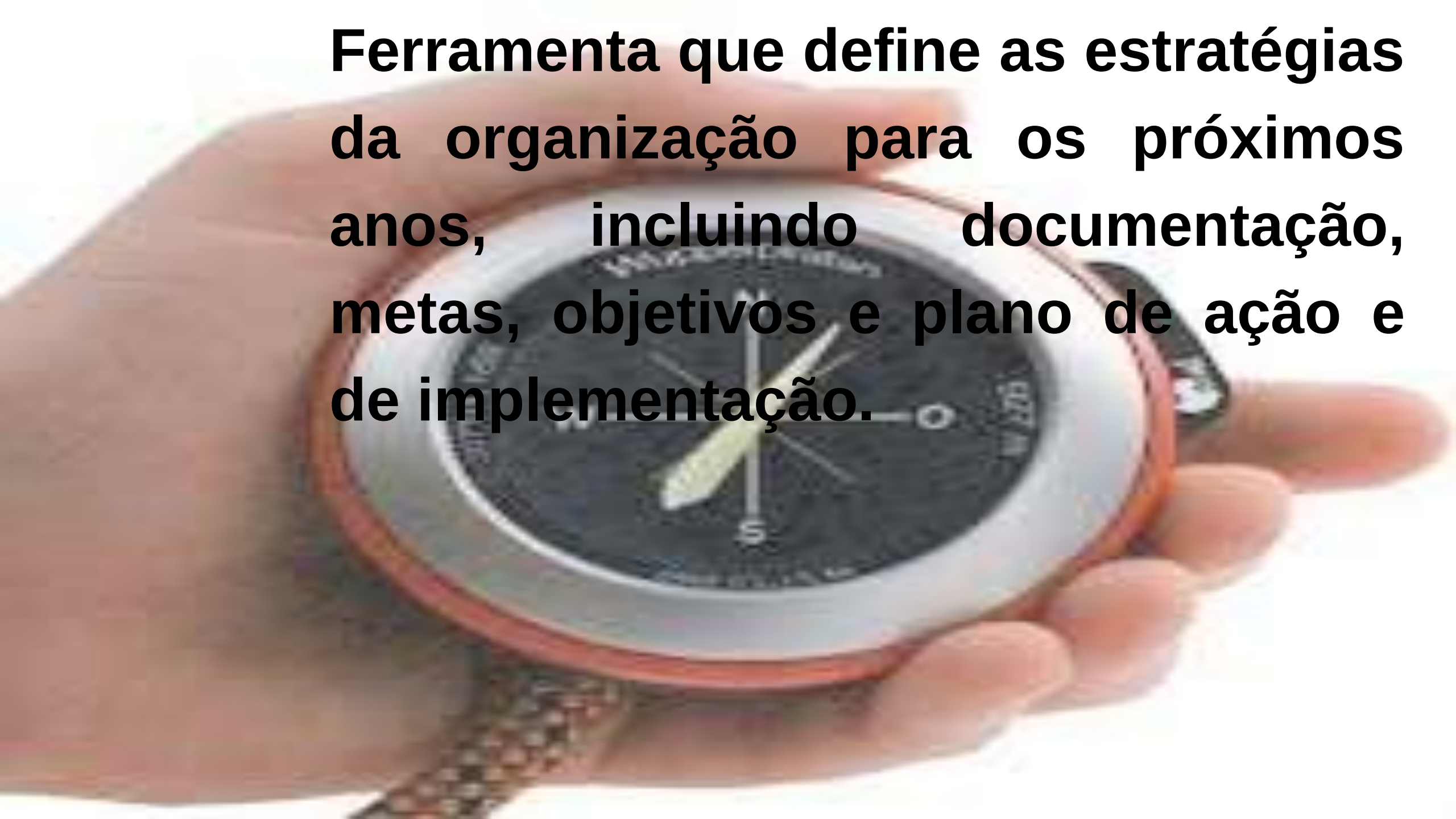
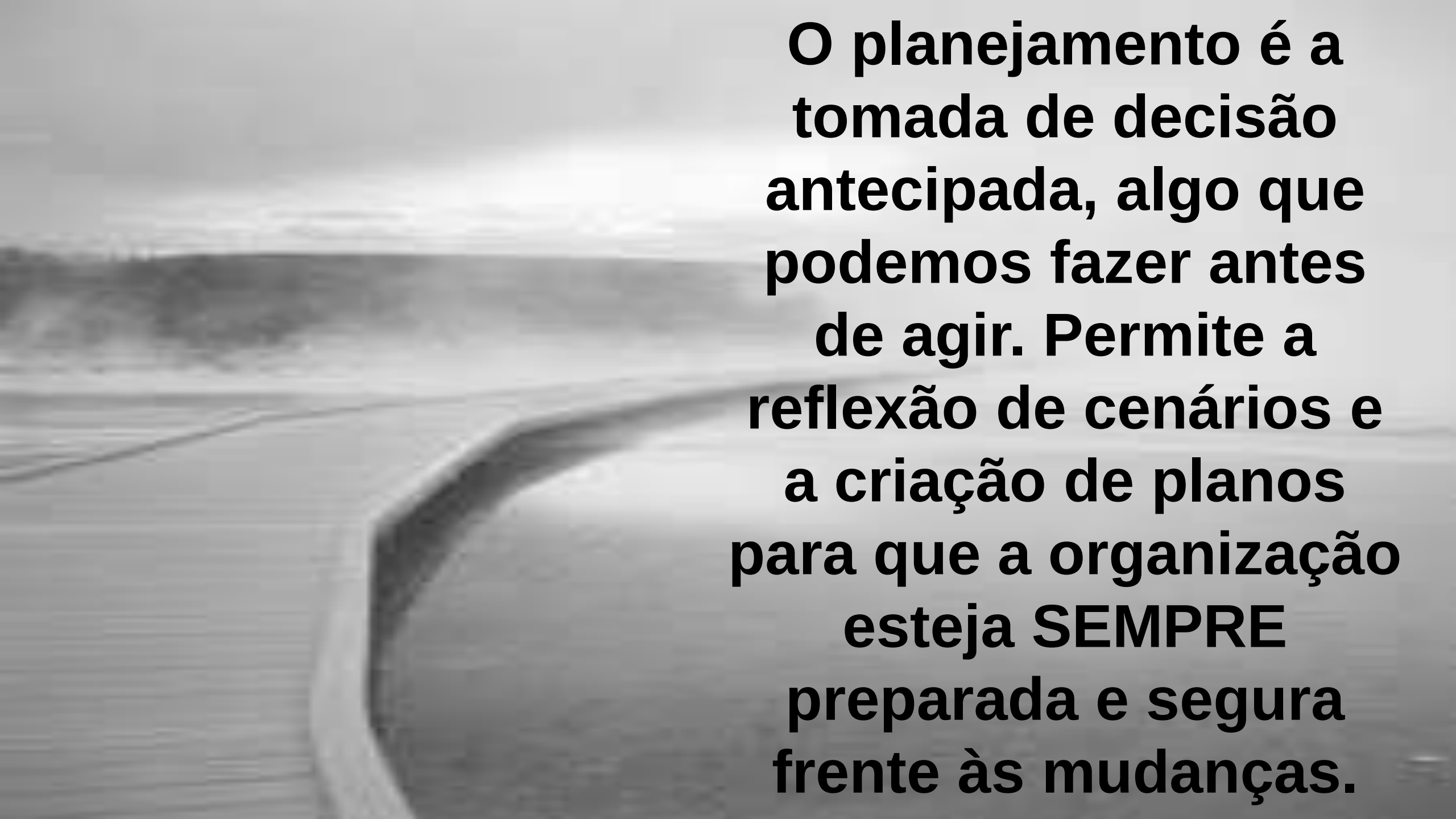
Planejamento Estratégico para Tabelionatos e Registros



Ferramenta que define as estratégias da organização para os próximos anos, incluindo documentação, metas, objetivos e plano de ação e de implementação.



O planejamento é a tomada de decisão antecipada, algo que podemos fazer antes de agir. Permite a reflexão de cenários e a criação de planos para que a organização esteja SEMPRE preparada e segura frente às mudanças.

É uma poderosa ferramenta para deixar de se concentrar nos problemas e focar nas soluções:

1. O que você quer? Visão
2. O que está acontecendo agora? Cenários
3. O que você poderia fazer? Objetivos
4. O que você vai fazer? Ação

Benefícios

- Promove metas.
- Põe foco e estabelece prioridades.
- Reduz os níveis de tensão e desgaste.
- Favorece o orgulho de pertencer à organização.
- Retém os talentos, fideliza colaboradores.
- Facilita o entendimento das expectativas da função exercida.
- Favorece o trabalho e o espírito de equipe.
- Explica o óbvio - Elimina a generalização.

Construção

1. Cenários
2. Ambiente externo
3. Ambiente interno
4. Matriz Swot - Sigla em inglês (forças, fraquezas, oportunidades e ameaças).
5. Visão
6. Negócio
7. Missão - Valores e princípios
8. Objetivos
9. Balance Scorecard – Mapa estratégico
10. Plano de ação
11. Execução/Revisão

Cenários

Conjunto coerente de hipóteses, informações e decisões básicas que orientam a formulação ou atualização do plano estratégico. Servem para prever situações que podem acontecer e, se acontecerem, considerar planos de ação para enfrentá-los.

Cenários são a reflexão sobre o futuro

- Quais serão as necessidades de serviços da sociedade nos próximos anos e quais destas necessidades queremos e podemos atender?
- Quais serão nossos produtos e serviços no curto, médio e longo prazos?
- O que precisamos aprimorar para garantir o espaço que queremos no futuro e de que forma?
- Que investimentos teremos que realizar?
- Que processos precisaremos melhorar?
- Que competências temos que desenvolver para permanecer no mercado com uma imagem positiva?

- Países estão competindo entre países.
- Há um bilhão de pessoas no mundo saindo da pobreza e virando consumidores
- O mundo está em conectividade. Você está preparado para esta integração?
- O mercado é competitivo. É difícil treinar e reter um funcionário por muito tempo.
- Geração Y - Querem admirar, ser influenciados de forma colaborativa.
- Mercado cada vez mais exigente quanto ao seu tempo.
- Os produtos e serviços ficam obsoletos da noite para o dia, por imposição do mercado.

- Aumento das transações pela Internet: sua serventia está preparada para esta realidade?
- De que forma a sua serventia vai acompanhar estas mudanças?
- O que está sendo feito pelas Entidades de Classe que lhe representam?
- Como você pode contribuir para o fortalecimento da classe?

Planejamento começa de fora para dentro. Trata-se do seu “eu” cego.

O que pensam e esperam os clientes e não clientes sobre a sua serventia?

Onde você ainda pode melhorar?

<u>A resposta está na sua comunidade.</u>

Reúna pesquisas, indicadores do seu atendimento e evidências.

Ambiente Interno

- Quem são as pessoas que trabalham com você?
- Elas estão devidamente capacitadas para assinar em seu nome?
- As pessoas estão satisfeitas?
- Quais as forças e fraquezas das pessoas que compõem a sua serventia?
- Como está a estrutura física da sua serventia? Ela descreve o que você é.

Ambiente Interno

- Qual é a capacidade de atendimento por funcionário?
- Qual é o horário de maior movimento?
- Quais são os fatores críticos de sucesso - Onde não posso errar?
- Os terceirizados e fornecedores me atendem satisfatoriamente?
- Como está o meu suporte de tecnologia (software e hardware)?
- O sistema oferece informações suficientes para a tomada de decisões segura?
- Que tipo de controle financeiro está sendo utilizado?
- O que dizem os requisitos da NBR 15906?

Reúna fatos e dados

- Separe as constatações importantes.
- No ambiente externo, o que é oportunidade e o que é ameaça?
- No ambiente interno, o que são forças e o que são fraquezas?
- Declare o que você quer para cada situação e você já terá temas estratégicos.

Estabeleça a sua visão de futuro

“Dirigir uma organização não é vê-la como ela é... mas como ela será ...”

John Teets

Diretrizes

Missão

A declaração de propósitos ampla e duradoura, que <u>INDIVIDUALIZA e DISTINGUE</u> a razão de ser da organização em relação a outras similares.

Valores e Princípios

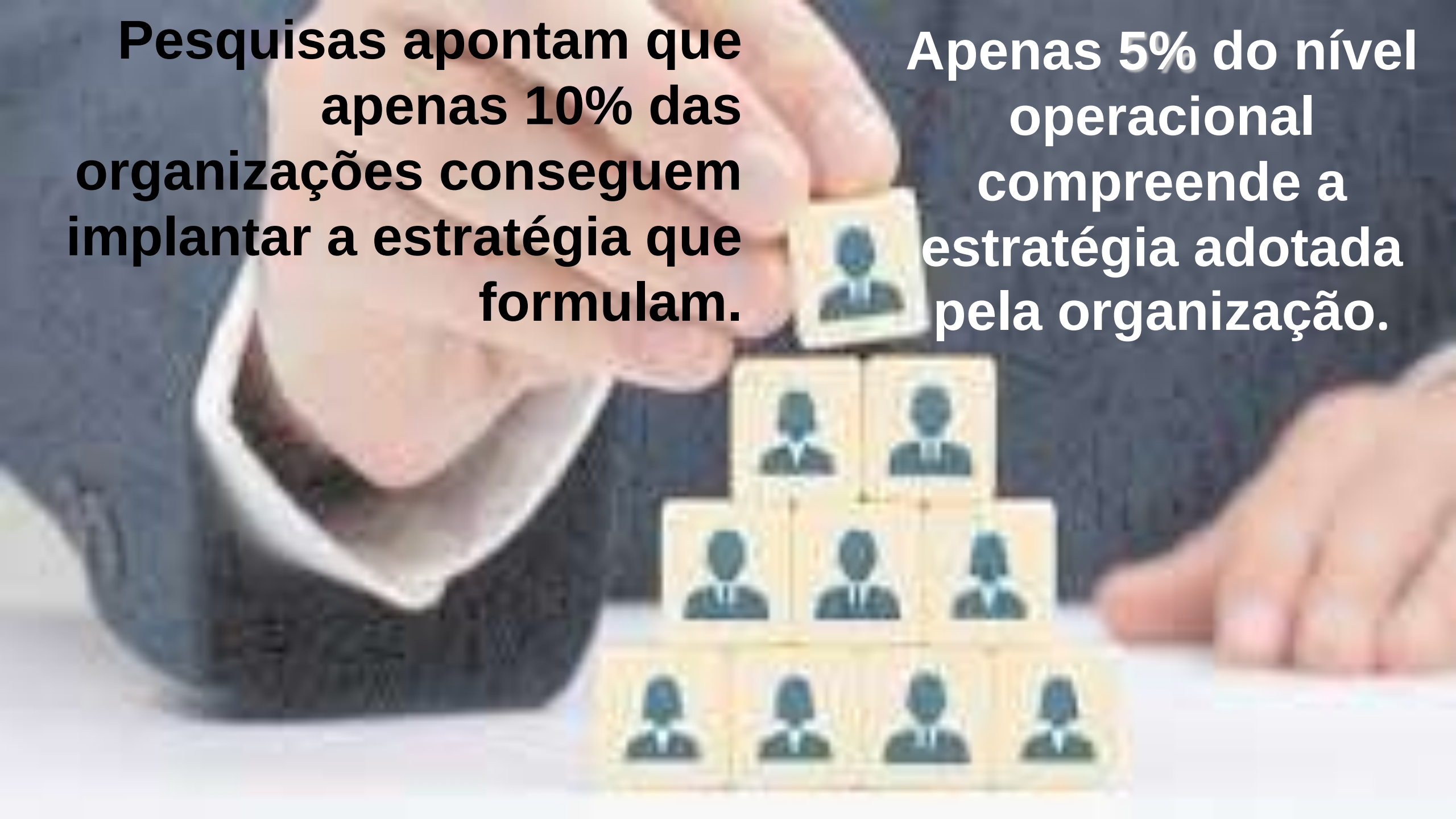
Cada princípio expressa uma linha de conduta institucional, de caráter amplo e duradouro.

Declaração clara do propósito, do valor que pretendemos gerar com o serviço.

Declara o que se faz e o que não se faz.

Objetivos em Perspectivas

1. Aprendizado e Conhecimento
   a) Clima
   b) Tecnologia
   c) Conhecimento
2. Processos
3. Cliente
4. Resultado financeiro e social



Pesquisas apontam que apenas 10% das organizações conseguem implantar a estratégia que formulam.

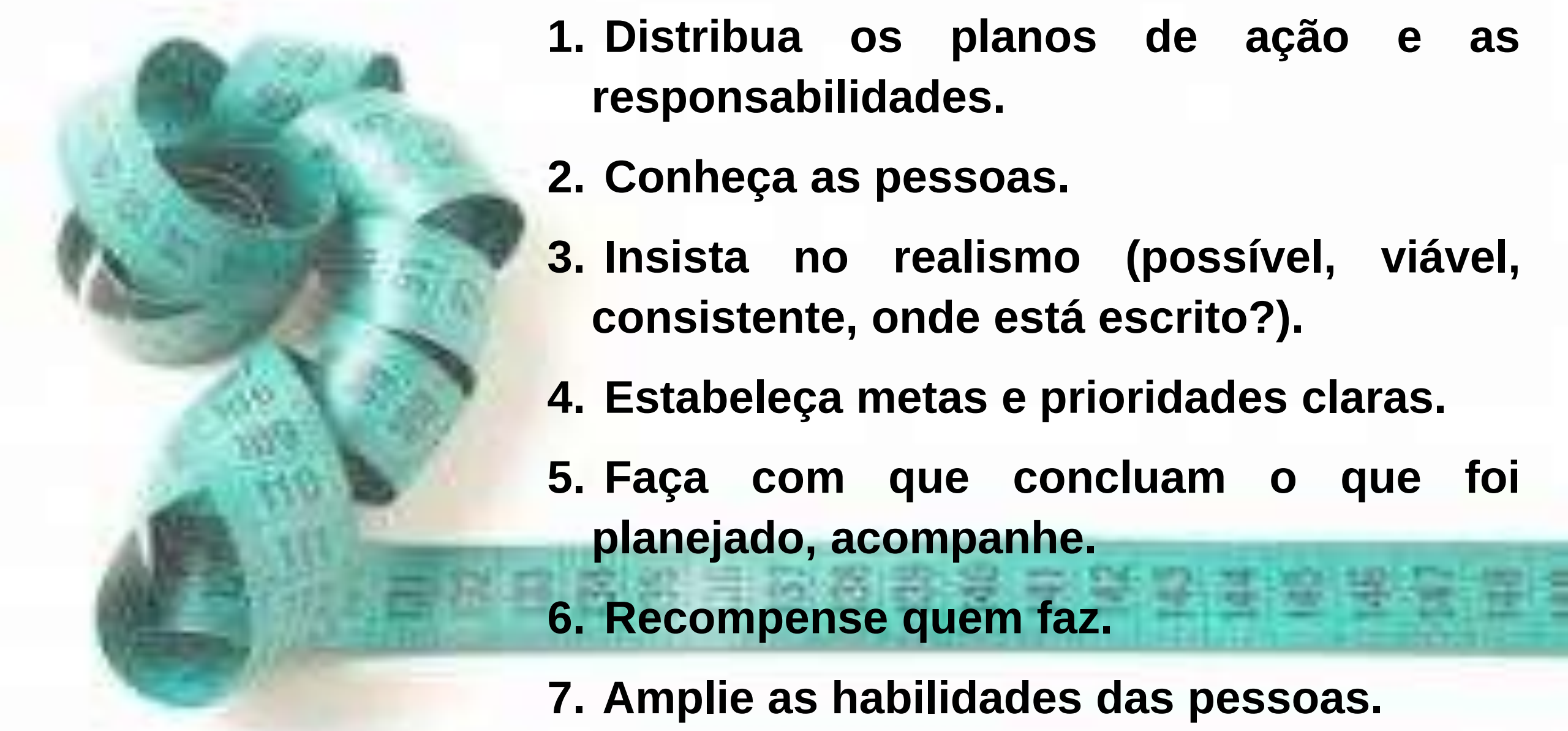
Apenas 5% do nível operacional compreende a estratégia adotada pela organização.

Ferramentas de controle do Planejamento

Mapa estratégico básico – Balance Scorecard

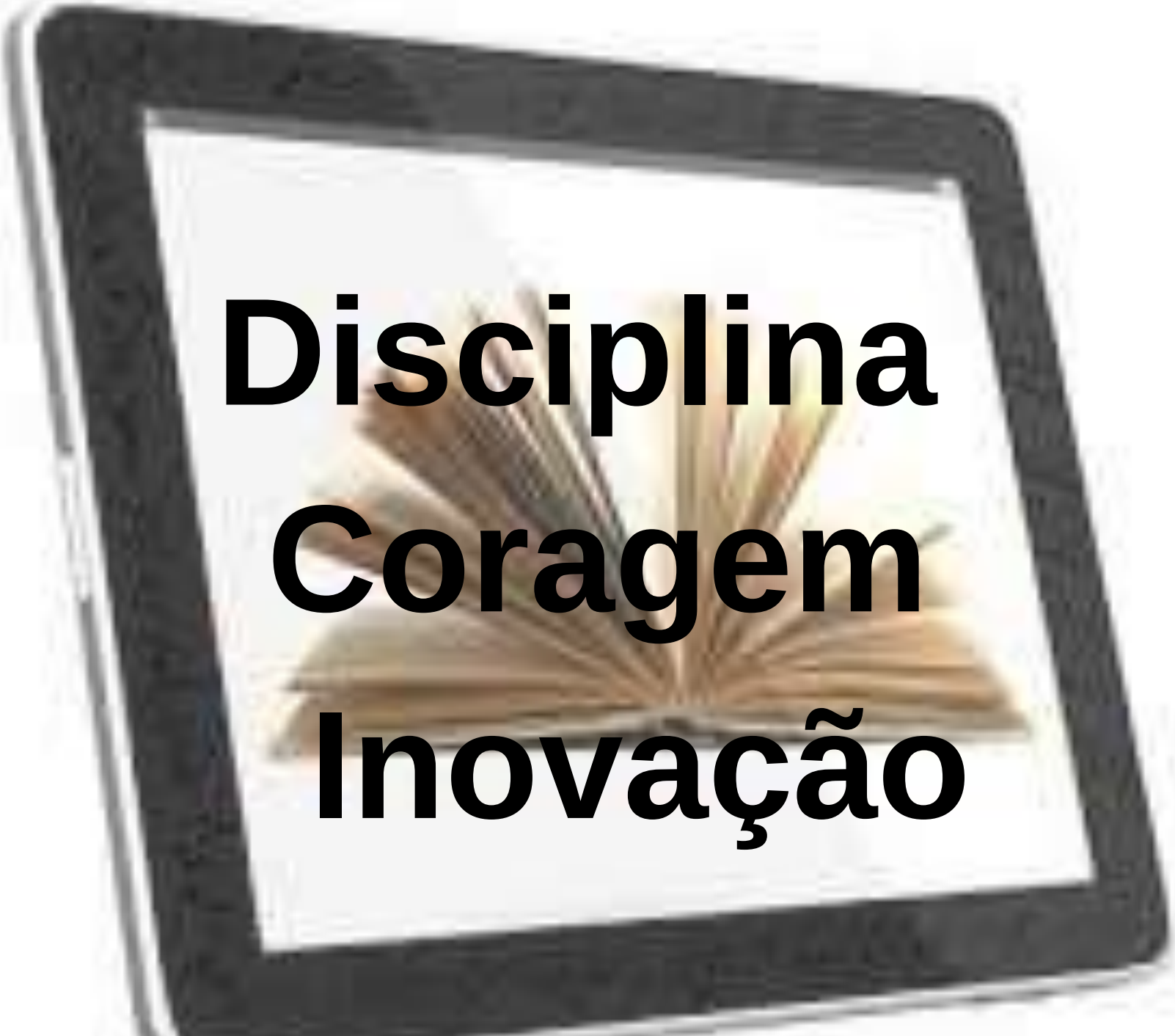
- Plano orçamentário.
- BSC e Plano de ação para a execução.
- Indicadores.
- Reuniões de acompanhamento.
- Reavaliação e correção constante.

Execução do Planejamento



1. Distribua os planos de ação e as responsabilidades.
2. Conheça as pessoas.
3. Insista no realismo (possível, viável, consistente, onde está escrito?).
4. Estabeleça metas e prioridades claras.
5. Faça com que concluam o que foi planejado, acompanhe.
6. Recompense quem faz.
7. Amplie as habilidades das pessoas.

TEORIA E PRÁTICA



Disciplina
Coragem
Inovação

1- A qualidade dos seus serviços é uma <u>estratégia vital</u> e não uma tendência de futuro

1. Conhecimento
2. Comprometimento
3. Cordialidade
4. Comunicação

2- Papel do líder é fundamental

- **Tenha conhecimento do mundo que o cerca**
- **Faça mais perguntas do que dê respostas**
- **Seja flexível e rápido na adaptação às mudanças**
- **Tenha uma postura positiva e inspiradora dando, confiança aos seus seguidores**

"Não preste atenção somente nos números. Foque mais nos valores da organização, na criação de um time, na troca de ideias, na cultura de incentivar e envolver a todos."

Jack Welch

A antiga praga chinesa – “que você viva em tempos interessantes” – já está entre nós.
Os líderes que encontrarem as soluções certas para as suas organizações neste mundo de mudanças e dúvidas, colherão os frutos dos seus esforços.
Ram Charam

South Korea, a country devoid of oil.

“Faça mais do que esperam.
Muitas pessoas fazem o que se espera que elas façam. Essas pessoas são a multidão que adora ficar reclamando que as oportunidades não aparecem, que tudo é muito difícil. Já outras pessoas gostam do que fazem, e fazem mais do que se espera que elas façam. Entregam mais, trabalham mais, gostam mais, desenvolvem mais, ganham mais e, consequentemente, têm mais oportunidades.
Se você quer se diferenciar, quer ter sucesso, faça mais do que se espera. Sempre!”
Jack Welch (CEO General Eletric)

Obrigada!

Sabrina Gomes Regra