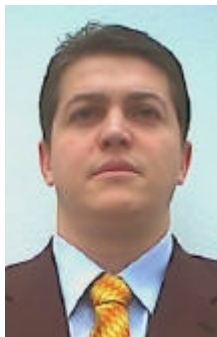


O importante não é apagar incêndios, o importante é planejar

Cristiano Cecatto *



Atualmente, no Brasil, é impressionante o número de empresas que aproveitam algum modismo ou oportunismo de mercado existente. Essas empresas esquecem, não sabem ou simplesmente resolvem não aplicar uma das ferramentas mais importantes em qualquer organização ou empreendimento de sucesso : o planejamento.

A busca desesperadora pelos lucros é tão grande que elas próprias nascem esquecendo ou deixando de lado fatores importantíssimos. Se a empresa está buscando lucros, sobrevivência, retorno sobre investimento, metas de crescimento ou participação de mercado, isso deve estar bem definido em qualquer negócio.

O planejamento estratégico é o processo que realmente mobiliza as pessoas e a empresa para construir e escolher que tipo de futuro deseja. Ele não pode ser ignorado tão facilmente como está acontecendo hoje.

O estabelecimento da visão do negócio ocorrerá quando estratégias não convencionais, desconhecidas e contra intuitivas forem consideradas. Exigindo que sejam levados em consideração quatro componentes fundamentais de uma boa estratégia : clientes, fornecedores, concorrentes e a empresa.

Uma estratégia pró ativa freqüentemente começa com objetivos de negócio e com requisitos de serviço aos clientes. Cada elo da empresa deve ser planejado e balanceado com todos os outros, em um processo integrado de planejamento. O projeto do sistema de gestão e controle deverá completar o ciclo de planejamento da empresa.

Existem vários níveis de planejamentos existentes. Porém, todos devem ser capazes de responder aos questionamentos de : o quê ? quando ? como ? e onde ? seja no nível estratégico, tático ou operacional.

O planejamento estratégico é considerado como sendo o planejamento de longo alcance, no qual o horizonte de tempo é maior do que um ano, sendo muito comum nas empresas brasileiras encontrarmos planejamentos da ordem de cinco anos. Devido ao seu planejamento temporal longo, o planejamento estratégico opera com dados que são freqüentemente incompletos e imprecisos.

O planejamento tático envolve um horizonte de tempo intermediário, geralmente um ano ou menos. E o planejamento operacional é considerado a tomada de decisão de curto prazo, freqüentemente feita em horas, dias ou semanas. Nesse último tipo de planejamento, é comum encontrarmos dados muito acurados e precisos, e seus métodos devem ser capazes de manipular um grande volume de dados.



Portanto, nos próximos anos, as empresas que não forem capazes de ter um planejamento e visão clara de como se diferenciar uma das outras e serem únicas no que fazem, serão facilmente aniquiladas pelos concorrentes.



Podemos concluir que diante de tantas transformações que estão ocorrendo nesses últimos anos, qualquer empresa que deseja ter sucesso nos próximos anos, terá que ajustar seu perfil e não se esquecer : planejar é preciso.

* Cristiano Cecatto – Gerente Executivo e Consultor especialista em logística Inbound/Outbound da QualiLog. 2º Colocado do Prêmio A.B.M.L. - Associação Brasileira de Movimentação e Logística / 2002, na categoria Movimentação e Armazenagem / Case – Roche.
e-mail : cecatto@qualilog.com – Tels. + 55 (11) 3772-3194 / + 55 (11) 3815-6840

