável analítica controlável pela organização:

(A) Recursos humanos.

(B) Comercialização.

(C) Imagem institucional.

(D) Densidade demográfica.

(E) Novos produtos e serviços.

Comentários:

Uma variável controlável é aquela em que a instituição pode influenciar diretamente. A letra A, por exemplo, é um caso desse. Afinal de contas, os recursos humanos podem ser capacitados, podem ser recrutados, dentre diversas outras ações empreendidas pela organização.

Assim, dizemos que uma variável é controlável quando a organização pode atuar diretamente nela. Isto pode ocorrer nas demais alternativas da questão, como a comercialização, a imagem institucional e os novos produtos e serviços.

A única alternativa que não se enquadra na definição de variável controlável é exatamente a densidade demográfica, ou seja, a relação entre a população e o território ocupado. Esta é uma variável que não pode ser controlada pela instituição.

Gabarito: letra D

---

5. (FCC – TRT-23 – ANALISTA – 2016)

Sobre planejamento, considere:

I. O planejamento não elimina a incerteza. Ele sugere, sim, formas para uma organização se preparar para responder a possibilidades.

II. Recusar-se a preparar ou adiar a preparação de planos não adia o futuro ou minimiza o seu impacto. Tal comportamento tampouco prejudica a habilidade de responder efetivamente.

III. O planejamento deve ser visto somente como planejamento contingencial para as piores situações possíveis.

IV. O planejamento proativo dá à biblioteca uma medida de controle sobre o futuro.

Está correto o que consta APENAS em

(A) I, III e IV.

(B) I, II e III.

(C) I e IV.

(D) III.

(E) III e IV.

Comentários

A questão trata dos conceitos de planejamento e seus benefícios. De acordo com Sobral e Peci, as principais vantagens do planejamento podem ser descritas assim:

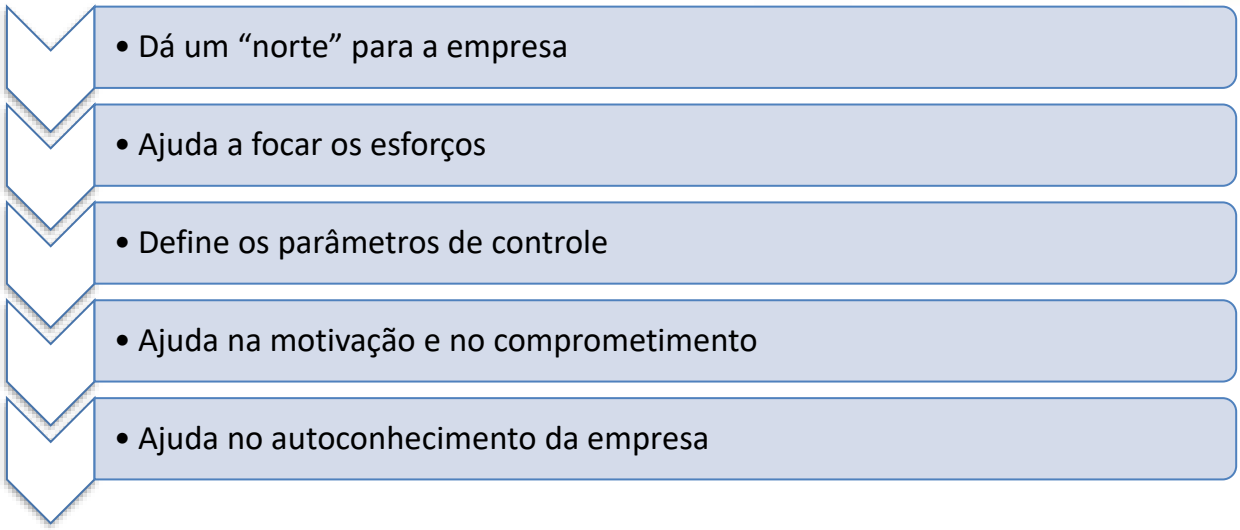


Figura 16 - Vantagens do Planejamento - Fonte: (Sobral e Peci 2008)

A primeira frase está correta. O planejamento não elimina a incerteza. Nunca teremos certeza do que irá acontecer, mas o processo de planejamento pode nos dar um entendimento melhor do que pode acontecer e como devemos lidar com os possíveis cenários.

Pelo mesmo motivo, a segunda frase está errada. Se nos recusamos a fazer o planejamento, isto irá prejudicar a nossa habilidade de responder efetivamente aos desafios.

A terceira frase está igualmente equivocada, pois o planejamento não é visto como válido apenas para as piores situações, mas também para as oportunidades que venham aparecer.

Finalmente, a quarta frase está certa. O processo de planejamento dá um "norte" para a organização e possibilita a mesma controlar melhor seu futuro.

Gabarito: letra C

---

6. (FCC – TRF-3º REGIÃO – ANALISTA – 2016)

O planejamento

I. eficaz depende da qualidade e quantidade de dados disponíveis e confiáveis.

II. operacional decide “o que fazer” e “como fazer”.

III. é um acontecimento.

IV. é o sinônimo da improvisação.

Está correto o que consta APENAS em

(A) I e II.

(B) I e III.

(C) II e IV.

(D) II e III.

(E) III e IV.

Comentários

A primeira frase está certa. O processo de planejamento só pode ter sucesso se temos um conjunto de informações confiável sobre a situação da empresa e do ambiente que a cerca. Sem isso, seria como voar de olhos fechados. Assim, um processo eficaz de planejamento depende das informações que dispomos, ou seja, da qualidade e quantidade de dados disponíveis e confiáveis.

A segunda frase está correta também. o pessoal do "chão de fábrica", ou do nível operacional está preocupado é como vão executar suas atividades dentro do esperado: no prazo, dentro do custo orçado e com a qualidade necessária. O Planejamento operacional decide "o que fazer" e "como fazer".

Essas atividades estarão inseridas dentro do que o planejamento tático definir: quais são as ações importantes e que devem ser realizadas para que os objetivos estratégicos e táticos sejam alcançados.

Seus objetivos são bem detalhados e estão voltados para o curto prazo. O plano operacional nada mais é do que um plano voltado para a execução de alguma tarefa ou evento: o treinamento de funcionários, a captação de um empréstimo, uma conferência entre parceiros, dentre diversas atividades que ocorrem em todos os departamentos.

Já a terceira frase não diz nada. Fica até difícil analisar o que seria um "acontecimento", mas não dá para associar o processo de planejamento a isso.

Finalmente, o planejamento é o oposto do improviso.

Gabarito: letra A

---

7. (FCC – PREF. TERESINA – TÉCNICO – 2016)

A respeito do Planejamento Estratégico Situacional – PES,

(A) constitui uma atividade que se encerra em determinado momento, a partir do qual se inicia sua implementação.

(B) aplicado à gestão pública, o PES considera que a arte de governar está associada ao princípio da governança, mas não da governabilidade.

(C) o modelo adota o conceito de "etapas", em substituição ao conceito de "momento".

(D) considera que o planejamento deve incluir uma avaliação do poder dos diversos atores sociais que interagem simultaneamente.

(E) essa abordagem tem como máxima a ideia de que "o plano sempre se completa antes da ação".

Comentários

A primeira afirmativa está errada, pois o PES é um método de planejamento que deve ser feito de modo contínuo e envolve a implementação.

A letra B está igualmente errada. O PES considera que a governabilidade é uma dimensão importante para o sucesso de um governo. A letra C está incorreta. O PES faz o contrário, trazendo o conceito de momentos em substituição às etapas do planejamento tradicional.

Já a letra D está certa. O PES postula que deve sim existir uma avaliação do poder dos diversos atores que atuam no contexto estratégico. Finalmente, a letra E aponta um trecho incorreto do criador do PES, Carlos Matus. Para Matus[46],

> *"É curioso que o problema do fazer ocupe pouco espaço na teoria da planificação, quando **o plano só se completa na ação, nunca antes**. Esse é um ponto de extrema importância prática. Não existe a possibilidade de um plano completo em seu delineamento e cálculo estratégico antes da ação. Na improvisação tática do momento, completa-se o conteúdo prático do plano."*

Gabarito: letra D

---

8. (FCC – ELETROBRÁS – ADMINISTRAÇÃO – 2016)

Suponha que determinada organização esteja iniciando um processo articulado de definição de objetivos e escolha de meios para atingi-los, nos moldes tradicionais de planejamento estratégico. Nesse diapasão, com base nas metodologias disponíveis e nos conceitos consolidados na literatura especializada, uma etapa a ser percorrida consiste em

(A) definir a visão, que expressa a própria razão de ser da organização, ou seja, sua essência.

(B) estabelecer a missão da organização, o que corresponde ao consenso sobre os objetivos a serem atingidos.

(C) criar cenários a serem perseguidos pela organização, representados por indicadores e metas.

(D) realizar uma análise do ambiente externo da organização, identificando ameaças e oportunidades.

(E) efetuar o diagnóstico institucional, que é restrito à identificação dos pontos fortes e fracos da organização.

Comentários

A letra A está errada. É a missão (e não a visão) da empresa que reflete a razão de existir da mesma. Já a letra B faz a mesma confusão de conceitos, pois está mais associada ao conceito de visão de futuro, não da missão.

A letra C está equivocada também. São os objetivos que envolvem indicadores e metas, não os cenários. Já a letra D está perfeita e é o gabarito da banca.

Finalmente, a letra E está incorreta. O diagnóstico estratégico não fica restrito aos pontos fortes e fracos (análise interna), mas também as ameaças e oportunidades (análise externa).

Gabarito: letra D

---

[46] (Matus, 2006)

9. (FCC – TRF-3º REGIÃO – ANALISTA – 2016)

O Balanced Scorecard – BSC corresponde a um modelo de gestão estratégica que alinha missão, visão e estratégia da organização a um conjunto de indicadores

(A) classificados como forças, fraquezas, ameaças e desafios.

(B) divididos entre individuais e corporativos.

(C) que levam em conta, entre outras, a perspectiva dos clientes.

(D) entre os quais predominam os de natureza procedimental.

(E) dos quais se excluem os de natureza estritamente financeira.

Comentários

A questão aborda o Balanced Scorecard, que foi desenvolvido por Kaplan e Norton. Eles construíram um modelo que complementa os dados financeiros do passado com indicadores que buscam medir os fatores que levarão a empresa a ter sucesso no futuro[47].

Neste modelo existem quatro perspectivas: financeira, **clientes**, processos internos e aprendizado e conhecimento. Estes **indicadores** e os desempenhos que serão avaliados serão derivados da visão e da estratégia da organização.

Gabarito: letra C

---

10. (FCC – TRT-23 – ANALISTA – 2016)

Considere que no curso do processo de elaboração de seu planejamento estratégico, determinada organização tenha definido a forma como pretende ser reconhecida por seus clientes, colaboradores e pela própria sociedade. Tal definição corresponde

a) ao diagnóstico institucional da organização.

b) à Missão da organização.

c) aos valores perseguidos pela organização.

d) aos cenários para o futuro da organização.

e) à Visão da organização.

Comentários

Questão interessante da FCC. Vejam que a banca trata de como a organização "pretende ser reconhecida". Deste modo, estamos falando de algo que ainda não existe, que está em um futuro possível. Seria um "destino desejado", não a realidade atual.

Assim sendo, essa definição está associada a visão de futuro da instituição.

---

[47] (Kaplan & Norton, 1996)

Gabarito: letra E

---

11. (FCC – DPE-RR – ADMINISTRADOR – 2015)

O planejamento de curto prazo com tarefas e atividades específicas refere-se ao

a) planejamento estratégico.

b) planejamento setorial.

c) mapa estratégico.

d) planejamento operacional.

e) planejamento global.

Comentários

O planejamento tem três níveis: estratégico, tático e operacional. O tipo de planejamento que tem o foco no curto prazo e trata de tarefas e atividades específicas é o planejamento operacional.

O planejamento estratégico visa a instituição como um todo e tem o foco no longo prazo. Já o planejamento tático visa o médio prazo e os objetivos departamentais.

Gabarito: letra D

---

12. (FCC – TRE-SE – ANALISTA – 2015)

Uma Secretaria Estadual de Saúde elaborou um plano, que definiu as forças e fraquezas da política estadual de saúde. Essa metodologia de planejamento refere-se a:

a) Planejamento tático.

b) Planejamento setorial.

c) Balanced Scorecard.

d) Análise SWOT.

e) Mapa estratégico.

Comentários

A questão trata das forças e fraquezas presentes em uma instituição. Esses são elementos analisados na ferramenta chamada de análise SWOT. Além desses fatores internos (força e fraqueza), também analisamos as ameaças e oportunidades (elementos externos).

Gabarito: letra D

---

13. (FCC – DPE-SP – ADMINISTRADOR – 2015)

Na elaboração de seu planejamento estratégico, uma organização pública analisou as seguintes perspectivas:

1. Financeira;
2. Clientes;
3. Processos internos;
4. Aprendizado e crescimento.

Essas perspectivas fazem parte do tipo de planejamento denominado:

a) Análise SWOT.

b) Ciclo PDCA.

c) Balanced Scorecard.

d) Administração por Objetivos.

e) Planejamento Tático.

Comentários

O Balanced Scorecard é uma metodologia de gestão estratégica desenvolvida por Kaplan e Norton que desdobra objetivos estratégicos, missão e visão de futuro em indicadores de desempenho para o monitoramento estratégico.

Suas perspectivas originais incluem: financeira, clientes, processos internos e aprendizado e crescimento.

Gabarito: letra C

---

14. (FCC – DPE-RR – ADMINISTRADOR – 2015)

Uma Secretaria Municipal de Fazenda elabora o seu planejamento estratégico e define a existência de servidores próprios, concursados e capacitados como sua força. Esse tipo de planejamento estratégico refere-se

a) à avaliação 360°.

b) à análise SWOT.

c) ao quadro lógico.

d) ao planejamento tático.

e) ao planejamento operacional.

Comentários

A letra A não está relacionada ao processo de planejamento. A avaliação 360° é uma técnica de avaliação de pessoas. Já a letra B está perfeita e é o nosso gabarito. Esta ferramenta de diagnóstico estratégico analisa as forças, fraquezas, ameaças e oportunidades da instituição.

O quadro lógico é uma ferramenta de avaliação de projetos e programas. Já as letras D e E estão incorretas, pois a análise SWOT está ligada ao planejamento estratégico.

Gabarito: letra B

---

15. (FCC – TRE-AP – ANALISTA – 2015)

As características do planejamento tático são: indica a participação de cada unidade no planejamento global, seu horizonte temporal é de médio prazo, e é definido por

a) cada funcionário da empresa como contribuição ao planejamento operacional.

b) equipes multidisciplinares que se apoiam em pesquisas de mercado.

c) meio de indicadores de mercado, envolvendo clientes e concorrência.

d) cada unidade organizacional como contribuição ao planejamento estratégico.

e) todos os funcionários da empresa, indicando como cada tarefa deve ser feita.

Comentários

O planejamento tático é agregado ao planejamento estratégico (na verdade, o planejamento tático é um desdobramento do planejamento estratégico). A letra A está incorreta, pois o planejamento tático é definido pelas unidades e departamentos e sua contribuição é ao planejamento estratégico.

A letra B é totalmente sem "pé nem cabeça" e não faz nenhum sentido. O mesmo pode ser dito da letra C. Já a letra D está perfeita e é o gabarito da banca.

Finalmente, a letra E está equivocada, pois está ligada ao planejamento operacional.

Gabarito: letra D

---

16. (FCC – TRT-4° REGIÃO – TÉCNICO – 2015)

O planejamento estratégico é uma metodologia de planejamento gerencial de longo prazo, cuja principal funcionalidade é estabelecer a direção a ser seguida pela organização e contempla

a) o estabelecimento dos cenários, definidos pela realidade existente na organização.

b) o estabelecimento da visão de futuro da organização, que traduz a razão de ser da entidade.

c) a definição da missão da organização, que exerce a função orientadora da ação organizacional no longo prazo.

d) o diagnóstico institucional, consistente na análise interna, que identifica as ameaças e oportunidades da organização.

e) a fixação dos valores da organização, que devem ser passíveis de mensuração objetiva.

Comentários

A letra A está incorreta. Os cenários que são traçados buscam analisar a potencial situação futura da instituição, não sua situação atual. A letra B está incorreta, pois trata da "razão de ser" da instituição, que temos na missão, não na visão.

A letra C foi considerada a correta pela banca, mas foi muito criticada por muitos candidatos, que alegam que a missão seria "atemporal", ou seja, que seria permanente. Creio, entanto, que a banca

não trata disso especificamente, mas sim do efeito que a missão tem de orientar os funcionários, de mostrar quais são as razões desse organismo existir. E isso ocorre no longo prazo mesmo.

A letra D está incorreta. A análise interna trata das forças e fraquezas da empresa. As ameaças e oportunidades são vistas na análise externa. Finalmente, a letra E está equivocada, pois os valores não são mensuráveis objetivamente.

Gabarito: letra C

---

17. (FCC – TRT-19 – ANALISTA – 2014)

Um dos modelos de gestão idealizado, tendo como mentores Robert Kaplan e David Norton, foi o Balanced Scorecard - BSC, que

a) constitui uma metodologia para formulação da missão, visão e estratégias da organização e a sua mensuração atrelada a indicadores de desempenho.

b) é um mecanismo para implementação da estratégia, não para sua formulação, que leva em conta um conjunto equilibrado de indicadores financeiros e não financeiros.

c) prioriza o equilíbrio organizacional a partir de duas perspectivas, a dos clientes e a dos processos internos, que, juntas, se consubstanciam em uma nova ótica da perspectiva financeira.

d) foi aprimorado e adaptado à Administração pública a partir da inserção da metodologia denominada Matriz SWOT e do conceito de cliente-cidadão.

e) contempla, entre seus princípios, converter a estratégia em processos segmentados, tratando, separadamente, as estratégias de longo e de curto prazo, estas identificadas com os denominados “pacotes de trabalho”.

Comentários

A letra A está incorreta, pois o BSC não é uma metodologia para a formulação da missão, visão ou estratégia, mas sim um mecanismo de gestão e execução desta estratégia.

Já a letra B está perfeita: o BSC é um mecanismo para a implementação da estratégia e leva sim em conta um conjunto balanceado de indicadores.

A letra C está errada, pois não existem somente duas perspectivas. A letra D está incorreta porque a adaptação ao setor público se dá através da alteração de algumas perspectivas (como a menor ênfase na perspectiva financeira, por exemplo), e não pela utilização da ferramenta SWOT.

Finalmente, a letra E está confusa e não reflete o objetivo do Balanced Scorecard.

Gabarito: letra B

---

18. (FCC – TRT-15 – ANALISTA – 2013)

Segundo os idealizadores do Balanced Scorecard - BSC, Norton e Kaplan, as empresas têm utilizado essa metodologia para “alinhar os objetivos individuais e da unidade com a estratégia

adotada pela empresa; vincular os objetivos estratégicos com as metas de longo prazo e com os orçamentos anuais; e revisar periodicamente a estratégia, focando o aprendizado e a melhoria desta". O BSC prioriza o equilíbrio organizacional a partir de quatro perspectivas, entre as quais NÃO se insere a perspectiva

a) dos clientes: analisa como a organização é vista pelo cliente e como ela pode atendê-lo da melhor maneira possível.

b) dos processos internos: refere-se aos processos de negócios em que a organização precisa ter excelência.

c) do aprendizado e crescimento: analisa a capacidade da organização para melhorar continuamente e se preparar para obter sucesso no futuro.

d) financeira: as medidas financeiras demonstram as consequências econômicas das ações consumadas.

e) da mudança: corresponde ao mapa estratégico do BSC, decorrente do feedback institucional recebido.

Comentários

Questão bem fácil da FCC! No BSC existem quatro perspectivas originais: financeira, clientes, processos internos e aprendizado e conhecimento. A única alternativa citada pela banca que não faz parte das perspectivas originais criadas por Kaplan e Norton é mesmo a da mudança.

Gabarito: letra E

---

19. (FCC – TRT-15 – ANALISTA – 2013)

O Balanced Scorecard - BSC é um modelo de planejamento estratégico que possui, como uma de suas características,

a) aprendizado organizacional: busca o alcance de um novo patamar de conhecimento para a organização por meio de percepção, reflexão, avaliação e compartilhamento de experiências.

b) traduzir a estratégia em guias operacionais: cria-se um referencial para a descrição e implementação das estratégias, denominado mapa estratégico, que possibilita demonstrar as relações de causa e efeito entre as medidas adotadas.

c) geração de valor: alcance de resultados consistentes, assegurando a perenidade da organização pelo aumento de valores tangíveis e intangíveis.

d) orientação por processos e informações: compreensão e segmentação do conjunto das atividades e processos que agreguem valor para as partes interessadas.

e) pensamento sistêmico: entendimento das relações de interdependência entre os diversos componentes de uma organização, bem como entre a organização e o ambiente externo.

Comentários

O BSC tem como um dos seus objetivos o alinhamento da estratégia com a sua execução. Através do mapa estratégico e da construção dos indicadores, existe um "mapa" para que toda a organização atinja os resultados esperados.

Deste modo, estamos criando uma relação entre o trabalho operacional e os objetivos estratégicos, com uma relação de causa e efeito.

Gabarito: letra B

---

20. (FCC – TJ-PE – ANALISTA – 2012)

A estratégia da empresa é refletida em quatro diferentes perspectivas do Balanced Scorecard. NÃO se trata de uma perspectiva do BSC:

a) Financeira.

b) Cliente.

c) Colaboradores.

d) Processos internos.

e) Aprendizagem e renovação.

Comentários

No BSC existem quatro perspectivas originais: financeira, clientes, processos internos e aprendizado e conhecimento. A banca inseriu nas alternativas uma perspectiva que não existe: a dos colaboradores.

Gabarito: letra C

---

21. (FCC – TJ-PE – ANALISTA – 2012)

As ferramentas para traduzir as declarações estratégicas genéricas em hipóteses, objetivos, indicadores e metas específicas são fornecidas pelo Balanced Scorecard (BSC) que, nessa perspectiva conceitual,

a) narra a história da estratégia.

b) cria a consciência estratégica nos colaboradores.

c) explica o destino estratégico da organização.

d) estimula o diálogo na organização.

e) coloca a visão em movimento.

Comentários

Essa questão é muito polêmica. O BSC não "narra a história" da estratégia, mas sim traduz essa estratégia em um mapa estratégico. Já a letra B deveria ter sido considerada correta: o BSC ajuda sim a criar uma consciência estratégica nos membros da organização. Entretanto, a banca considerou essa frase como errada.

A letra C está mesmo errada, pois o BSC não "explica" nenhum destino estratégico. A letra D está incorreta, pois o objetivo do BSC não é o de estimular diálogos nas instituições.

Finalmente, a banca considerou letra E como correta. Obviamente, o BSC busca alinhar a missão e a visão da organização em objetivos balanceados. Poderíamos considerar sim a frase como correta, mas de qualquer forma a questão teria duas alternativas corretas e deveria ter sido anulada. Infelizmente, a banca acabou considerando mesmo a letra E como o gabarito.

Gabarito: letra E

---

22. (FCC – TRT 23°/MT – ANALISTA – 2011)

A definição da visão da organização no planejamento estratégico

(A) é um instrumento da reengenharia organizacional.

(B) só vale para o curto prazo da organização.

(C) configura uma etapa desvinculada da definição da missão da organização.

(D) implica necessariamente uma crítica da situação atual da organização.

(E) representa aquilo que a organização quer ser num futuro previsível.

Comentários

Questão muito tranquila, não é mesmo? A letra A está errada, pois a visão não é relacionada diretamente com a Reengenharia (mudança drástica dos processos organizacionais).

No caso da letra B, a visão é um instrumento do planejamento estratégico. Portanto, o foco é o longo prazo e não o curto. A letra C também está errada, pois a determinação da visão é sim vinculada ao estabelecimento da missão da instituição.

A letra D está incorreta porque a visão organizacional não é, necessariamente, uma crítica à situação atual. Finalmente, a letra E está perfeita e é o nosso gabarito.

Gabarito: letra E

---

23. (FCC – TRT 23°/MT – ANALISTA – 2011)

Na aplicação do método do Balanced Scorecard ao planejamento estratégico do Poder Judiciário é essencial

(A) estabelecer procedimentos que não precisam seguir a legislação.

(B) definir limites de gastos com as reformas previstas nos planejamentos estratégicos setoriais.

(C) identificar os processos internos críticos para a realização das necessidades dos cidadãos que acessam a Justiça.

(D) definir a missão da Justiça com base na perspectiva do conjunto dos funcionários.

(E) subordinar o acesso aos serviços judiciários ao cálculo de custo unitário dos procedimentos.

Comentários

Dentre as perspectivas do Balanced Scorecard, temos a dos processos internos. Desta forma, devemos identificas os processos críticos que a empresa deve focar para ter sucesso.

O mapeamento desses processos que causam o maior impacto na satisfação dos consumidores e na obtenção dos objetivos financeiros da organização é um fundamental para que possamos melhorá-los.

Gabarito: letra C

---

24. (FCC – TRT 24°/MS – TEC ADM – 2011)

O nível de planejamento que tem como objetivo otimizar determinada área, e não a organização como um todo, é o

(A) departamental.

(B) tático.

(C) setorial.

(D) operacional.

(E) estratégico.

Comentários

Como vimos acima, existem três níveis no planejamento: estratégico, tático e operacional. Estamos nos referindo ao nível estratégico quando pensamos na organização como um todo.

Do mesmo modo, estamos no nível tático quando estamos pensando um setor ou unidade. Assim sendo, estamos lidando com o planejamento operacional quando focamos em uma tarefa em específico.

Neste caso, a questão pediu o planejamento que tem como objetivo aperfeiçoar uma área. Portanto, refere-se ao planejamento tático, não é mesmo?

Gabarito: letra B

---

25. (FCC – TRT 24°/MS – TEC ADM – 2011)

Sobre o Planejamento Estratégico, analise:

I. É o mesmo que planejamento, mas com ênfase no aspecto de longo prazo dos objetivos.

II. É o mesmo que planejamento, porém com ênfase no aspecto de curto prazo dos objetivos.

III. É o mesmo que planejamento, mas com ênfase na análise global do cenário.

Está correto o que consta APENAS em

(A) III.

(B) II e III.

(C) II.

(D) I e III.

(E) I e II.

Comentários

A primeira frase está correta, pois o planejamento estratégico realmente está focado nos objetivos de longo prazo. Já a segunda frase está errada, pois o planejamento estratégico não está voltado para os objetivos de curto prazo (seria o nível operacional).

Entretanto, a terceira frase também está correta. O planejamento estratégico realmente deve analisar o cenário global da empresa (economia, governos, consumidores, fornecedores, etc.).

Gabarito: letra D

---

26. (FCC – ALESP/SP – GESTÃO PROJETOS – 2010)

Com referência ao nível funcional, o planejamento estratégico tem como objetivo

(A) determinar a missão da empresa, em termos de segmento de mercado.

(B) definir as unidades de negócios geridas como centros de lucro.

(C) alocar os recursos segundo a lucratividade das unidades de negócio.

(D) alinhar as ações setoriais com as estratégias de negócios e a missão da organização.

(E) influir na tomada de decisões de longo prazo que a empresa deva tomar.

Comentários

Nesta questão, a banca fala de nível funcional. Este nível é o tático, ou seja, o desdobramento do plano estratégico para o nível tático. Desta forma, se você analisar a alternativa D, verá que ela se relaciona com as ações a nível tático que devem ser feitas para que o planejamento estratégico aconteça.

Entretanto, todas as outras alternativas tocam em aspectos ou decisões do nível estratégico, estando desta forma incorretas.

Gabarito: letra D

---

27. (FCC – ALESP/SP – GESTÃO PROJETOS – 2010)

Com referência ao nível funcional, o planejamento estratégico tem como objetivo

(A) determinar a missão da empresa, em termos de segmento de mercado.

(B) definir as unidades de negócios geridas como centros de lucro.

(C) alocar os recursos segundo a lucratividade das unidades de negócio.

(D) alinhar as ações setoriais com as estratégias de negócios e a missão da organização.

(E) influir na tomada de decisões de longo prazo que a empresa deva tomar.

Comentários

Nesta questão, a banca fala de nível funcional. Este nível é o tático, ou seja, o desdobramento do plano estratégico para o nível tático. Desta forma, se você analisar a alternativa D, verá que ela se relaciona com as ações a nível tático que devem ser feitas para que o planejamento estratégico aconteça.

Entretanto, todas as outras alternativas tocam em aspectos ou decisões do nível estratégico, estando desta forma incorretas.

Gabarito: letra D

---

28. (FCC – TRT/PR – ANALISTA ADM – 2010)

A análise estratégica da organização envolve

I. a análise do ambiente externo, que amplia a sensibilidade do conjunto de pessoas, tornando-as aptas a implementar estratégias antecipatórias alinhadas com as principais tendências e demandas.

II. a análise do ambiente externo, que possibilita a alavancagem e oportunidades, pontos fortes e fracos e a prevenção contra as ameaças emergentes.

III. a análise do ambiente interno, baseado na avaliação do desempenho da organização frente à sua missão e objetivos, forças e fraquezas, políticas governamentais e concorrência.

IV. a análise das características internas da organização, identificando e hierarquizando os seus pontos fortes e fracos.

V. a análise do ambiente interno segundo uma avaliação de caráter organizacional, baseando-se nos conceitos de desempenho da instituição em relação ao cumprimento da missão, efetividade, eficácia, eficiência e humanização.

É correto o que consta APENAS em

(A) II e V.

(B) I, II e III.

(C) III, IV e V.

(D) III e IV.

(E) I, IV e V.

Comentários

Na questão acima, a frase II está errada, pois a análise dos pontos fortes e fracos se relaciona com a análise interna, e não a externa, ok?

Já na frase seguinte, a política governamental e a concorrência estão ligadas à análise externa. Portanto, estas duas frases estão incorretas. As outras estão OK!

Gabarito: letra E

---

29. (FCC – ALESP/SP – GESTÃO PROJETOS – 2010)

Empresas inovadoras utilizam o Balanced Scorecard como

(A) um sistema de indicadores do próprio desempenho financeiro.

(B) um processo contínuo de medição de produtos, serviços ou processos com relação aos concorrentes mais fortes ou líderes do setor.

(C) um recurso de TI especializado em planejamento estratégico situacional.

(D) um método de implementação de estratégia de redução dos níveis hierárquicos.

(E) a estrutura organizacional básica dos seus processos gerenciais.

Comentários

A primeira alternativa está errada, pois como vimos o BSC não tem somente a perspectiva financeira. A letra B está mais relacionada com o processo de Benchmarking do que o Balanced Scorecard. Desta forma, está incorreta.

A letra C é absurda, pois o BSC não é um recurso de TI. Em relação à alternativa D, o BSC não é relacionado com a redução de níveis hierárquicos. Portanto, a letra D está incorreta. Nosso gabarito é a letra E, que está perfeita.

Gabarito: letra E

---

30. (FCC – TRE/RS – ANAL. ADM. – 2010)

O BSC – Balanced Scorecard

I – Esclarece e traduz a visão e a estratégia da organização a médio e longo prazos

II – Utiliza-se para associar os objetivos estratégicos com as metas de curto prazo e orçamentos anuais.

III – Em seu processo de construção, esclarece os objetivos estratégicos e identifica um pequeno número de vetores críticos que determinam os objetivos estratégicos.

IV – Na perspectiva dos processos internos, permite que os executivos identifiquem os processos internos críticos nos quais a empresa deve alcançar a excelência.

V – Na perspectiva do cliente, permite que os executivos identifiquem os segmentos de clientes e mercados nos quais a unidade de negócios competirá e suas medidas de desempenho.

É correto o que consta SOMENTE em

A) III, IV E V

B) I, II E III

C) II E IV

D) I E III

E) II, IV E V

Comentários

A primeira frase está incorreta, pois a estratégia se refere aos objetivos de longo prazo. Da mesma forma, a segunda afirmativa está incorreta, pois trocou o longo prazo por curto prazo. Todas as outras afirmativas estão corretas.

Esta questão infelizmente reflete a "fama" da FCC, pois não mede conhecimento, mas a memória (decoreba, para os íntimos!).

Gabarito: letra A

---

31. (FCC – SEFAZ/SP – FISCAL DE RENDAS – 2009)

Com relação ao método do Balanced Scorecard, considere:

I. Foi desenvolvido a partir da constatação de que os métodos tradicionais de acompanhamento do desempenho das organizações não eram suficientes para atender ao grau de complexidade e ao dinamismo do ambiente empresarial contemporâneo.

II. Os vetores considerados na avaliação de desempenho do Balanced Scorecard são o financeiro, os clientes, os processos internos e o aprendizado e crescimento.

III. Inicia-se com a definição da visão e da missão atribuídas à organização, analisando, prioritariamente, os ambientes externo e interno, é seguida pela formulação de metas, depois, pelos objetivos e as estratégias e, finalmente, pela implementação.

IV. Os níveis a partir dos quais se estrutura um Balanced Scorecard são o explicativo, o normativo, o estratégico e o tático-operacional.

V. Foi utilizado inicialmente como um modelo de avaliação e performance empresarial, porém, a aplicação em empresas proporcionou seu desenvolvimento para uma metodologia de gestão estratégica.

Está correto o que se afirma APENAS em

(A) I, II e V.

(B) I, II, III e IV.

(C) I, III e V.

(D) II e III.

(E) II e IV.

Comentários

A primeira e a segunda frase estão perfeitas. Já a terceira frase está errada, pois se relaciona com as fases do planejamento estratégico, e não do BSC.

A quarta afirmativa também está incorreta, pois os níveis do Balanced Scorecard são os do planejamento: estratégico, tático e operacional. Entretanto, a quinta frase está correta.

Gabarito: letra A

---

32. (FCC – MP/SE – ADMINISTRADOR – 2009)

O elemento organizacional que serve para clarificar e comunicar os objetivos e os valores básicos e orientar as atividades da organização é denominado

(A) política operacional.

(B) visão.

(C) estratégia.

(D) indicador.

(E) missão.

Comentários

Como vimos acima, o elemento do planejamento estratégico que serve para clarificar e orientar às atividades de uma organização é a missão. A política operacional não se refere a isso, e sim as atividades e operações da organização. A visão é um estado futuro desejado.

A estratégia é o "como", ou seja, qual será a maneira da empresa atingir seus objetivos. Já os indicadores servem como ferramentas de controle dos resultados e esforços empenhados.

Gabarito: letra E

---

33. (FCC – METRÔ – ADMINISTRAÇÃO – 2008)

O diagnóstico estratégico da organização apresenta componentes que consideram o ambiente e suas variáveis relevantes no qual está inserida. As oportunidades de negócios compõem esse ambiente estratégico e constitui a variável

(A) externa e não controlável.

(B) interna e não controlável.

(C) interna e controlável.

(D) externa e controlável.

(E) interna híbrida.

Comentários

O diagnóstico estratégico está relacionado com a análise interna e externa. A primeira pergunta que você se deve fazer é: uma oportunidade de negócio é um fator interno ou externo?

Bom, fatores internos devem estar relacionados a empregados, máquinas, estrutura física, etc. Neste caso (oportunidades de negócios), temos um fator externo, não é mesmo?

Assim sendo, já eliminamos as alternativas B, C e E. Agora só falta sabermos se um fator externo é ou não controlável.

As bancas de concurso têm aceitado a ideia de que os fatores externos não são controláveis, ou seja, que só podemos nos adaptar a eles e não os alterar.

Gabarito: letra A

---

34. (FCC – TRF 5° Região – ANAL ADM. – 2008)

No planejamento estratégico, a análise externa tem por finalidade estudar a relação existente entre a empresa e seu ambiente em termos de

(A) oportunidades e ameaças.

(B) pontos fortes e pontos fracos.

(C) oportunidades e pontos fortes.

(D) ameaças e pontos fortes.

(E) pontos fracos e oportunidades.

Comentários

Vejam como estas questões da FCC são tranquilas. Para você acertar esta questão, basta saber quais são os fatores importantes na análise externa: as oportunidades e as ameaças.

Pontos fortes e fracos relacionam-se com a análise interna.

Gabarito: letra A

LISTA DE QUESTÕES TRABALHADAS NA AULA

1. (FCC – TRT-PE – ANALISTA – 2018)

Considere que determinada sociedade de economia mista esteja na fase inicial de implementação de seu planejamento estratégico, mais precisamente na definição da "missão" da entidade, o que significa, de acordo com a conceituação apresentada pela literatura,

(A) os futuros potenciais da entidade, com análise de variáveis internas e externas que impactam sua atuação.

(B) o projeto de futuro da entidade, ou seja, quais os objetivos estratégicos a serem perseguidos.

(C) a expressão da essência da entidade, de seus propósitos, ou, mais precisamente, da sua própria razão de existir.

(D) os princípios, crenças e padrões que orientam a atuação da entidade e o comportamento de seus colaboradores.

(E) as forças e fraquezas da organização, bem como os desafios e oportunidades identificados.

2. (FCC – DPE-AM – ANALISTA – 2018)

Planejamento estratégico consiste em uma das atividades de maior relevância no âmbito das organizações contemporâneas e, conforme apontado pela literatura,

(A) considera não só os aspectos internos da organização, mas também o ambiente externo no qual está inserida, exigindo uma visão global e sistêmica.

(B) corresponde à determinação de cursos de ação e engloba decisões com base em objetivos estritamente financeiros, baseadas em estimativa de mercado.

(C) diz respeito a decisões a serem tomadas no futuro, sendo, portanto, uma atividade reativa e prospectiva.

(D) equivale ao planejamento operacional das metas de médio prazo e dos meios disponíveis para alcançá-las.

(E) estabelece apenas indicadores para um horizonte mais próximo e de caráter mensurável no curto prazo.

3. (FCC - DPE-AM - ASSISTENTE – 2018)

Balance Scorecard – BSC é uma das metodologias mais difundidas para implementação de planejamento estratégico no âmbito das organizações públicas e privadas e, na etapa correspondente à análise interna, busca identificar

a) os desafios e oportunidades existentes.

b) as forças e fraquezas da organização.

c) a missão, correspondente aos valores da organização.

d) a visão da organização, que se contrapõe ao cenário externo.

e) as metas estratégicas, fixando os indicadores correspondentes.

4. (FCC – PREF. TERESINA – TÉCNICO – 2016)

O diagnóstico estratégico pode ser considerado a primeira etapa do Planejamento Estratégico da organização, sendo a análise SWOT uma das ferramentas mais utilizadas. De acordo com a SWOT, NÃO é considerada variável analítica controlável pela organização:

(A) Recursos humanos.

(B) Comercialização.

(C) Imagem institucional.

(D) Densidade demográfica.

(E) Novos produtos e serviços.

5. (FCC – TRT-23 – ANALISTA – 2016)

Sobre planejamento, considere:

I. O planejamento não elimina a incerteza. Ele sugere, sim, formas para uma organização se preparar para responder a possibilidades.

II. Recusar-se a preparar ou adiar a preparação de planos não adia o futuro ou minimiza o seu impacto. Tal comportamento tampouco prejudica a habilidade de responder efetivamente.

III. O planejamento deve ser visto somente como planejamento contingencial para as piores situações possíveis.

IV. O planejamento proativo dá à biblioteca uma medida de controle sobre o futuro.

Está correto o que consta APENAS em

(A) I, III e IV.

(B) I, II e III.

(C) I e IV.

(D) III.

(E) III e IV.

6. (FCC – TRF-3º REGIÃO – ANALISTA – 2016)

O planejamento

I. eficaz depende da qualidade e quantidade de dados disponíveis e confiáveis.

II. operacional decide “o que fazer” e “como fazer”.

III. é um acontecimento.

IV. é o sinônimo da improvisação.

Está correto o que consta APENAS em

(A) I e II.

(B) I e III.

(C) II e IV.

(D) II e III.

(E) III e IV.

7. (FCC – PREF. TERESINA – TÉCNICO – 2016)

A respeito do Planejamento Estratégico Situacional – PES,

(A) constitui uma atividade que se encerra em determinado momento, a partir do qual se inicia sua implementação.

(B) aplicado à gestão pública, o PES considera que a arte de governar está associada ao princípio da governança, mas não da governabilidade.

(C) o modelo adota o conceito de “etapas”, em substituição ao conceito de “momento”.

(D) considera que o planejamento deve incluir uma avaliação do poder dos diversos atores sociais que interagem simultaneamente.

(E) essa abordagem tem como máxima a ideia de que “o plano sempre se completa antes da ação”.

8. (FCC – ELETROBRÁS – ADMINISTRAÇÃO – 2016)

Suponha que determinada organização esteja iniciando um processo articulado de definição de objetivos e escolha de meios para atingi-los, nos moldes tradicionais de planejamento estratégico. Nesse diapasão, com base nas metodologias disponíveis e nos conceitos consolidados na literatura especializada, uma etapa a ser percorrida consiste em

(A) definir a visão, que expressa a própria razão de ser da organização, ou seja, sua essência.

(B) estabelecer a missão da organização, o que corresponde ao consenso sobre os objetivos a serem atingidos.

(C) criar cenários a serem perseguidos pela organização, representados por indicadores e metas.

(D) realizar uma análise do ambiente externo da organização, identificando ameaças e oportunidades.

(E) efetuar o diagnóstico institucional, que é restrito à identificação dos pontos fortes e fracos da organização.

9. (FCC – TRF-3º REGIÃO – ANALISTA – 2016)

O Balanced Scorecard – BSC corresponde a um modelo de gestão estratégica que alinha missão, visão e estratégia da organização a um conjunto de indicadores

(A) classificados como forças, fraquezas, ameaças e desafios.

(B) divididos entre individuais e corporativos.

(C) que levam em conta, entre outras, a perspectiva dos clientes.

(D) entre os quais predominam os de natureza procedimental.

(E) dos quais se excluem os de natureza estritamente financeira.

10. (FCC – TRT-23 – ANALISTA – 2016)

Considere que no curso do processo de elaboração de seu planejamento estratégico, determinada organização tenha definido a forma como pretende ser reconhecida por seus clientes, colaboradores e pela própria sociedade. Tal definição corresponde

a) ao diagnóstico institucional da organização.

b) à Missão da organização.

c) aos valores perseguidos pela organização.

d) aos cenários para o futuro da organização.

e) à Visão da organização.

11. (FCC – DPE-RR – ADMINISTRADOR – 2015)

O planejamento de curto prazo com tarefas e atividades específicas refere-se ao

a) planejamento estratégico.

b) planejamento setorial.

c) mapa estratégico.

d) planejamento operacional.

e) planejamento global.

12. (FCC – TRE-SE – ANALISTA – 2015)

Uma Secretaria Estadual de Saúde elaborou um plano, que definiu as forças e fraquezas da política estadual de saúde. Essa metodologia de planejamento refere-se a:

a) Planejamento tático.

b) Planejamento setorial.

c) Balanced Scorecard.

d) Análise SWOT.

e) Mapa estratégico.

13. (FCC – DPE-SP – ADMINISTRADOR – 2015)

Na elaboração de seu planejamento estratégico, uma organização pública analisou as seguintes perspectivas:

1. Financeira;

2. Clientes;

3. Processos internos;

4. Aprendizado e crescimento.

Essas perspectivas fazem parte do tipo de planejamento denominado:

a) Análise SWOT.

b) Ciclo PDCA.

c) Balanced Scorecard.

d) Administração por Objetivos.

e) Planejamento Tático.

14. (FCC – DPE-RR – ADMINISTRADOR – 2015)

Uma Secretaria Municipal de Fazenda elabora o seu planejamento estratégico e define a existência de servidores próprios, concursados e capacitados como sua força. Esse tipo de planejamento estratégico refere-se

a) à avaliação 360°.

b) à análise SWOT.

c) ao quadro lógico.

d) ao planejamento tático.

e) ao planejamento operacional.

15. (FCC – TRE-AP – ANALISTA – 2015)

As características do planejamento tático são: indica a participação de cada unidade no planejamento global, seu horizonte temporal é de médio prazo, e é definido por

a) cada funcionário da empresa como contribuição ao planejamento operacional.

b) equipes multidisciplinares que se apoiam em pesquisas de mercado.

c) meio de indicadores de mercado, envolvendo clientes e concorrência.

d) cada unidade organizacional como contribuição ao planejamento estratégico.

e) todos os funcionários da empresa, indicando como cada tarefa deve ser feita.

16. (FCC – TRT-4° REGIÃO – TÉCNICO – 2015)

O planejamento estratégico é uma metodologia de planejamento gerencial de longo prazo, cuja principal funcionalidade é estabelecer a direção a ser seguida pela organização e contempla

a) o estabelecimento dos cenários, definidos pela realidade existente na organização.

b) o estabelecimento da visão de futuro da organização, que traduz a razão de ser da entidade.

c) a definição da missão da organização, que exerce a função orientadora da ação organizacional no longo prazo.

d) o diagnóstico institucional, consistente na análise interna, que identifica as ameaças e oportunidades da organização.

e) a fixação dos valores da organização, que devem ser passíveis de mensuração objetiva.

17. (FCC – TRT-19 – ANALISTA – 2014)

Um dos modelos de gestão idealizado, tendo como mentores Robert Kaplan e David Norton, foi o Balanced Scorecard - BSC, que

a) constitui uma metodologia para formulação da missão, visão e estratégias da organização e a sua mensuração atrelada a indicadores de desempenho.

b) é um mecanismo para implementação da estratégia, não para sua formulação, que leva em conta um conjunto equilibrado de indicadores financeiros e não financeiros.

c) prioriza o equilíbrio organizacional a partir de duas perspectivas, a dos clientes e a dos processos internos, que, juntas, se consubstanciam em uma nova ótica da perspectiva financeira.

d) foi aprimorado e adaptado à Administração pública a partir da inserção da metodologia denominada Matriz SWOT e do conceito de cliente-cidadão.

e) contempla, entre seus princípios, converter a estratégia em processos segmentados, tratando, separadamente, as estratégias de longo e de curto prazo, estas identificadas com os denominados “pacotes de trabalho”.

18. (FCC – TRT-15 – ANALISTA – 2013)

Segundo os idealizadores do Balanced Scorecard - BSC, Norton e Kaplan, as empresas têm utilizado essa metodologia para "alinhar os objetivos individuais e da unidade com a estratégia adotada pela empresa; vincular os objetivos estratégicos com as metas de longo prazo e com os orçamentos anuais; e revisar periodicamente a estratégia, focando o aprendizado e a melhoria desta". O BSC prioriza o equilíbrio organizacional a partir de quatro perspectivas, entre as quais NÃO se insere a perspectiva

a) dos clientes: analisa como a organização é vista pelo cliente e como ela pode atendê-lo da melhor maneira possível.

b) dos processos internos: refere-se aos processos de negócios em que a organização precisa ter excelência.

c) do aprendizado e crescimento: analisa a capacidade da organização para melhorar continuamente e se preparar para obter sucesso no futuro.

d) financeira: as medidas financeiras demonstram as consequências econômicas das ações consumadas.

e) da mudança: corresponde ao mapa estratégico do BSC, decorrente do feedback institucional recebido.

19. (FCC – TRT-15 – ANALISTA – 2013)

O Balanced Scorecard - BSC é um modelo de planejamento estratégico que possui, como uma de suas características,

a) aprendizado organizacional: busca o alcance de um novo patamar de conhecimento para a organização por meio de percepção, reflexão, avaliação e compartilhamento de experiências.

b) traduzir a estratégia em guias operacionais: cria-se um referencial para a descrição e implementação das estratégias, denominado mapa estratégico, que possibilita demonstrar as relações de causa e efeito entre as medidas adotadas.

c) geração de valor: alcance de resultados consistentes, assegurando a perenidade da organização pelo aumento de valores tangíveis e intangíveis.

d) orientação por processos e informações: compreensão e segmentação do conjunto das atividades e processos que agreguem valor para as partes interessadas.

e) pensamento sistêmico: entendimento das relações de interdependência entre os diversos componentes de uma organização, bem como entre a organização e o ambiente externo.

20. (FCC – TJ-PE – ANALISTA – 2012)

A estratégia da empresa é refletida em quatro diferentes perspectivas do Balanced Scorecard. NÃO se trata de uma perspectiva do BSC:

a) Financeira.

b) Cliente.

c) Colaboradores.

d) Processos internos.

e) Aprendizagem e renovação.

21. (FCC – TJ-PE – ANALISTA – 2012)

As ferramentas para traduzir as declarações estratégicas genéricas em hipóteses, objetivos, indicadores e metas específicas são fornecidas pelo Balanced Scorecard (BSC) que, nessa perspectiva conceitual,

a) narra a história da estratégia.

b) cria a consciência estratégica nos colaboradores.

c) explica o destino estratégico da organização.

d) estimula o diálogo na organização.

e) coloca a visão em movimento.

22. (FCC – TRT 23°/MT – ANALISTA – 2011)

A definição da visão da organização no planejamento estratégico

(A) é um instrumento da reengenharia organizacional.

(B) só vale para o curto prazo da organização.

(C) configura uma etapa desvinculada da definição da missão da organização.

(D) implica necessariamente uma crítica da situação atual da organização.

(E) representa aquilo que a organização quer ser num futuro previsível.

23. (FCC – TRT 23°/MT – ANALISTA – 2011)

Na aplicação do método do Balanced Scorecard ao planejamento estratégico do Poder Judiciário é essencial

(A) estabelecer procedimentos que não precisam seguir a legislação.

(B) definir limites de gastos com as reformas previstas nos planejamentos estratégicos setoriais.

(C) identificar os processos internos críticos para a realização das necessidades dos cidadãos que acessam a Justiça.

(D) definir a missão da Justiça com base na perspectiva do conjunto dos funcionários.

(E) subordinar o acesso aos serviços judiciários ao cálculo de custo unitário dos procedimentos.

24. (FCC – TRT 24°/MS – TEC ADM – 2011)

O nível de planejamento que tem como objetivo otimizar determinada área, e não a organização como um todo, é o

(A) departamental.

(B) tático.

(C) setorial.

(D) operacional.

(E) estratégico.

25. (FCC – TRT 24°/MS – TEC ADM – 2011)

Sobre o Planejamento Estratégico, analise:

I. É o mesmo que planejamento, mas com ênfase no aspecto de longo prazo dos objetivos.

II. É o mesmo que planejamento, porém com ênfase no aspecto de curto prazo dos objetivos.

III. É o mesmo que planejamento, mas com ênfase na análise global do cenário.

Está correto o que consta APENAS em

(A) III.

(B) II e III.

(C) II.

(D) I e III.

(E) I e II.

26. (FCC – ALESP/SP – GESTÃO PROJETOS – 2010)

Com referência ao nível funcional, o planejamento estratégico tem como objetivo

(A) determinar a missão da empresa, em termos de segmento de mercado.

(B) definir as unidades de negócios geridas como centros de lucro.

(C) alocar os recursos segundo a lucratividade das unidades de negócio.

(D) alinhar as ações setoriais com as estratégias de negócios e a missão da organização.

(E) influir na tomada de decisões de longo prazo que a empresa deva tomar.

27. (FCC – ALESP/SP – GESTÃO PROJETOS – 2010)

Com referência ao nível funcional, o planejamento estratégico tem como objetivo

(A) determinar a missão da empresa, em termos de segmento de mercado.

(B) definir as unidades de negócios geridas como centros de lucro.

(C) alocar os recursos segundo a lucratividade das unidades de negócio.

(D) alinhar as ações setoriais com as estratégias de negócios e a missão da organização.

(E) influir na tomada de decisões de longo prazo que a empresa deva tomar.

28. (FCC – TRT/PR – ANALISTA ADM – 2010)

A análise estratégica da organização envolve

I. a análise do ambiente externo, que amplia a sensibilidade do conjunto de pessoas, tornando-as aptas a implementar estratégias antecipatórias alinhadas com as principais tendências e demandas.

II. a análise do ambiente externo, que possibilita a alavancagem e oportunidades, pontos fortes e fracos e a prevenção contra as ameaças emergentes.

III. a análise do ambiente interno, baseado na avaliação do desempenho da organização frente à sua missão e objetivos, forças e fraquezas, políticas governamentais e concorrência.

IV. a análise das características internas da organização, identificando e hierarquizando os seus pontos fortes e fracos.

V. a análise do ambiente interno segundo uma avaliação de caráter organizacional, baseando-se nos conceitos de desempenho da instituição em relação ao cumprimento da missão, efetividade, eficácia, eficiência e humanização.

É correto o que consta APENAS em

(A) II e V.

(B) I, II e III.

(C) III, IV e V.

(D) III e IV.

(E) I, IV e V.

29. (FCC – ALESP/SP – GESTÃO PROJETOS – 2010)

Empresas inovadoras utilizam o Balanced Scorecard como

(A) um sistema de indicadores do próprio desempenho financeiro.

(B) um processo contínuo de medição de produtos, serviços ou processos com relação aos concorrentes mais fortes ou líderes do setor.

(C) um recurso de TI especializado em planejamento estratégico situacional.

(D) um método de implementação de estratégia de redução dos níveis hierárquicos.

(E) a estrutura organizacional básica dos seus processos gerenciais.

30. (FCC – TRE/RS – ANAL. ADM. – 2010)

O BSC – Balanced Scorecard

I – Esclarece e traduz a visão e a estratégia da organização a médio e longo prazos

II – Utiliza-se para associar os objetivos estratégicos com as metas de curto prazo e orçamentos anuais.

III – Em seu processo de construção, esclarece os objetivos estratégicos e identifica um pequeno número de vetores críticos que determinam os objetivos estratégicos.

IV – Na perspectiva dos processos internos, permite que os executivos identifiquem os processos internos críticos nos quais a empresa deve alcançar a excelência.

V – Na perspectiva do cliente, permite que os executivos identifiquem os segmentos de clientes e mercados nos quais a unidade de negócios competirá e suas medidas de desempenho.

É correto o que consta SOMENTE em

A) III, IV E V

B) I, II E III

C) II E IV

D) I E III

E) II, IV E V

31. (FCC – SEFAZ/SP – FISCAL DE RENDAS – 2009)

Com relação ao método do Balanced Scorecard, considere:

I. Foi desenvolvido a partir da constatação de que os métodos tradicionais de acompanhamento do desempenho das organizações não eram suficientes para atender ao grau de complexidade e ao dinamismo do ambiente empresarial contemporâneo.

II. Os vetores considerados na avaliação de desempenho do Balanced Scorecard são o financeiro, os clientes, os processos internos e o aprendizado e crescimento.

III. Inicia-se com a definição da visão e da missão atribuídas à organização, analisando, prioritariamente, os ambientes externo e interno, é seguida pela formulação de metas, depois, pelos objetivos e as estratégias e, finalmente, pela implementação.

IV. Os níveis a partir dos quais se estrutura um Balanced Scorecard são o explicativo, o normativo, o estratégico e o tático-operacional.

V. Foi utilizado inicialmente como um modelo de avaliação e performance empresarial, porém, a aplicação em empresas proporcionou seu desenvolvimento para uma metodologia de gestão estratégica.

Está correto o que se afirma APENAS em

(A) I, II e V.

(B) I, II, III e IV.

(C) I, III e V.

(D) II e III.

(E) II e IV.

32. (FCC – MP/SE – ADMINISTRADOR – 2009)

O elemento organizacional que serve para clarificar e comunicar os objetivos e os valores básicos e orientar as atividades da organização é denominado

(A) política operacional.

(B) visão.

(C) estratégia.

(D) indicador.

(E) missão.

33. (FCC – METRÔ – ADMINISTRAÇÃO – 2008)

O diagnóstico estratégico da organização apresenta componentes que consideram o ambiente e suas variáveis relevantes no qual está inserida. As oportunidades de negócios compõem esse ambiente estratégico e constitui a variável

(A) externa e não controlável.

(B) interna e não controlável.

(C) interna e controlável.

(D) externa e controlável.

(E) interna híbrida.

34. (FCC – TRF 5° Região – ANAL ADM. – 2008)

No planejamento estratégico, a análise externa tem por finalidade estudar a relação existente entre a empresa e seu ambiente em termos de

(A) oportunidades e ameaças.

(B) pontos fortes e pontos fracos.

(C) oportunidades e pontos fortes.

(D) ameaças e pontos fortes.

(E) pontos fracos e oportunidades.

GABARITO

1. C
2. A
3. B
4. D
5. C
6. A
7. D
8. D
9. C
10. E
11. D
12. D
13. C
14. B
15. D
16. C
17. B
18. E
19. B
20. C
21. E
22. E
23. C
24. B
25. D
26. D
27. D
28. E
29. E
30. A
31. A
32. E
33. A
34. A

BIBLIOGRAFIA

Barbosa, E. R., & Brondani, G. (Dez-Fev de 2004). Planejamento Estratégico Organizacional. *Revista Eletrônica de Contabilidade - UFSM, V.1*(2).

Chiavenato, I. (2008). *Administração Geral e Pública* (2° ed.). São Paulo: Elsevier.

Chiavenato, I. (2010). *Administração nos novos tempos* (2° ed.). Rio de Janeiro: Elsevier.

Daft, R. L. (2005). *Management.* Mason: Thomson.

Giacomoni, J., & Pagnussat, J. (2006). *Planejamento e Orçamento Governamental - coletânea.* Brasília: Enap.

Herrero, E. (2005). *Balanced scorecard e a gestão estratégica: uma abordagem prática.* Rio de Janeiro: Elsevier.

Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). *The balanced scorecard: translating strategy into action* (1° ed.). Boston: Harvard Business School Press.

Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (Sep-Oct de 2000). Having trouble with your strategy? Than map it. *Harvard Business Review*.

Kato, J. (Jul-dez de 2007). Um modelo para a construção de cenários aplicado à Indústria de Transportes Rodoviários de Cargas no Brasil. *Revista da FAE*, 179-197.

Lobato, D. M., Filho, J. M., Torres, M. C., & Rodrigues, M. R. (2009). *Estratégia de Empresas.* Rio de Janeiro: FGV.

Matus, C. (2006). O plano como aposta. Em J. Giacomoni, & J. Pagnussat, *Planejamento e Orçamento Governamental - coletânea* (pp. 115-144). Brasília: Enap.

Mintzberg, H., Ahlstrand, B., & Lampel, J. (2005). *Strategy Safari: a guided tour through the wilds of strategic management.* New York: Free Press.

Oliveira, D. d. (2007). *Planejamento Estratégico - conceitos, metodologias e práticas* (24° ed.). São Paulo: Atlas.

Paludo, A. V. (2010). *Administração pública: teoria e questões* (1° ed.). Rio de Janeiro: Elsevier.

Rennó, R. (2013). *Administração Geral para Concursos.* Rio de Janeiro: Campus Elsevier.

Schemerhorn Jr., J. R. (2008). *Management* (9° ed.). Hoboken: Wiley & Sons.

Schwartz, P. (1996). *The Art of the Long View - planning for the future in an uncertain world* (1° ed.). New York: Doubleday.

Sobral, F., & Peci, A. (2008). *Administração: teoria e prática no contexto brasileiro.* São Paulo: Pearson Prentice Hall.

Por hoje é só pessoal! Estarei disponível no e-mail abaixo para qualquer dúvida.

 rodrigorenno99@hotmail.com

 https://www.facebook.com/profrodrigorenno/

 http://twitter.com/rrenno99

 https://www.youtube.com/user/rodrigorenno99/

Bons estudos e sucesso!

Rodrigo Rennó

Conheça meus outros cursos atualmente no site!

Acesse http://estrategiaconcursos.com.br/cursos-professor/2800/rodrigo-renno

ESSA LEI TODO MUNDO CONHECE:
PIRATARIA É CRIME.

Mas é sempre bom revisar o porquê e como você pode ser prejudicado com essa prática.

1. 

Professor investe seu tempo para elaborar os cursos e o site os coloca à venda.

2. 

Pirata divulga ilicitamente (grupos de rateio), utilizando-se do anonimato, nomes falsos ou laranjas (geralmente o pirata se anuncia como formador de "grupos solidários" de rateio que não visam lucro).

3. 

Pirata cria alunos fake praticando falsidade ideológica, comprando cursos do site em nome de pessoas aleatórias (usando nome, CPF, endereço e telefone de terceiros sem autorização).

4. 

Pirata compra, muitas vezes, clonando cartões de crédito (por vezes o sistema anti-fraude não consegue identificar o golpe a tempo).

5. 

Pirata fere os Termos de Uso, adultera as aulas e retira a identificação dos arquivos PDF (justamente porque a atividade é ilegal e ele não quer que seus fakes sejam identificados).

6. 

Pirata revende as aulas protegidas por direitos autorais, praticando concorrência desleal e em flagrante desrespeito à Lei de Direitos Autorais (Lei 9.610/98).

7. 

Concurseiro(a) desinformado participa de rateio, achando que nada disso está acontecendo e esperando se tornar servidor público para exigir o cumprimento das leis.

8. 

O professor que elaborou o curso não ganha nada, o site não recebe nada, e a pessoa que praticou todos os ilícitos anteriores (pirata) fica com o lucro.



Deixando de lado esse mar de sujeira, aproveitamos para agradecer a todos que adquirem os cursos honestamente e permitem que o site continue existindo.