

## PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO PARA EMPRESAS DE FACTORING

No limiar do século XXI, já não existem mais fronteiras espaciais entre os países, pois a globalização tem permitido a todas as empresas levar aos mais longínquos recantos, toda tecnologia ou produtos desta, facilitando a vida das pessoas e das organizações. Com a globalização, há queda de barreiras nacionais, e conseqüente movimentação de produtos, serviços, capital, recursos humanos, idéias gerenciais que criam valores econômicos.

Dentre todas as premissas necessárias para o bom desempenho de uma organização é necessário um planejamento adequado tanto de curto, como de médio ou longo prazo. Planejar é uma das funções da administração e conseqüentemente do administrador, é fundamental para que tudo esteja devidamente voltado para o objetivo principal da empresa que é a consolidação desta através de geração de caixa e lucro para eternizá-la (Oliveira, 1999).

Inseridas neste contexto estão às empresas de Factoring, cujo foco principal está baseado em dois pilares: a prestação de serviço e suporte financeiro para empresas, principalmente de pequeno e médio porte.

Mas afinal de contas o que é planejamento estratégico? Em poucas palavras pode ser definido como sendo o método pela qual a empresa define a mobilização de seus recursos (materiais, financeiros, humanos e tecnológicos), para alcançar os objetivos propostos. Procura responder as questões: por que a organização existe? O que e como ela faz e onde ela quer chegar.

A elaboração do planejamento estratégico pressupõe algumas etapas, dentre as quais destacam-se:

### 1. Formulação dos objetivos organizacionais

A empresa define claramente os objetivos globais que pretende alcançar a longo prazo e estabelece a ordem de importância e prioridade.

### 2. Análise interna e limitações da empresa

Nesta etapa a empresa faz um diagnóstico de seus pontos fortes e fracos, é como se fosse possível fazer uma radiografia da organização e olhar para dentro de si mesmo e saber quais são as forças propulsoras que facilitam o alcance dos objetivos (pontos fortes) e quais são as limitações e forças restritivas que dificultam o alcance dos objetivos (pontos fracos).

### 3. Análise externa

Trata-se de uma análise do ambiente onde a empresa está inserida, quais as condições existentes lá fora e que impõe ameaças e oportunidades. Esta análise prevê o estudo dos mercados, características e tendências, concorrência, conjuntura econômica, política, social, cultural, legal etc. que afetam a sociedade e todas as demais empresas.

### 4. Formulação das alternativas estratégicas

Nesta quarta etapa formulam-se as alternativas que a empresa pode adotar para alcançar seus objetivos, tendo em vista suas condições interna (pontos fortes e fracos) e externa (ameaças e oportunidades). As alternativas constituem as ações que a empresa irá adotar para alcançar seus objetivos e dizem respeito aos planos e as políticas e estratégias a serem implementadas.

### 5. Avaliação e controle

Etapa de suma importância dentro do planejamento e deverá ser freqüente para conferir se as ações estão sendo executadas. É nesta fase que são medidos os desempenhos e comparados os orçamentos. Ao realizar a avaliação dos planos traçados, os resultados são indicadores para nova tomada de decisão quer seja para continuar, melhorar ou mudar de rumo, pois a grande virtude do Planejamento Estratégico é sua flexibilidade.

Convém ressaltar que elaborar um planejamento estratégico é muito diferente de sua implantação, pois esta pressupõe a sensibilização de toda a equipe que irá elaborar e implementar, deixar clara a necessidade, as vantagens e o papel de cada um. Para uma empresa de pequeno porte a proximidade das pessoas envolvidas facilita o diálogo e o consenso tão necessário para sua implementação.

Não resta a menor dúvida que a empresa que possui um planejamento estratégico tem melhor suporte para tomada de decisão, agilidade nos processos, sempre em sintonia com as variáveis de seu ambiente. A flexibilidade do processo permitirá que se beneficie de oportunidades existentes ou futuras e previna-se de ameaças reais ou potenciais, tornando-a sólida e lucrativa:

**ANTONIO POSTAL**, Administrador de empresas, MBA em Gestão Estratégico de Factoring, consultor especializado em Factoring

REFERÊNCIAS:

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Planejamento estratégico:** conceitos metodologia e práticas. 14. ed. revista. São Paulo: Atlas, 1999.

FILHO, Nildo Leite Miranda. Disponível em: <http://guiarh.com.br/p47.html>  
Acesso em: 07 abr.2008.

SANVICENTE, A. Z. **Administração financeira.** 3. ed. São Paulo: Atlas, 1993.