

## 1º WORKSHOP

# ANÁLISE DO AMBIENTE INTERNO E EXTERNO DO MAPA

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO  
2016-2019



# PROGRAMAÇÃO

**08:30 – ABERTURA DO WORKSHOP**

**08:50 – RESULTADOS DAS PESQUISAS E EXPLICAÇÃO DO 1º TRABALHO EM GRUPO**

**09:20 – 1º TRABALHO EM GRUPO: ANÁLISE DE CADEIA E VALORES**

**10:40 – INTERVALO**

**11:00 – PLENÁRIA COM CONSOLIDAÇÃO DAS DISCUSSÕES EM GRUPOS**

**12:00 – INTERVALO PARA ALMOÇO**

**14:00 – EXPLANAÇÃO SOBRE MISSÃO E VISÃO**

**14:30 – 2º TRABALHO EM GRUPO: CONSTRUÇÃO DE PROPOSTAS DE MISSÃO E VISÃO**

**16:00 – INTERVALO**

**16:20 – PLENÁRIA DE PRIORIZAÇÃO DE PROPOSTAS DE MISSÃO E VISÃO**

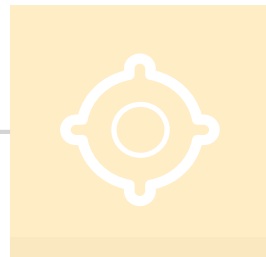
**17:30 – PRÓXIMOS PASSOS**

**17:45 – ENCERRAMENTO**

# RELEMBRANDO ONDE ESTAMOS



**ETAPA 1**  
**Análise do Ambiente**

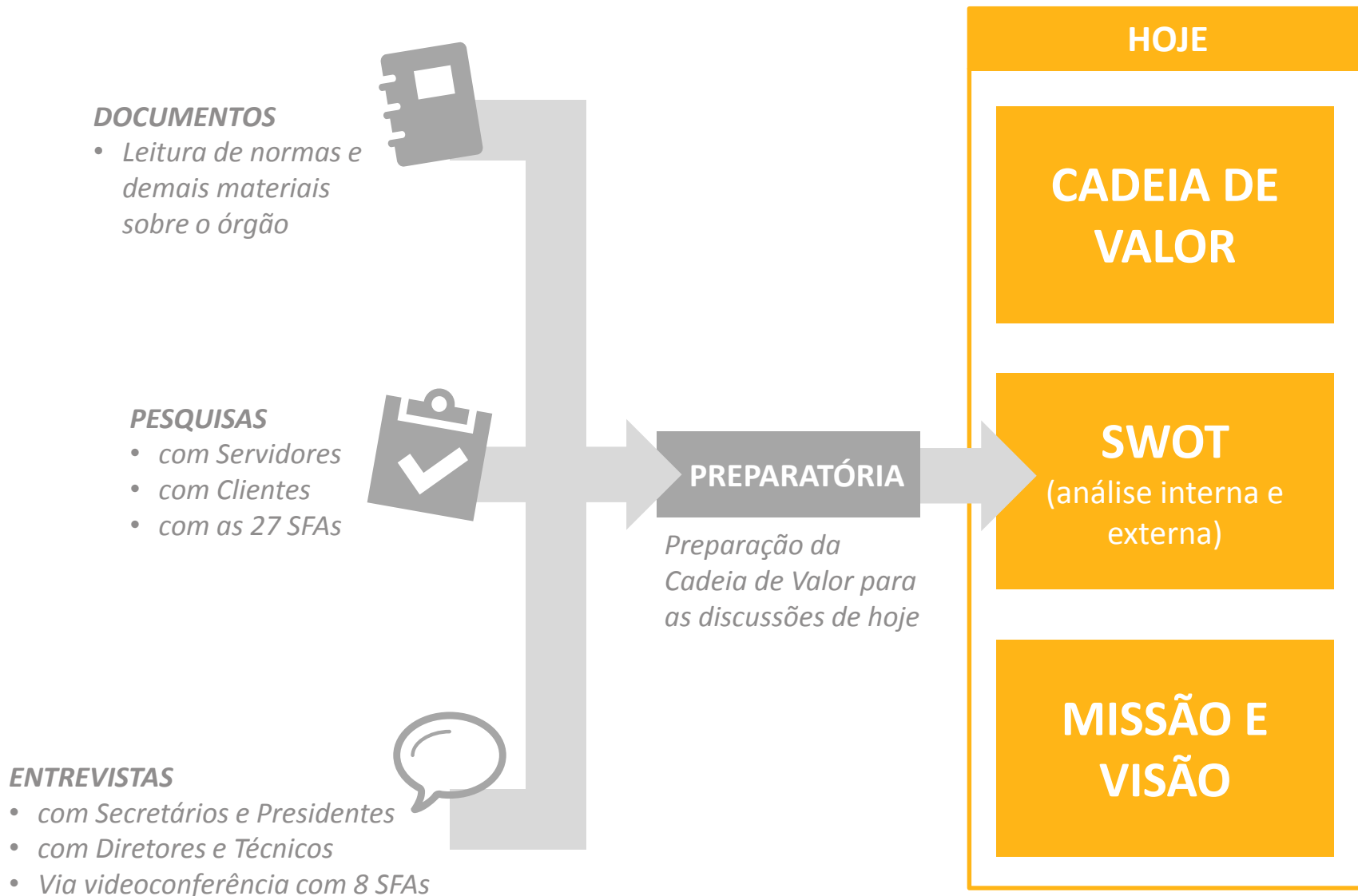


**ETAPA 2**  
**Formulação da Estratégia**



**ETAPA 3**  
**Desdobramento da  
Estratégia**

# O QUE FIZEMOS



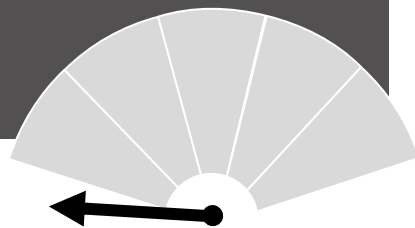


# RESULTADOS DAS PESQUISAS

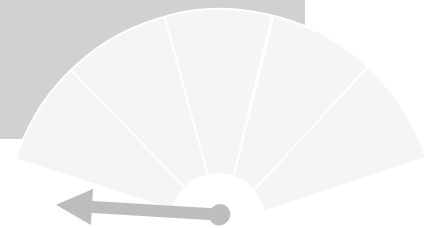
PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO  
2016-2019

# VISÕES SOBRE O MINISTÉRIO

VISÃO **INTERNA**  
DE ENTREGA DE  
RESULTADOS



VISÃO **EXTERNA**  
DE ENTREGA DE  
RESULTADOS



# PESQUISA INTERNA

## INFORMAÇÕES GERAIS

Aplicada entre os dias  
**19 a 28 de setembro  
de 2015** via internet.

Pesquisa com 99% de  
confiabilidade e 5% de  
margem de erro.

**1.771**  
respondentes

**70%**  
SFAs



**30%**  
Unidade  
Central

**62%**  
Homens

**37%**  
Mulheres

1% não informado



**40%**

dos gestores\*  
responderam a  
pesquisa

\*Gestores: Diretores,  
Coordenadores-Gerais,  
Coordenadores e Superintendentes

## ÓRGÃO CENTRAL

## SUPERINTENDÊNCIA

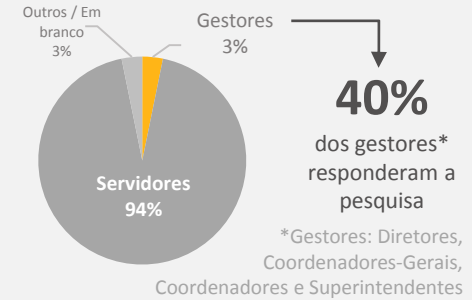
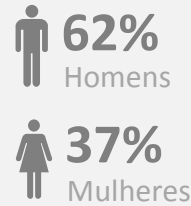
# PESQUISA INTERNA

## INFORMAÇÕES GERAIS

Aplicada entre os dias 19 a 28 de setembro de 2015 via internet.

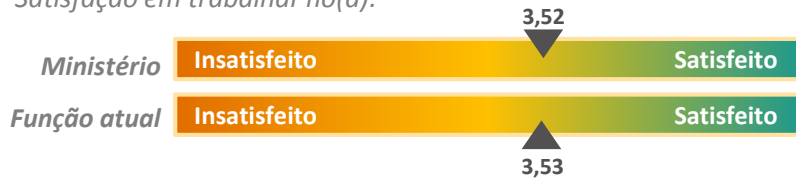
Pesquisa com 99% de confiabilidade e 5% de margem de erro.

**1.771** respondentes



## ÓRGÃO CENTRAL

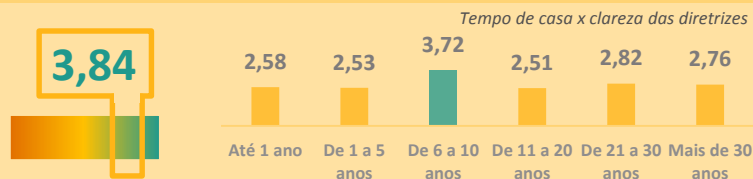
Satisfação em trabalhar no(a):



Aspectos de suporte ao trabalho:

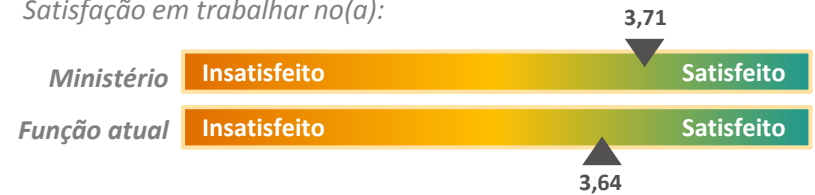


## CLAREZA DAS DIRETRIZES ESTRATÉGICAS



## SUPERINTENDÊNCIA

Satisfação em trabalhar no(a):



Aspectos de suporte ao trabalho:



## CLAREZA DAS DIRETRIZES ESTRATÉGICAS





## PONTOS FORTES

- ▶ **RELEVÂNCIA DO SETOR**  
A importância da agropecuária e o potencial desse setor para a economia do Brasil. Expressões mais comuns: importância do agronegócio, posição estratégica na economia do Brasil, importância para a sociedade.
- ▶ **EXPERTISE DO CORPO TÉCNICO**  
Significante grau de especialização do corpo técnico
- ▶ **DEFESA AGROPECUÁRIA**  
Fiscalização e impacto na segurança alimentar
- ▶ **CAPILARIDADE**  
Presença em todo o País e capilaridade das suas ações
- ▶ **AMBIENTE DE TRABALHO**  
Ambiente de trabalho ótimo, coleguismo, cumplicidade e prazer em trabalhar no MAPA

## PONTOS FRACOS

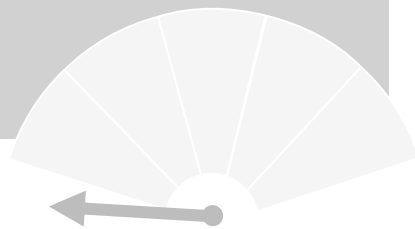
- ▶ **ALOCAÇÃO DE PESSOAL INADEQUADA**  
Má distribuição e alocação de pessoal, além do quadro de pessoal reduzido. Processo de alocação desconexo com a real necessidade e alto risco de aposentadoria em massa
- ▶ **DESCONTINUIDADE**  
Grande rotatividade da alta liderança e descontinuidade de projetos e ações. Estrutura vulnerável às mudanças de dirigentes
- ▶ **FALTA DE PLANEJAMENTO E VISÃO ESTRATÉGICA**  
Falta de visão orientada ao resultado, acompanhamento ineficiente, e foco em ações imediatistas
- ▶ **INTERFERÊNCIA POLÍTICA**  
Influência política e externa sobre ações das áreas técnicas

## PRIORIDADES ESTRATÉGICAS

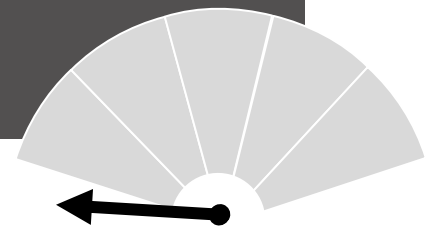
- ▶ **CAPACITAÇÃO E SERVIDORES**  
Aumentar os investimentos em capacitação **continuada e estruturada** para Sede e SFAs, fortalecendo o capital humano. Aperfeiçoar gestores em gestão de pessoas. Renovação e reposição do quadro de pessoal quantitativamente e qualitativamente
- ▶ **GESTÃO ESTRATÉGICA**  
Priorização das ações, melhoria planejamento e acompanhamento da execução e avaliação de resultados
- ▶ **MODERNIZAÇÃO**  
Modernização da gestão e da atuação da fiscalização agropecuária
- ▶ **DEFESA AGROPECUÁRIA**  
Fortalecimento da Defesa Agropecuária
- ▶ **APOIO AO PRODUTOR**  
Chegar mais próximo da sociedade, atuando diretamente na área do produtor e melhorando a qualidade da informação prestada a sociedade

# VISÕES SOBRE O MINISTÉRIO

VISÃO **INTERNA**  
DE ENTREGA DE  
RESULTADOS



VISÃO **EXTERNA**  
DE ENTREGA DE  
RESULTADOS

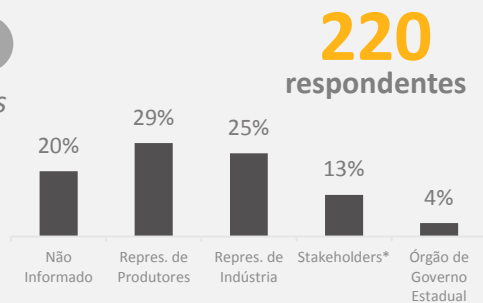


# PESQUISA EXTERNA

## INFORMAÇÕES GERAIS

Aplicada entre os dias  
**1 a 11 de setembro**  
**de 2015** via internet.

Pesquisa com 95% de  
confiabilidade e 5% de margem  
de erro.



## SATISFAÇÃO

Em relação a  
três aspectos  
relacionados  
aos serviços  
do Mapa



**1,68**

Tempo de  
processamento de  
pedidos, registros  
ou certificações



**2,39**

Acesso às  
tecnologias  
agropecuárias  
desenvolvidas



**2,48**

Abertura de  
mercados  
externos





*O tamanho das palavras indica a recorrência*

## PONTOS FORTES

listadas na pesquisa externa

### ▶ DIÁLOGO COM O SETOR

19% das respostas indicaram que a articulação com as Câmaras Setoriais e Temáticas é fundamental para discussão com a sociedade sobre problemas e prioridades do setor

### ▶ EXPERTISE DO PESSOAL

10% das respostas indicaram que o corpo técnico do Ministério é qualificado ou bem preparado e acessível

### ▶ FISCALIZAÇÃO AGROPECUÁRIA

10% das respostas indicaram a importância dessa competência para a garantia da segurança alimentar e da sanidade vegetal. A abertura dos fiscais em clarificar pontos da legislação também foi citada.





## PRIORIDADES ESTRATÉGICAS

listadas na pesquisa externa

- ▶ **DEFESA AGROPECUÁRIA**  
 15%. Recorrentemente citado o termo Defesa Agropecuária. Foram ainda indicados assuntos como: fiscalização efetiva de uso de defensivos piratas, controle fitossanitário, segurança alimentar, adoção de sistemas e simplificação.
- ▶ **APOIO AO PRODUTOR**  
 7% das respostas. Apoio ao pequeno e médio produtor: facilitação, assistência técnica e desenvolvimento, apoio à renda.
- ▶ **DESBUROCRATIZAÇÃO**  
 5%. Recorrentemente citado o termo Desburocratização. Em complemento foram listadas ações de informatização, certificado digital, atualização de marco regulatório, facilitar procedimentos, linhas de crédito.

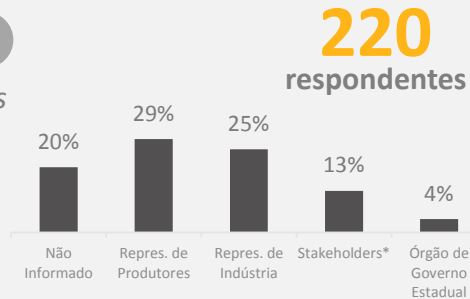


# PESQUISA EXTERNA

## INFORMAÇÕES GERAIS

Aplicada entre os dias  
**1 a 11 de setembro**  
**de 2015** via internet.

Pesquisa com 95% de  
confiabilidade e 5% de margem  
de erro.



## SATISFAÇÃO

Em relação a  
três aspectos  
relacionados  
aos serviços  
do Mapa



**1,67**

Tempo de  
processamento de  
pedidos, registros  
ou certificações



**2,40**

Acesso às  
tecnologias  
agropecuárias  
desenvolvidas



**2,48**

Abertura de  
mercados  
externos

## PONTOS FORTES

- Diálogo com o setor por meio das Câmaras
- Expertise do corpo técnico
- Fiscalização agropecuária
- Acessibilidade e cordialidade no atendimento
- Defesa do agronegócio
- Apoio e organização das cadeias produtivas

## PONTOS FRACOS

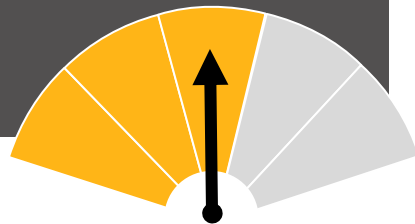
- Morosidade
- Burocracia
- Falta de comunicação interna e externa
- Falta de autonomia
- Falta de planejamento e visão estratégica
- Falta de fiscalização

## PRIORIDADES ESTRATÉGICAS

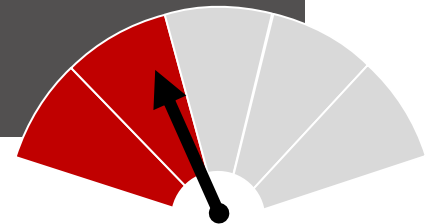
- **Defesa Agropecuária**
- **Apoio ao produtor**
- **Desburocratização de processos**
- **Políticas Públicas Agropecuárias**
- **Abertura de mercados externos**
- **Investimento em pesquisa**
- **Fomento à transferência de tecnologia**
- **Atualização da Legislação**
- **Modernização**
- **Exportação**
- **Acesso ao crédito rural**

# VISÕES SOBRE O MINISTÉRIO

VISÃO **INTERNA**  
DE ENTREGA DE  
RESULTADOS

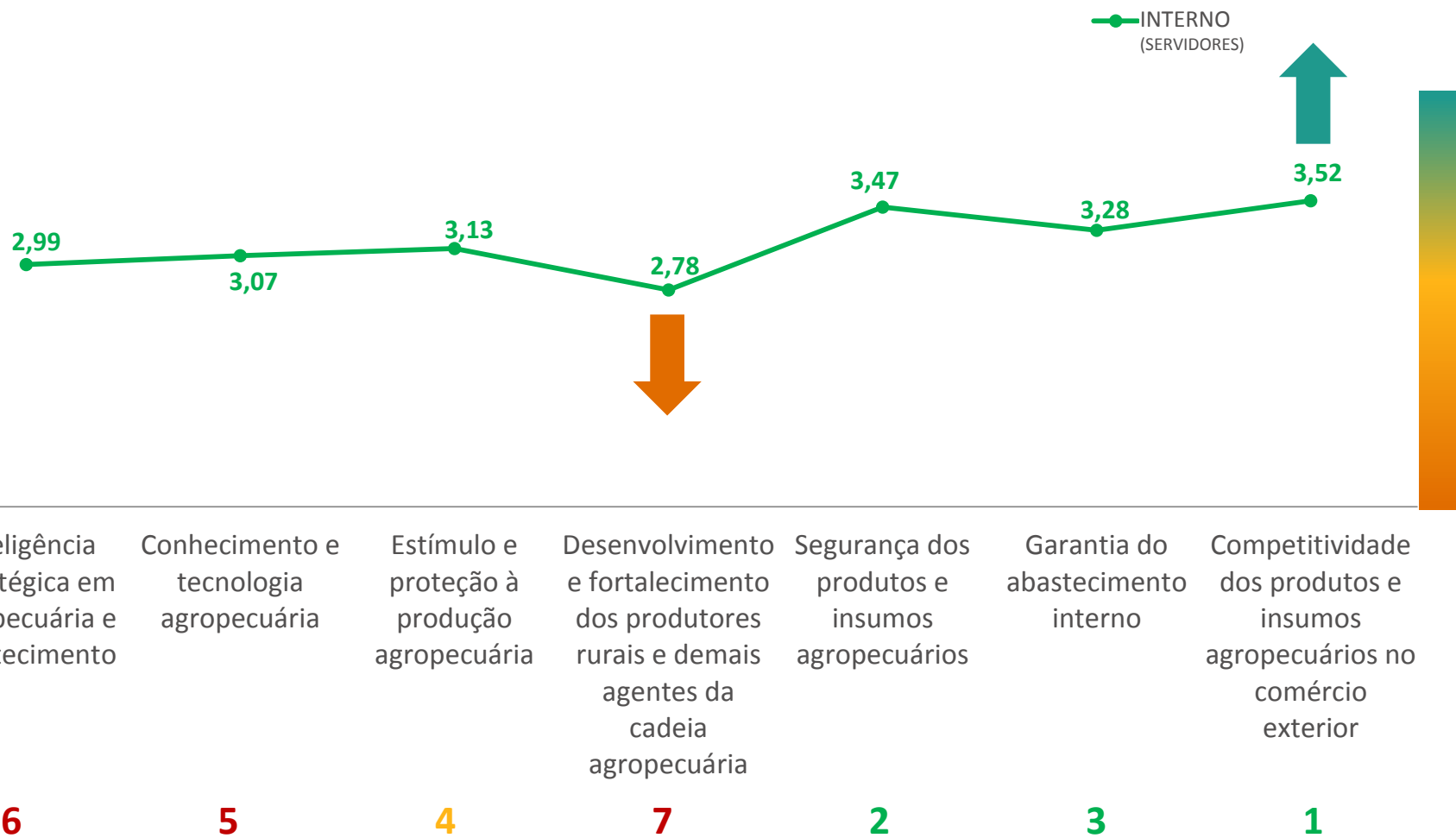


VISÃO **EXTERNA**  
DE ENTREGA DE  
RESULTADOS



# PERCEPÇÃO INTERNA

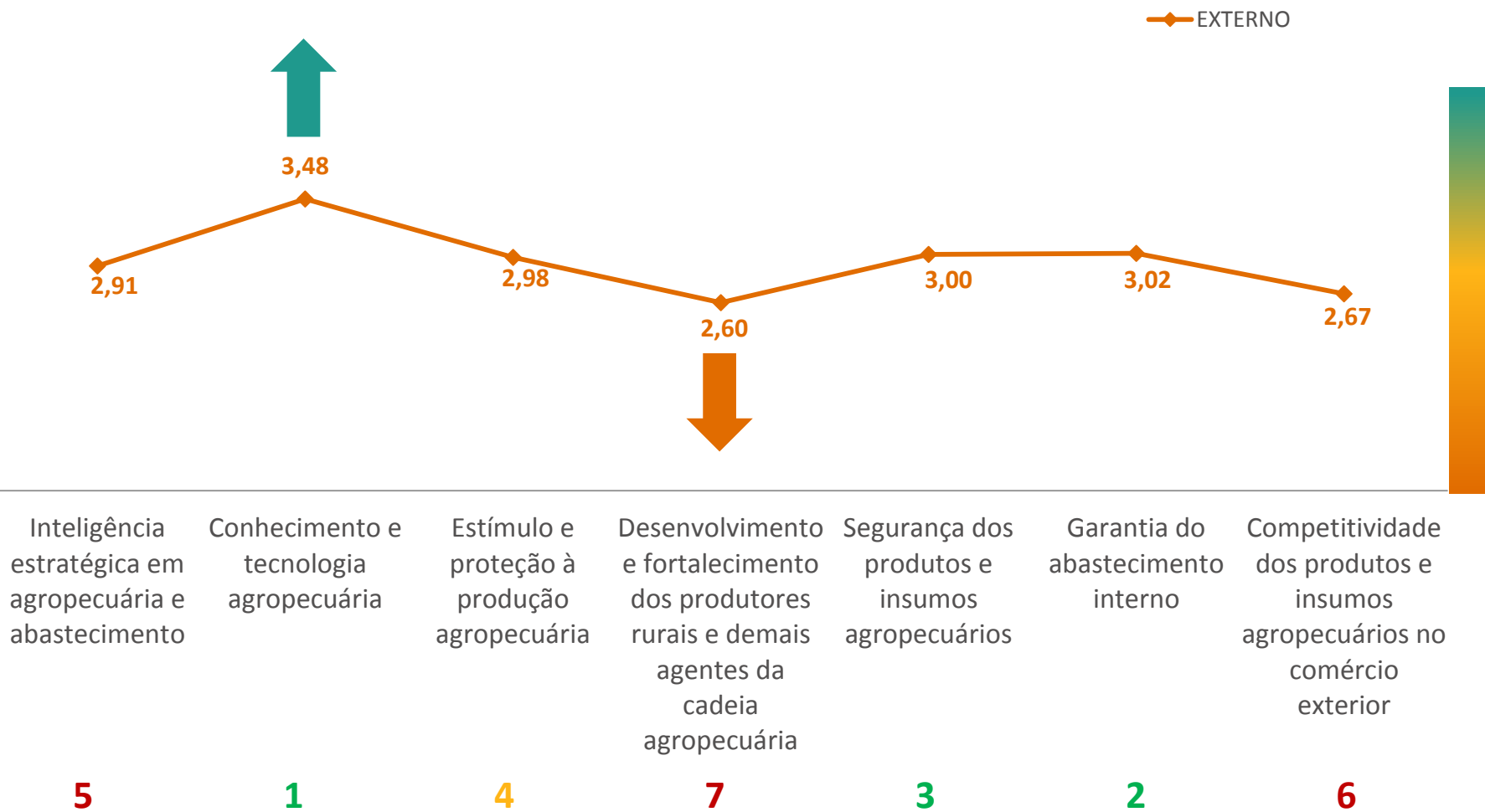
sobre os valores entregues pelo Ministério





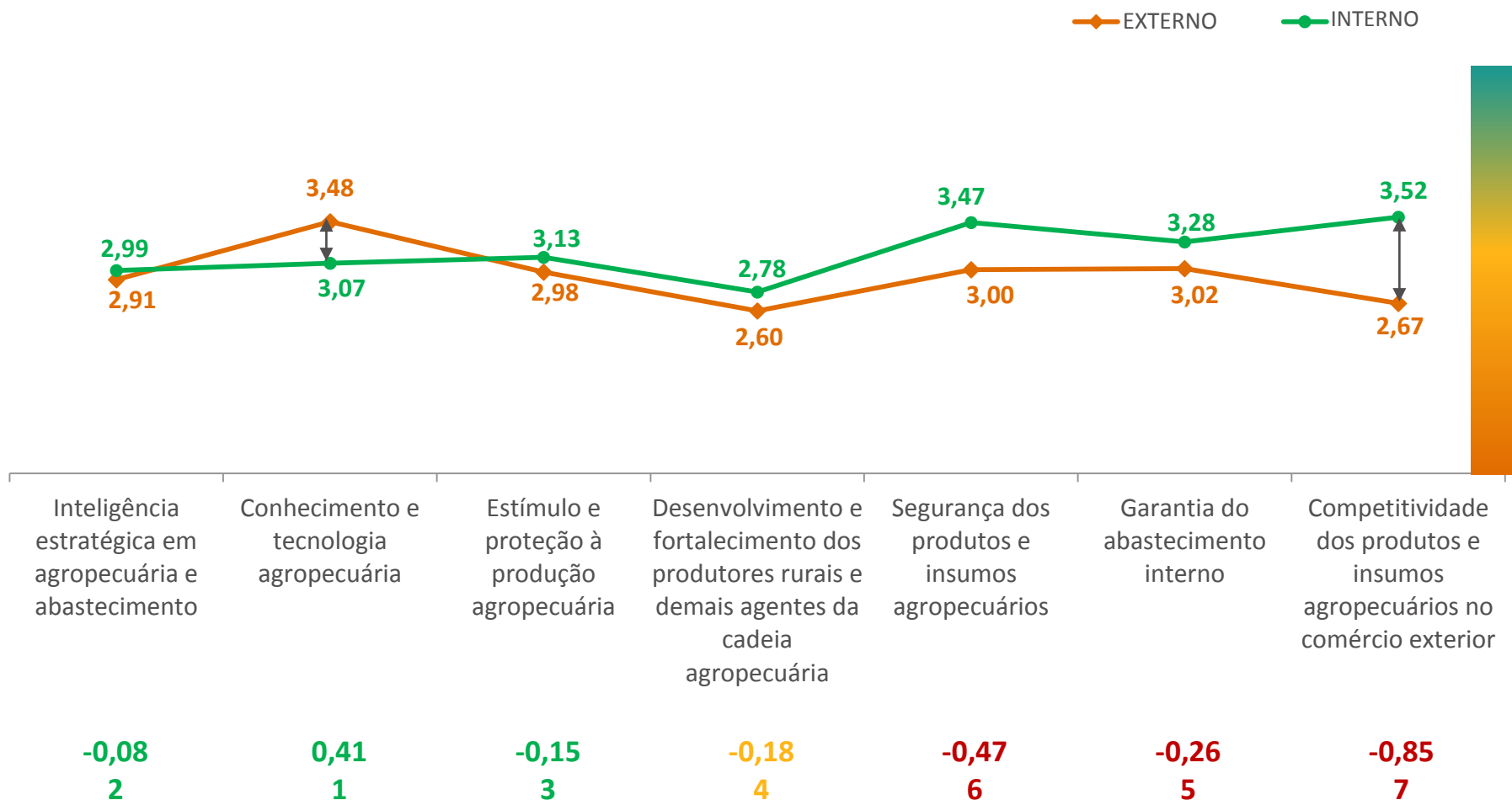
# PERCEPÇÃO EXTERNA

sobre os valores entregues pelo Ministério



# Percepção da efetividade dos valores do MAPA

## Público Interno x Público Externo



## 1º TRABALHO EM GRUPO

# ANÁLISE DA CADEIA DE VALOR

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO  
2016-2019

# O QUE SERÁ FEITO?

1

## DISCUTIR EM GRUPO

Utilizando o painel de apoio e a minuta de SWOT, o grupo deve levantar os clientes, pontos fortes e fracos e tendências das Cadeias em análise

2

## CONSOLIDAR OS DESAFIOS DA CADEIA

A partir do que foi levantado e discutido, o Grupo deve formular quais seriam os principais desafios das Cadeias analisadas por ele

3

## APRESENTAR EM PLENÁRIO

O grupo selecionará **um representante** do grupo para apresentar em plenário o consolidado.

# COMO SERÁ A DINÂMICA?

1

## Indicar os principais clientes da Cadeia

*Em conjunto, o grupo listará os principais clientes externos dos macroprocessos e processos daquela Cadeia. O moderador do grupo preencherá com post-its o campo “Clientes” do painel.*

### **DEFINIÇÃO:**

**Clientes:** São agentes externos ao MAPA que interagem com os executores dos processos

1º TRABALHO GRUPO  
CADEIA 2 – INCENTIVO À AGROPECUÁRIA  
CLIENTES

PONTOS FORTES

PONTOS FRACOS

TENDÊNCIAS

MELHORIAS ESTRUTURANTES



# COMO SERÁ A DINÂMICA?

2

## Listar os Pontos Fortes e Fracos, Tendências e Melhorias

*Durante 10 minutos, os participantes devem preencher, individualmente, os post-its listando os pontos fortes, pontos fracos, tendências e melhorias estruturantes que sejam necessárias naquela Cadeia.*

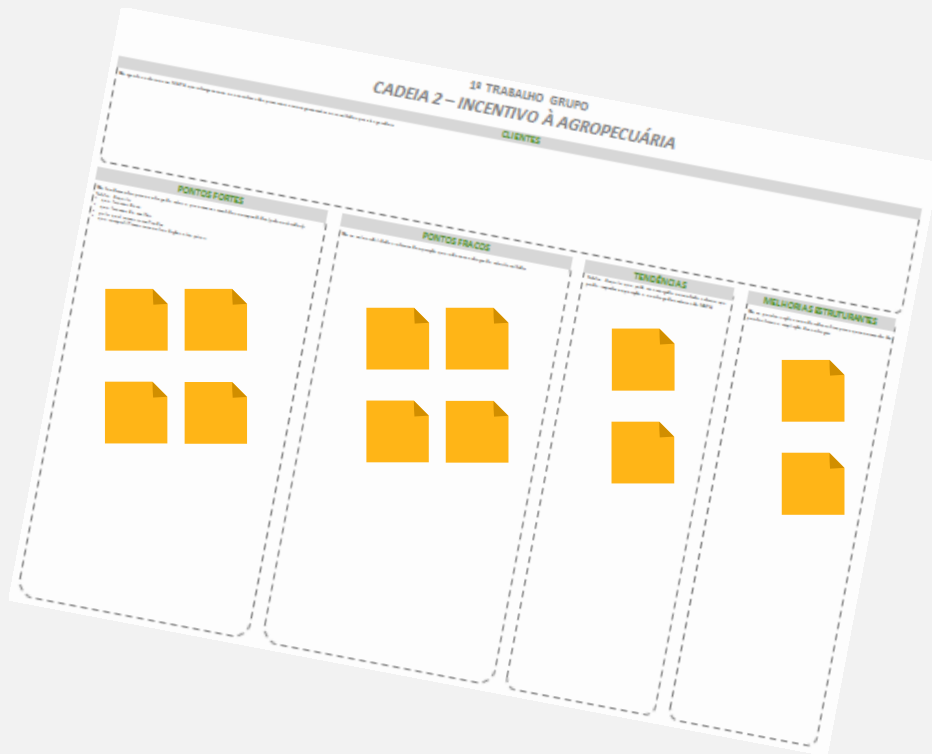
### **DEFINIÇÕES:**

**Pontos Fortes:** Trata-se daquilo que fazemos bem, pelo qual somos reconhecidos.

**Pontos Fracos:** São as vulnerabilidades internas da operação que inibem as entregas de valor/resultado.

**Tendências:** Trata-se daquilo que, no contexto externo, pode impactar a operação e a entrega dos valores do MAPA.

**Melhorias Estruturantes:** Possíveis ações consideradas críticas para equacionamento dos pontos fracos e ampliação das entregas.



# COMO SERÁ A DINÂMICA?

3

## Ler e complementar

*Em conjunto, o grupo deve discutir sobre as ideias sugeridas, podendo inserir novas ideias e/ou fazer as complementações do que foi analisado.*

1º TRABALHO GRUPO  
CADEIA 2 - INCENTIVO À AGROPECUÁRIA  
CLIENTES

PONTOS FORTES

PONTOS FRACOS

TENDÊNCIAS

MELHORIAS ESTRUTURANTES

# COMO SERÁ A DINÂMICA?

CONSOLIDADO GRUPO 1	
CADEIA	DESAFIOS
CADEIA	1. DESAFIOS
CADEIA	1. DESAFIOS
CADEIA	1. DESAFIOS

4

## Consolidar para Plenária

*Com base nos Pontos Fortes e Fracos, Tendências e Melhorias levantados nas etapas anteriores, o grupo deve identificar os **principais desafios** (até 3) que a Cadeia deverá enfrentar.*

# DIVISÃO DOS GRUPOS

## GRUPO 1

Alberto Luiz Pinto C. Fonseca  
Aline Mirilli Mac Cord  
Alvaro Avila do N. Inácio  
Andressa Beig Jordão  
Edmir Celestino Ferraz  
Emerson de Stefani  
Flávia Cavalcante  
Gutenberg Barone de Araújo  
Hugo Borges Rodrigues  
João Antonio F. Salomão  
José Garcia Gasques  
José Maria dos Anjos  
Marconni Sobreira  
Raissa de Almeida Papa  
Sílvio Farnese  
Vitor Ozaki  
Wagner Silva Risso  
Wilson Vaz de Araújo

## GRUPO 2

Ana Lúcia de Curado  
Antonio Eduardo Reis  
Antonio Flávio Dias Avila  
Antonio Luiz de Moraes  
Ariane Inez da C. Fernandes  
Arno Jerke Junior  
Carlos Henrique Pizarro  
Cid Jorge Caldas  
Cláudia Marinelli  
Elieser Barros Correia  
Fatima Chieppe Parizzi  
Gustavo Bracale  
Hideraldo José Coelho  
Janaína Macedo Freitas  
João Roberto S. Artusi  
Marcelo Cabral Santos  
Paulo Morceli  
Pedro Alves Corrêa Neto

## GRUPO 3

Abdon Rocha Brandão  
Antonio Luis M.de Moraes  
Claudia Valeria G. C. de Sá  
Elisio Contini  
Fabricio Santana Santos  
Fernando José F. da Silva  
Francisco Fujita de C. Mello  
Guilherme Marques  
Helder Moreira Borges  
Joao Frattini Ramos  
Jorge Oliveira C. Júnior  
Luis Eduardo Pacifici Rangel  
Luz Weber Baladão  
Manuel V. Sousa Neto  
Marcelo F. Guimarães  
Marcus Vinicius S. Coelho  
Paulo Sergio V. Fresneda  
Rafael Requião

## AUDITÓRIO

### GRUPO 4

Alexandre Bueno Chaves  
Aline Fagundes  
Alvaro Antonio Viana  
Andyara Maria Gomes P.  
Schimin  
Antonio Siqueira Assreuny  
Carlos Alberto Nunes Batista  
Fernando Antonio R. Nogueira  
Gustavo Pereira da Silva Filho  
Jean Carlo Cury Manfredini  
Jefferson de Alcântara Silva  
Keila Iwasse Evangelista  
Kelly Lemos da Silva  
Kepler Euclides filho  
Leandro Vergara Raimundi  
Lucia Aida Assis de Lima  
Maria Aparecida Fabri  
Pessanha  
Mariana Coelho de Sena  
Marilia Pereira Carvalho  
Mauricio Buccioli Guernelli  
Moisés Colonna Vasconcelos  
Neuza Arantes Silva  
Paulo Roberto Cardoso  
Sergio Garcia Fernandes  
Talita Lima Lemes | 26



# CONSOLIDADO DOS GRUPOS

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO  
2016-2019



# CONSOLIDADO GRUPO 1

CADEIA	DESAFIOS
<b>2. INCENTIVO À AGROPECUÁRIA</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Autonomia decisória e operacional</li><li>2. Aprimorar a política e instrumentos de crédito, comercialização e seguro</li><li>3. Sustentação do quadro técnico</li></ol>
<b>6. GESTÃO DO ABASTECIMENTO DE PRODUTOS ALIMENTARES E NÃO ALIMENTARES</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Aprimorar a infraestrutura e logística</li><li>2. Aprimorar a capacidade de atuação em rede (macro e micro)</li><li>3. Reduzir perdas</li></ol>
<b>7. GESTÃO DE MERCADOS EXTERNOS AGROPECUÁRIOS</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Acordos comerciais relevantes</li><li>2. Aprimorar e agilizar a negociação de requisitos sanitários e fitossanitários</li></ol>

# CONSOLIDADO GRUPO 2

	DESAFIOS
<b>3. GESTÃO DE CONHECIMENTO E TECNOLOGIA AGROPECUÁRIA</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Aperfeiçoar o processo de transferência e difusão de tecnologia agropecuária</li><li>2. Aporte permanente de recursos para manter o sistema de pesquisa e inovação</li><li>3. Política de alinhamento das demandas de inovação tecnológica às pesquisas desenvolvidas</li></ol>
<b>4. FOMENTO À PRODUÇÃO AGROPECUÁRIA SUSTENTÁVEL</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Aperfeiçoamento e fortalecimento do sistema de ATER</li><li>2. Modernização de políticas de suporte à sustentação de renda</li><li>3. Fortalecimento institucional para o desenvolvimento de parcerias</li></ol>

# CONSOLIDADO GRUPO 3

CADEIA	DESAFIOS
<b>3- GESTÃO DA DEFESA AGROPECUÁRIA</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1.Unificação de políticas de registros, análises de risco e fiscalizações (incluindo avaliação de taxas)</li><li>2.Atualização do marco regulatório</li><li>3.Melhoria e automatização de processos, em especial os registros</li><li>4.Exportações com certificação eletrônica (sobretudo dentro do Ministério)</li></ol>

# CONSOLIDADO GRUPO 4

CADEIA	DESAFIOS
<b>GESTÃO E SUPORTE</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Manter os produtos e serviços com o cenário atual e previsões futuras</li><li>2. Fortalecer o planejamento e ações estratégicas de forma a reduzir os efeitos das contínuas mudanças políticas e garantir a sustentabilidade dos serviços</li><li>3. Manter o nível de qualidade de serviços sem contar com possíveis melhorias</li></ol>

# MISSÃO E VISÃO

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO  
2016-2019





A declaração de **Missão** é uma afirmativa breve (uma ou duas sentenças) que define **o porquê da organização existir**.

Ela deve descrever o propósito fundamental da entidade, especificamente **o que entrega aos seus clientes** ou para a sociedade.

A declaração de Missão deve informar à Alta Gestão e aos colaboradores **o que todos estão trabalhando juntos para atingir**



## ▶ EXEMPLOS DE MISSÃO



### GOVERNO DE MINAS GERAIS

Integrar as ações governamentais, por meio da coordenação do Planejamento e da gestão pública, visando o desenvolvimento do Estado e a promoção da cidadania.



### MINISTÉRIO DA PREVIDÊNCIA SOCIAL

Garantir proteção ao trabalhador e sua família, por meio de sistema público de política previdenciária solidária, inclusiva e sustentável, com o objetivo de promover o bem-estar social



### GOOGLE

Organizar a informação do mundo e torná-la universalmente acessível e útil



### GREENPEACE

Expor problemas ambientais globais e promover soluções que são essenciais para um future verde e pacífico, por meio de protestos pacíficos e comunicação criativa

“

A declaração de **Visão** define objetivos de médio a longo prazo para a organização. Deve ser **orientada para fora da organização** e expressar (frequentemente de forma visionária) como a empresa quer ser vista pelo mundo.

Ela sempre deve contar com três componentes:

**Meta  
ambiciosa**

**Definição  
de nicho**

**Horizonte  
de tempo**

”

## ▶ EXEMPLOS DE VISÃO



### GOVERNO DE MINAS GERAIS

Ser excelência em gestão pública, incorporando-a como valor de Estado



### BANCO CENTRAL DO BRASIL

O Banco Central será reconhecido cada vez mais como instituição essencial à estabilidade econômica e financeira, indispensável ao desenvolvimento sustentável do Brasil



### WELLS FARGO

Ter um milhão de clientes online até o final da década



### UNIVERSIDADE DE LEEDS

Até 2015, nossa distintiva habilidade de integrar pesquisa a nível mundial, bolsas de estudos e educação terá nos garantido uma posição entre as 50 melhores universidades do mundo



**QUAL É O PROBLEMA DAS  
DECLARAÇÕES DE MISSÃO E  
VISÃO?**





## ▶ O QUE DEVE SER EVITADO



*“Nós existimos para construir de forma profissional relacionamentos de longo prazo e alto impacto, de modo que possamos empreender de maneira sinérgica, alavancando todos os resultados e entregáveis para continuarmos competitivos no mundo de amanhã”*

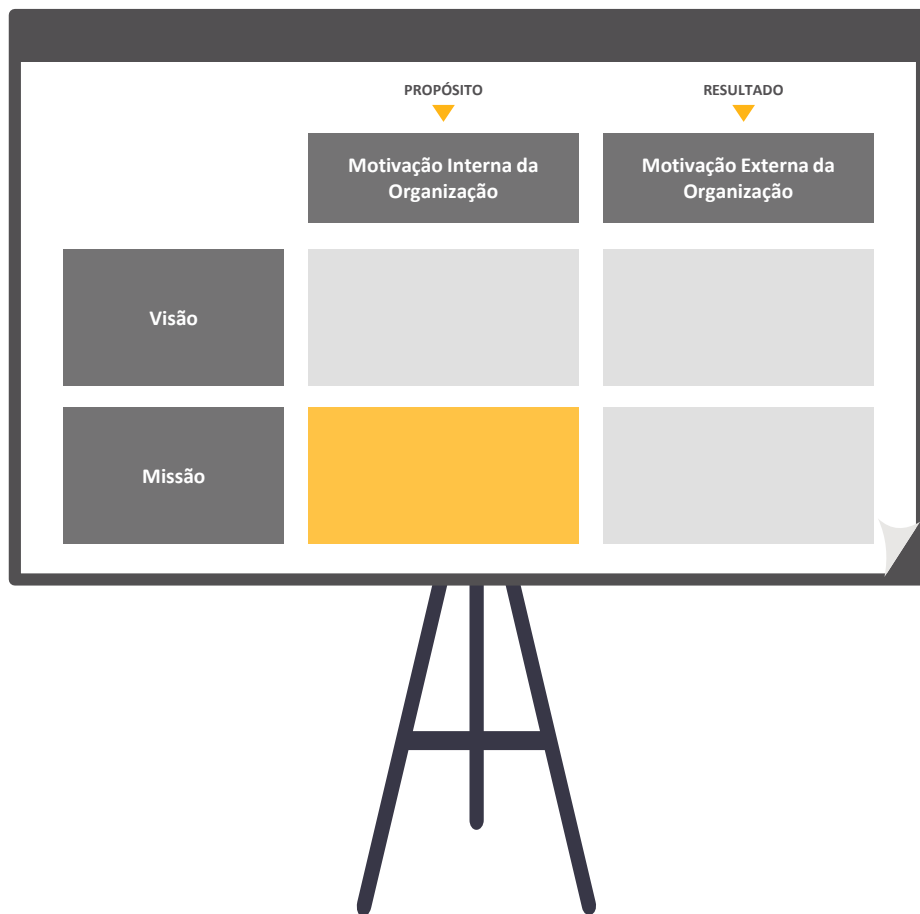
Dilbert Mission Statement Generator

# 4 PASSOS: COMO CONSTRUIR UMA VISÃO E MISSÃO



Fonte: Barret (2000). Libertando a Alma da Empresa. Editora Cultrix.

## PASSO 1: ASPECTOS INTERNOS DA MISSÃO



Algumas perguntas podem ser utilizadas de forma a provocar uma reflexão estruturada sobre os **aspectos internos da Missão** de uma organização

1

Por quê queremos ter essa missão?

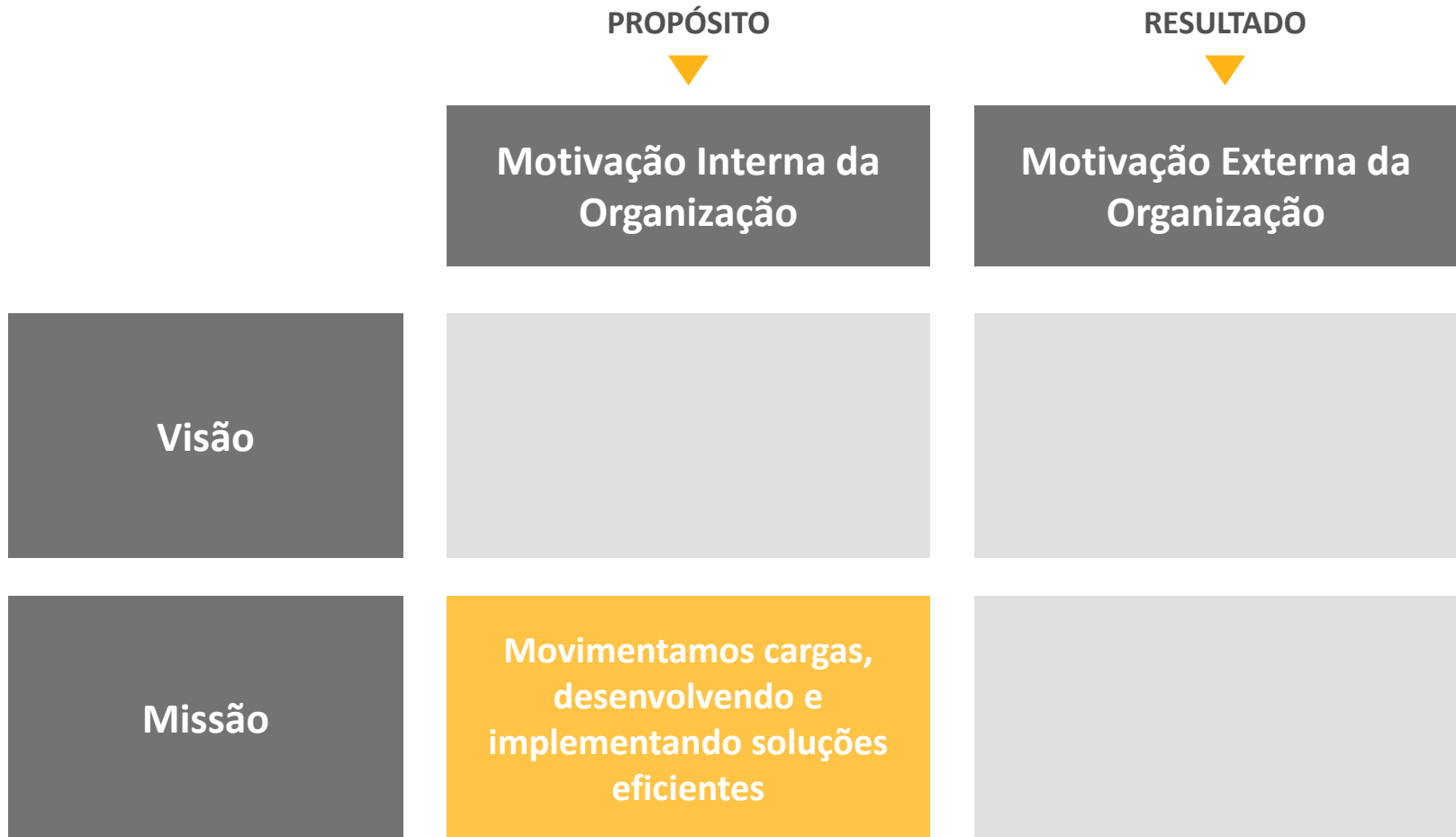
2

Qual é o propósito central da nossa existência?

3

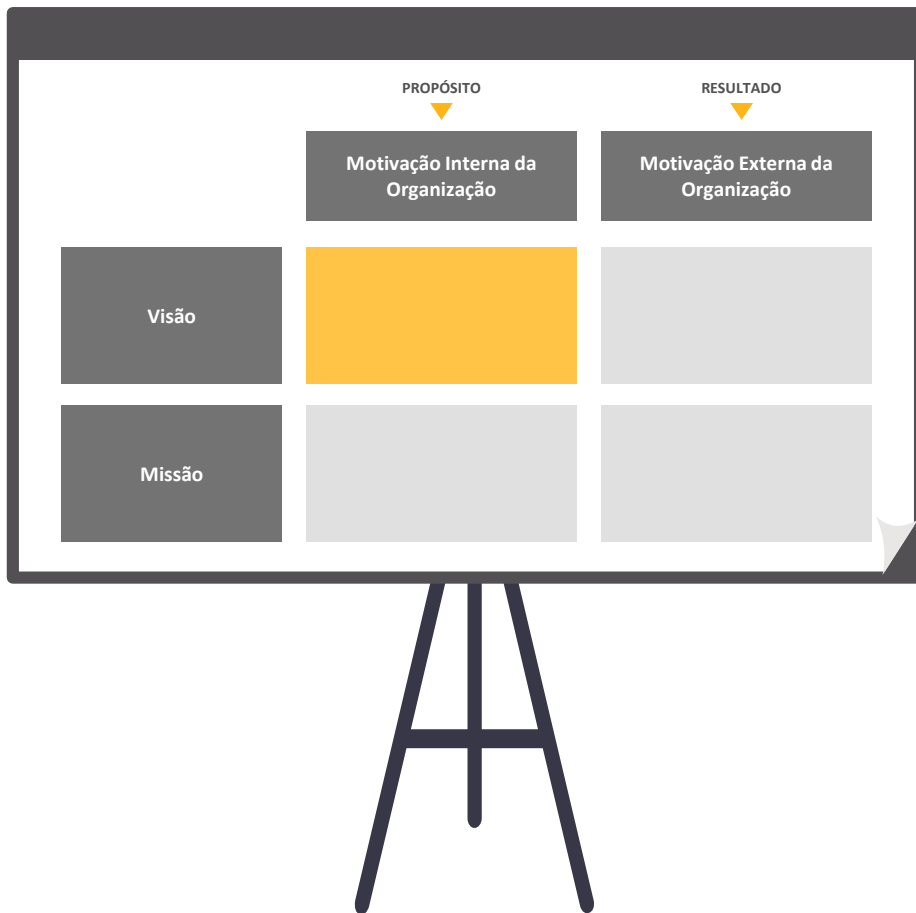
O que precisamos fazer para crescer e nos desenvolver como organização?

# EXEMPLO DA CONSTRUÇÃO DAS DECLARAÇÕES DE UMA EMPRESA DE LOGÍSTICA



EXEMPLO

## PASSO 2: ASPECTOS INTERNOS DA VISÃO



Algumas perguntas podem ser utilizadas de forma a provocar uma reflexão estruturada sobre os **aspectos internos da Visão** de uma organização

1

Qual é o nosso negócio principal?

2

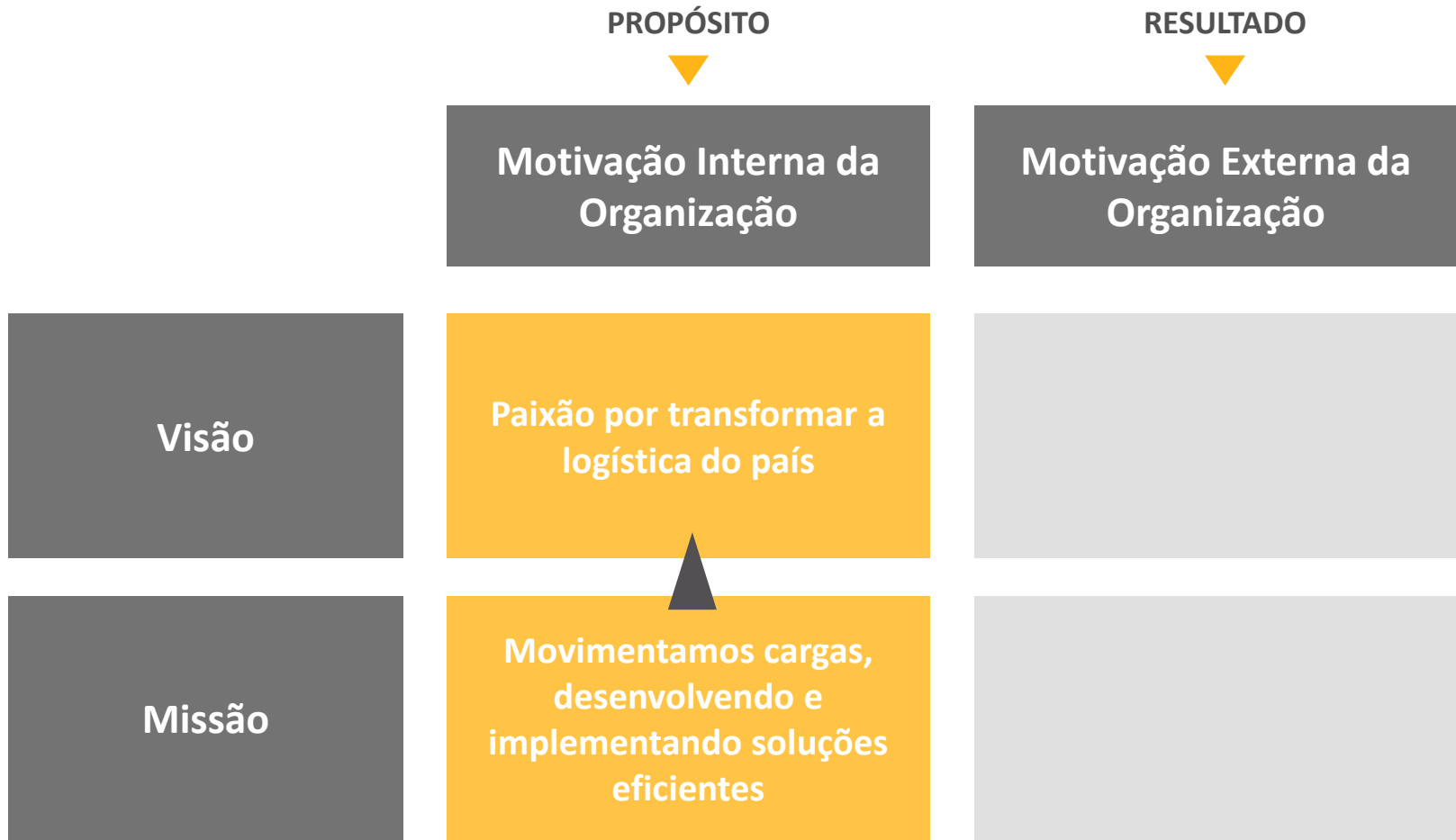
O que nos movimenta e nos instiga?

3

Qual é o nosso sonho maior como integrantes da organização?

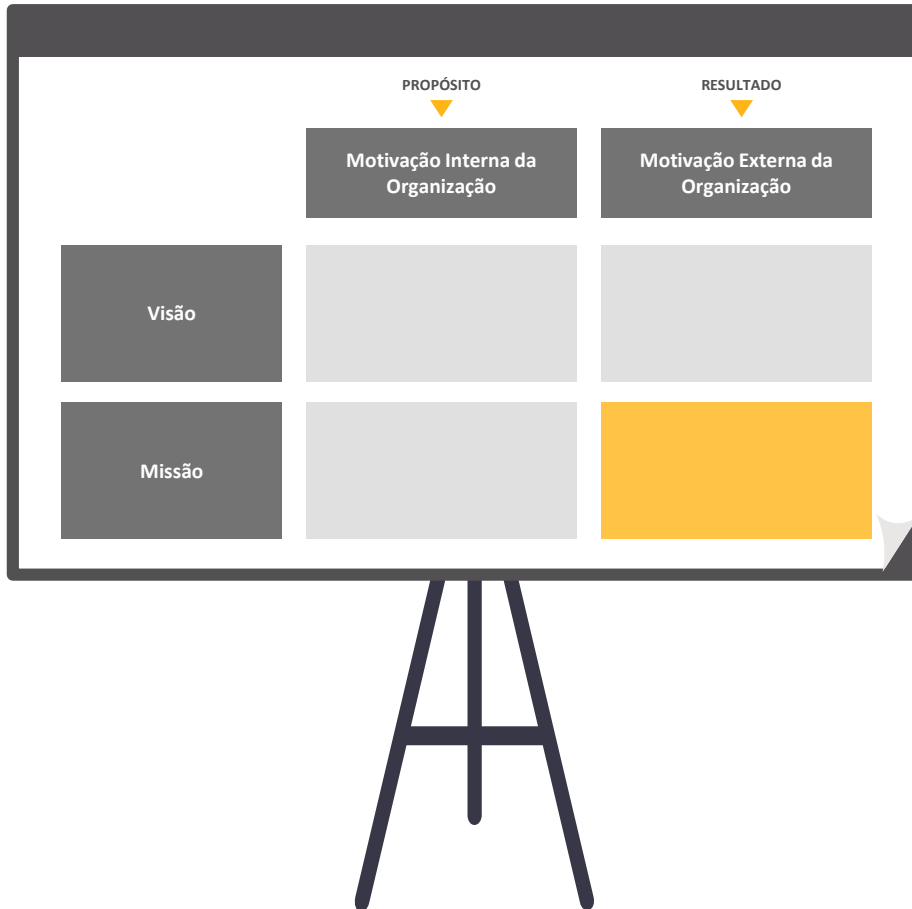


# EXEMPLO DA CONSTRUÇÃO DAS DECLARAÇÕES DE UMA EMPRESA DE LOGÍSTICA



EXEMPLO

## PASSO 3: ASPECTOS EXTERNOS DA MISSÃO



Algumas perguntas podem ser utilizadas de forma a provocar uma reflexão estruturada sobre os **aspectos externos da Missão** de uma organização

1

Por quê queremos ter essa missão?

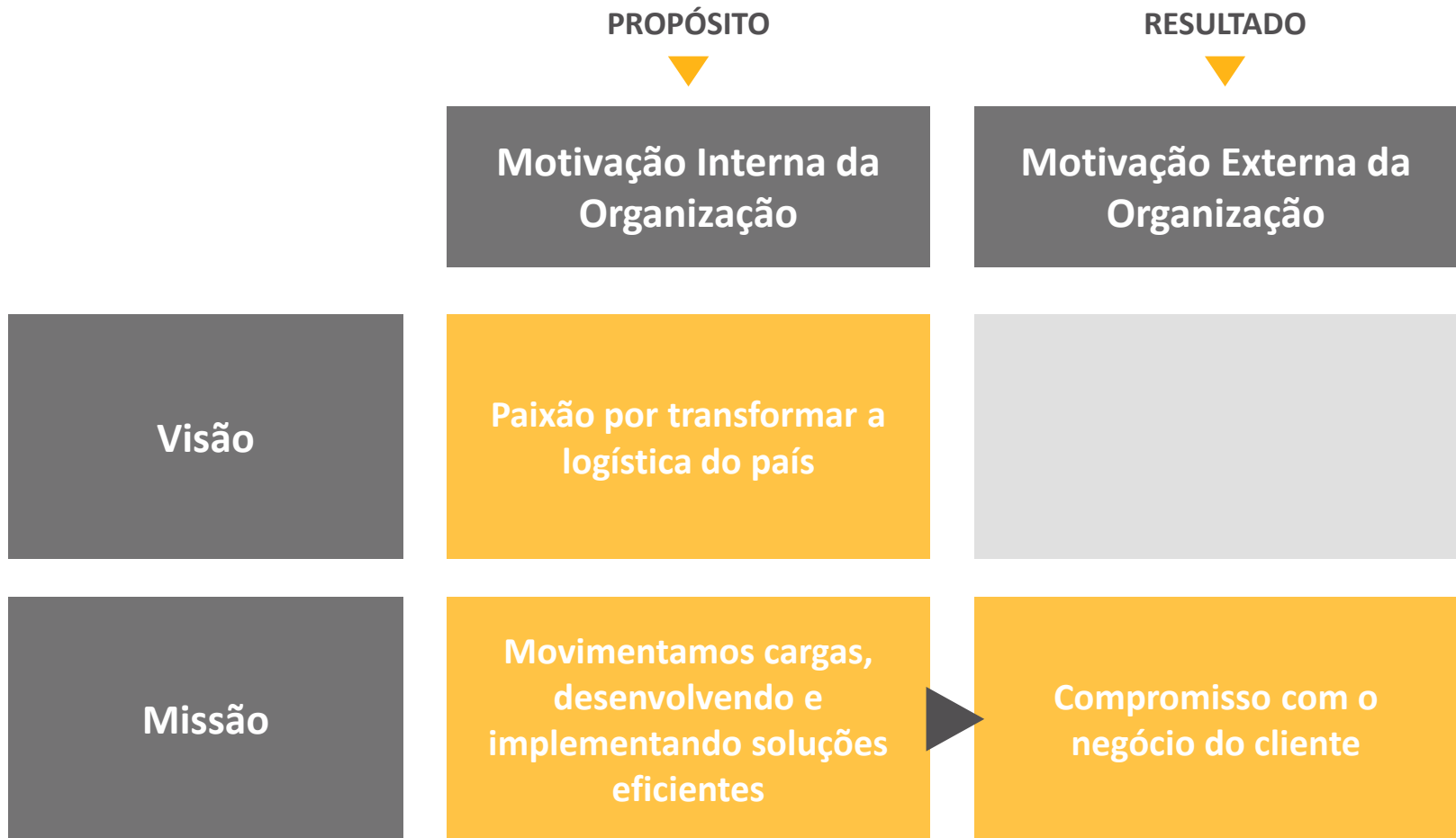
2

Qual é a nossa proposta de valor? O que entregamos aos clientes

3

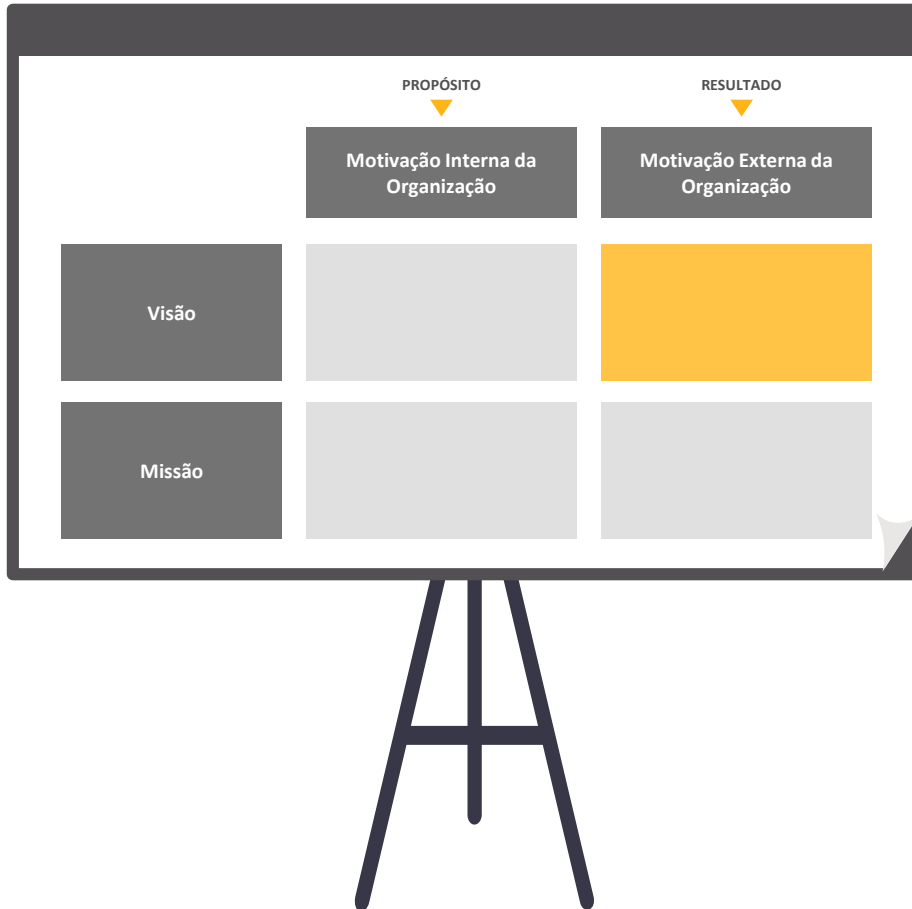
Como entregaremos esse valor?

# EXEMPLO DA CONSTRUÇÃO DAS DECLARAÇÕES DE UMA EMPRESA DE LOGÍSTICA



EXEMPLO

## PASSO 4: ASPECTOS EXTERNOS DA VISÃO



Algumas perguntas podem ser utilizadas de forma a provocar uma reflexão estruturada sobre os **aspectos externos da Visão** de uma organização

1

O que queremos atingir no horizonte de planejamento da empresa?

2

Em que nicho de atuação?

3

De maneira geral, como vamos atingir isso?

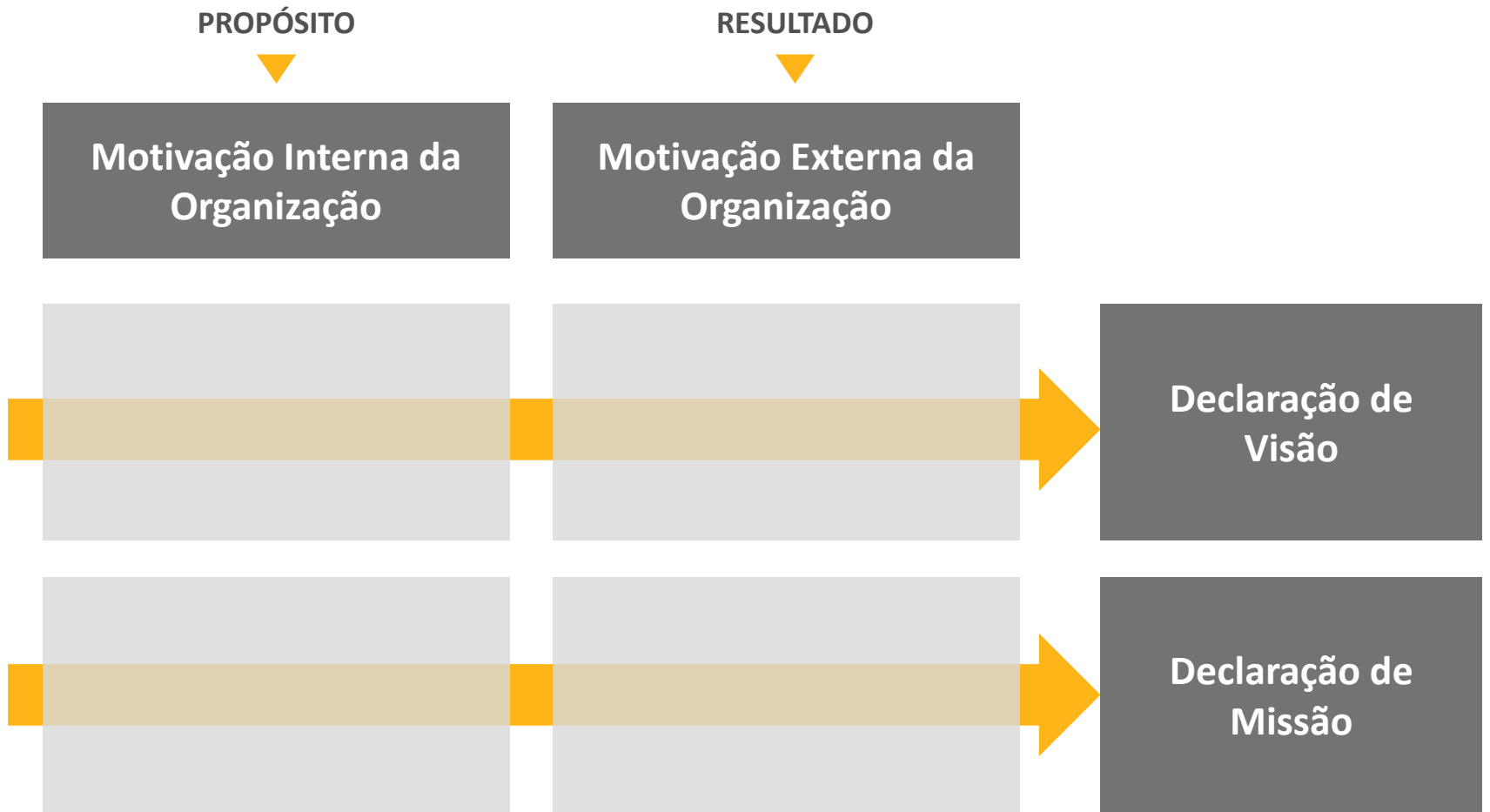
# EXEMPLO DA CONSTRUÇÃO DAS DECLARAÇÕES DE UMA EMPRESA DE LOGÍSTICA



EXEMPLO



# ▶ COMO CONSTRUIR UMA VISÃO E MISSÃO



Fonte: Barret (2000). Libertando a Alma da Empresa. Editora Cultrix.

# EXEMPLO DA CONSTRUÇÃO DAS DECLARAÇÕES DE UMA EMPRESA DE LOGÍSTICA



EXEMPLO

## 2º TRABALHO EM GRUPO

# FORMULAÇÃO DE PROPOSTAS DE MISSÃO E VISÃO

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO  
2016-2019

# O QUE SERÁ FEITO?

1

## Preenchimento do *template* de construção da Missão e Visão

*Cada quadrante apresenta elementos que compõe a descrição de uma missão e visão. Utilize-os, além das perguntas complementares, para auxiliar na redação.*

**DICA:** não se atenham à redação neste primeiro momento, foquem em chegar a um consenso sobre a essência das respostas dos quadrantes

**2º TRABALHO EM GRUPO – MISSÃO E VISÃO**  
Material de apoio para a proposição de missão e visão

Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento  
GOVERNO FEDERAL  
BRASIL  
PATRIA EDUCADORA

**PROPOSTA**

Motivação Interna da Organização	Motivação Externa da Organização
<b>O QUE FAÇO?</b> 1- Qual é a nossa principal atividade? 2- Qual é a proposta central de nossa existência?	<b>PARA QUE OU PORQUE FAÇO?</b> 1- Porque queremos ter esse impacto? 2- Qual é a nossa proposta de valor? (o que entregamos aos clientes?) 3- Como entregamos esse valor?
<b>ONDE QUEREMOS CHEGAR?</b> 1- O que nos movimenta e nos inspira? 2- O que precisamos fazer para crescer e nos desenvolver como organização? 3- Qual é a nossa sonho maior como integrantes da organização?	<b>COMO QUERO INFLUENCIAR O CONTEXTO EM QUE ATUAMOS?</b> 1- O que queremos atingir no horizonte de planejamento da organização? 2- Em que contexto de atuação quero atuar e ser reconhecido? 3- De maneira geral, como vamos atingir isso?

**PROPOSTA DO GRUPO**

MISSÃO

VISÃO



# O QUE SERÁ FEITO?

2

## Construção da proposta de Missão e Visão

*Com base nas respostas dos quadrantes da etapa anterior, o Grupo deve discutir a redação da proposta missão e a visão do Ministério para os próximos 4 anos.*

**ATENÇÃO:** *É comum que na plenária, algumas propostas de ajuste na redação sejam feitas. O mais importante é deixar clara a essência que o grupo pretende na proposta de missão e visão.*

**2º TRABALHO EM GRUPO – MISSÃO E VISÃO**  
Material de apoio para a proposição de missão e visão

PROPOSITO

Motivação Interna da Organização

**O QUE FAÇO?**  
1- Qual é a nossa principal atividade?  
2- Qual é a principal atividade da nossa existência?

Motivação Externa da Organização

**PARA QUE OU PORQUE FAÇO?**  
1- Porque queremos ter essa missão?  
2- Qual é a nossa proposta de valor? (o que entregamos aos clientes?)  
3- Como entregamos esse valor?

**ONDE QUEREMOS CHEGAR?**  
1- O que nos motivamos e nos inspira?  
2- O que precisamos fazer para crescer e nos desenvolver como organização?  
3- Qual é o nosso sonho maior como integrantes de organização?

**COMO QUERO INFLUENCIAR O CONTEXTO EM QUE ATUAMOS?**  
1- O que queremos atingir no horizonte de planejamento da organização?  
2- Em que contexto de atuação quero atuar e ser reconhecido?  
3- De maneira geral, como vamos atingir isso?

PROPOSTA DO GRUPO

MISSÃO

VISÃO

Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento

GOVERNO FEDERAL  
BRASIL  
PÁTRIA EDUCADORA



# O QUE SERÁ FEITO?

3

## Ao final, registro da proposta do grupo na Ficha de Resposta

*Indique o nome do grupo e a proposta de redação da missão e visão para a discussão e votação em plenária.*

**PROPOSTA DE MISSÃO E VISÃO**  
1º Workshop de Revisão do Planejamento Estratégico

GRUPO

PROPOSTA DE MISSÃO

PROPOSTA DE VISÃO

Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento

BRASIL  
SEGURANÇA ALIMENTAR E NUTRICIONAL

Revisão do Planejamento Estratégico do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (2016-2019)

# DIVISÃO DOS GRUPOS

## GRUPO VERMELHO

### NOME

Abdon Rocha Brandão  
Alexandre Bueno Chaves  
Aline Mirilli Mac Cord  
Antonio Eduardo Reis  
Antonio Luiz Machado de Moraes  
Arno Jerke Junior  
Carlos Alberto Nunes Batista  
Cid Jorge Caldas  
Flávia Cavalcante  
Guilherme Marques  
Gustavo Bracale  
José Maria dos Anjos  
Keila Iwasse Evangelista  
Luz Weber Baladão  
Marcelo Fernandes Guimarães  
Marcus Vinicius Segurado Coelho  
Mauricio Buccioli Guernelli  
Paulo Roberto Cardoso  
Paulo Sergio Vilches Fresneda  
Wagner Silva Risso

## GRUPO AMARELO

### NOME

Aline Fagundes  
Alvaro Antonio Viana  
Claudia Valeria Goncalves C. de Sá  
Edmir Celestino Ferraz  
Ariane Inez da Costa Fernandes  
Carlos Henrique Pizarro  
Emerson de Stefani  
Cláudia Marinelli  
Hugo Borges Rodrigues  
João Antonio Fagundes Salomão  
Marconni Sobreira  
Raissa de Almeida Papa  
Helder Moreira Borges  
Joao Frattini Ramos  
Gustavo Pereira da Silva Filho  
Jean Carlo Cury Manfredini  
Neuza Arantes Silva  
Sergio Garcia Fernandes  
Paulo Morceli

## GRUPO AZUL

### NOME

Ana Lúcia de Passos Curado  
Andressa Beig Jordão  
Elisio Contini  
Fernando José Ferreira da Silva  
Andyara Maria Gomes P. Schimin  
Elieser Barros Correia  
Fatima Chieppe Parizzi  
Hideraldo José Coelho  
Janaína Macedo Freitas  
João Roberto Santana Artusi  
Marcelo Cabral Santos  
Jefferson de Alcântara Silva  
Kelly Lemos da Silva  
Leandro Vergara Raimundi  
Lucia Aida Assis de Lima  
Moisés Colonna Vasconcelos  
Pedro Alves Corrêa Neto  
Wilson Vaz de Araújo  
Rafael Requião

## AUDITÓRIO GRUPO VERDE

### NOME

Alberto Luiz Pinto Coelho Fonseca  
Antonio Luis Machado de Moraes  
Alvaro Avila do Nascimento Inácio  
Antonio Flávio Dias Avila  
Fabricio Santana Santos  
Gutemberg Barone de Araújo  
Francisco Fujita de Castro Mello  
José Garcia Gasques  
Sílvio Farnese  
Vitor Ozaki  
Jorge Oliveira Correia Júnior  
Luis Eduardo Pacifici Rangel  
Manuel Vitorino Sousa Neto  
Antonio Siqueira Assreuny  
Fernando Antonio Rodrigues Nogueira  
Kepler Euclides filho  
Maria Aparecida Fabri Pessanha  
Mariana Coelho de Sena  
Marilia Pereira Carvalho  
Talita Lima Lemes

# TEMPLATE DO TRABALHO EM GRUPO

## PROPÓSITO

## RESULTADO

### Motivação Interna da Organização

### Motivação Externa da Organização

### PROPOSTA DO GRUPO

#### O QUE FAÇO?

- 1- Qual é o nosso principal negócio?
- 2- Qual é o propósito central da nossa existência?

#### PARA QUE OU PORQUE FAÇO?

- 1- Porque queremos ter essa missão?
- 2- Qual é a nossa proposta de valor? (o que entregamos aos clientes?)
- 3- Como entregamos esse valor?

#### MISSÃO

#### ONDE QUEREMOS CHEGAR?

- 1- O que nos movimenta e nos instiga?
- 2- O que precisamos fazer para crescer e nos desenvolver como organização?
- 3- Qual é o nosso sonho maior como integrantes da organização?

#### COMO QUERO INFLUENCIAR O CONTEXTO EM QUE ATUAMOS?

- 1- O que queremos atingir no horizonte de planejamento da organização?
- 2- Em que contexto de atuação quero atuar e ser reconhecido?
- 3- De maneira geral, como vamos atingir isso?

#### VISÃO



# CONSOLIDADO DOS GRUPOS

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO  
2016-2019

# O QUE SERÁ FEITO?

1

## Apresentação das Propostas

*O resultado do trabalho em grupo será apresentado por um representante do grupo por até 3 min.*

2

## Votação

*Cada participante terá direito à 2 votos: em 1 missão e 1 visão.*

***As duas propostas mais votadas serão remetidas à Alta Liderança para apreciação e decisão***



# PROPOSTAS DE **MISSÃO**

**1**

**Promover o desenvolvimento sustentável e a competitividade das cadeias produtivas agropecuárias em benefício da sociedade brasileira**

**2**

**Promover o desenvolvimento sustentável e a competitividade da agropecuária com vistas ao bem estar social e econômico do Brasil**

**3**

**Promover o desenvolvimento sustentável e a competitividade do agronegócio em benefício da sociedade brasileira**

**4**

**Promover e assegurar o desenvolvimento sustentável da agropecuária em benefício da sociedade**

# PROPOSTAS DE VISÃO

1

**Ser reconhecido pela agilidade e qualidade na formulação e implementação de políticas públicas para o desenvolvimento sustentável das cadeias produtivas agropecuárias**

2

**Ser excelente na formulação e execução de políticas e serviços públicos para o desenvolvimento sustentável da agropecuária, obtendo a confiança e a satisfação da sociedade brasileira**

3

**Ser referência mundial na elaboração e implementação das políticas públicas para o desenvolvimento sustentável do agronegócio**

4

**Ser reconhecido como órgão de excelência na formulação de políticas públicas e na prestação de serviços para a sociedade**

“

## **MISSÃO 1**

“Promover o desenvolvimento sustentável e a competitividade do agronegócio em benefício da sociedade brasileira”

## **VISÃO 1**

“Ser referência mundial na elaboração e implementação das políticas públicas para o desenvolvimento sustentável do agronegócio”

## **MISSÃO 2**

“Promover o desenvolvimento sustentável e a competitividade da agropecuária com vistas ao bem estar social e econômico do Brasil”

## **VISÃO 2**

“Ser reconhecido como órgão de excelência na formulação de políticas públicas e na prestação de serviços para a sociedade”

”

# PRÓXIMOS PASSOS

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO  
2016-2019



# PRÓXIMOS PASSOS



## ETAPA 1 Análise do Ambiente (OUTUBRO)



- **Consolidação** das contribuições dos materiais desta fase
- **Apresentação das propostas** de Missão e Visão para a **Liderança**
- Coleta das **Diretrizes Estratégicas** para a formulação da estratégia



## ETAPA 2 Formulação da Estratégia (OUT - NOV)



- **26 a 29 de outubro** - *Brainstorming* de objetivos com as áreas, para participação dos Coordenadores-Gerais
- **11 de novembro** - Apresentação do consolidado de Propostas das áreas e priorização dos objetivos pelos Diretores
- **20 a 26 de novembro** - Retorno às áreas para detalhamento de indicadores, metas e projetos



## ETAPA 3 Desdobramento da Estratégia

\* *Datas previstas, podendo sofrer alterações conforme a necessidade.*

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO  
2016-2019

**OBRIGADO!**