



CISABRC

O PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO COMO INSTRUMENTO DE SUSTENTABILIDADE DO SANEAMENTO

Cíntia Maria Ribeiro Vilarinho
Analista Econômico-Financeira



CISABRC

Consórcio Intermunicipal
de Saneamento Básico
Região Central

Consórcio Intermunicipal de Saneamento Básico Região Central
Regulação e Fiscalização dos Serviços de Saneamento
www.cisabrc.com.br





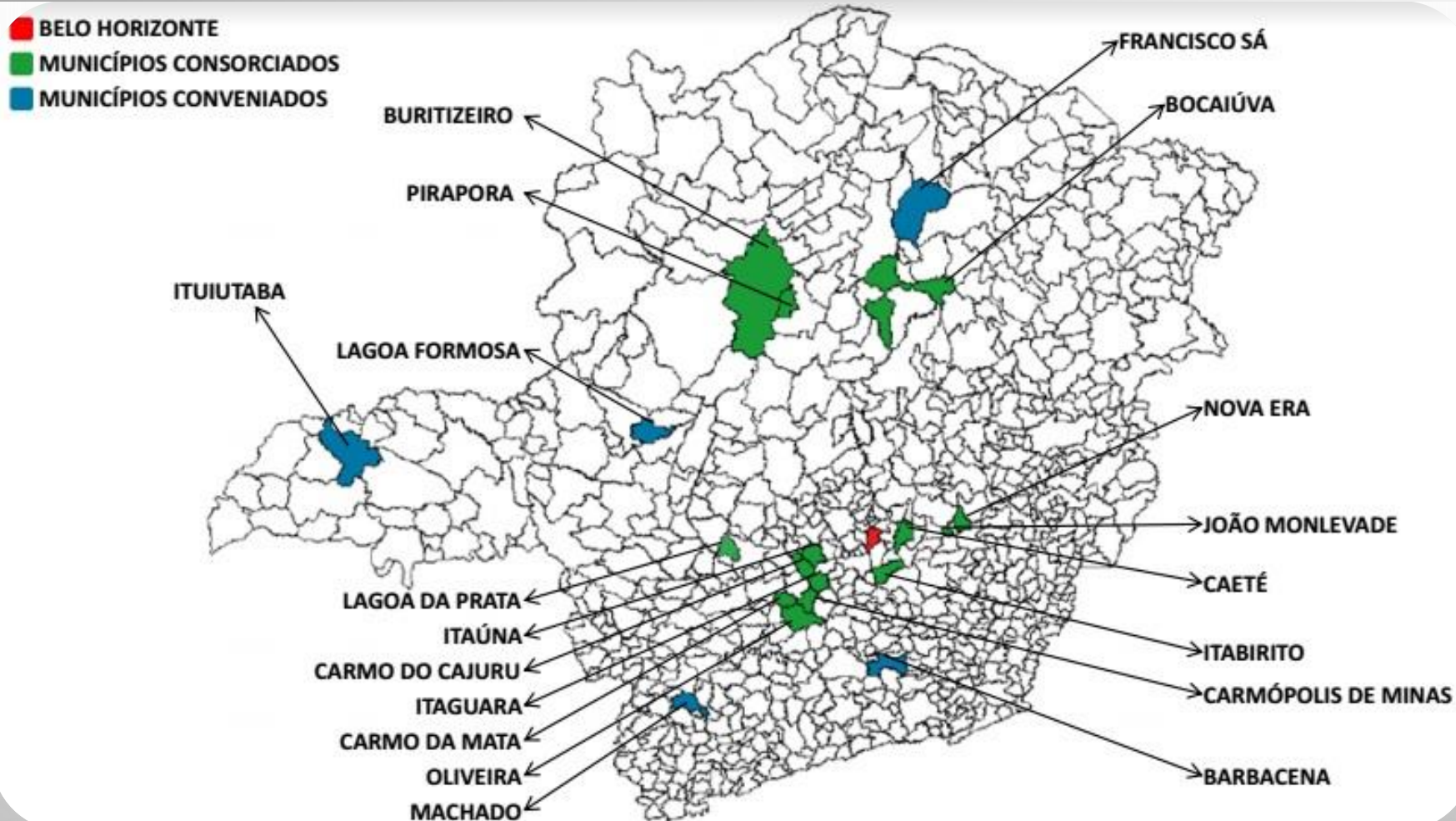
Regulação e fiscalização de serviços de saneamento

Consórcio Intermunicipal de Saneamento Básico Região Central
Regulação e Fiscalização dos Serviços de Saneamento
www.cisabrc.com.br



19 municípios consorciados ou conveniados

≈ 1 milhão de habitantes



MARCOS DA LEI 11.445/07:

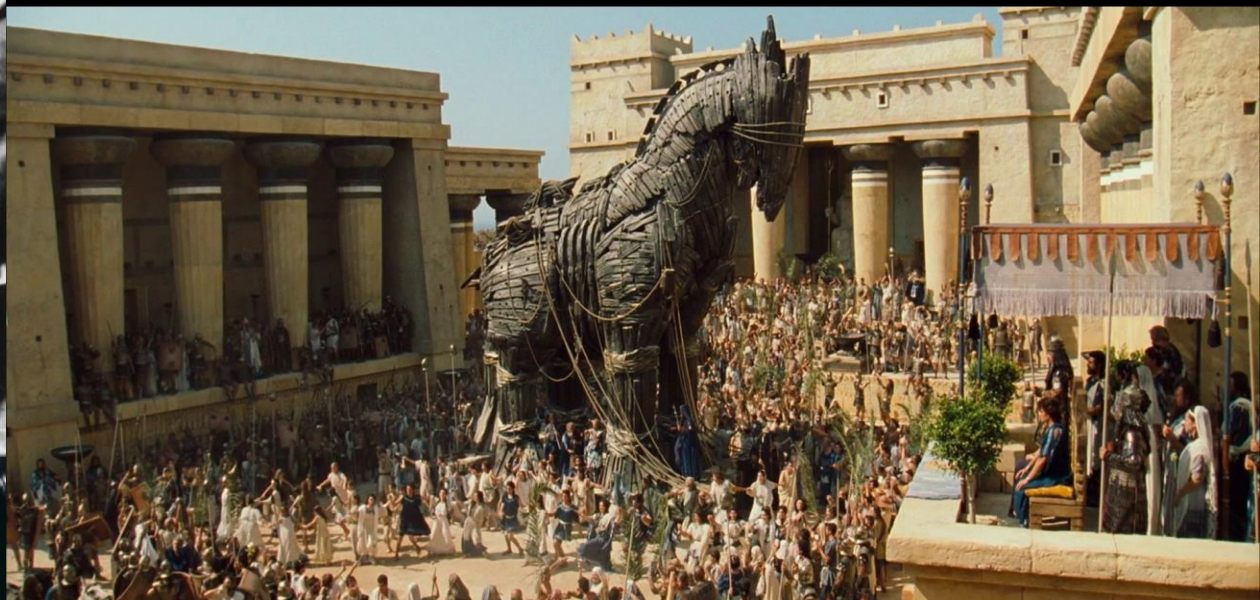
1º PLANEJAMENTO

2º REGULAÇÃO

3º CONTROLE SOCIAL



Plano Municipal de Saneamento Básico





Consórcio Intermunicipal de Saneamento Básico Região Central
Regulação e Fiscalização dos Serviços de Saneamento
www.cisabrc.com.br





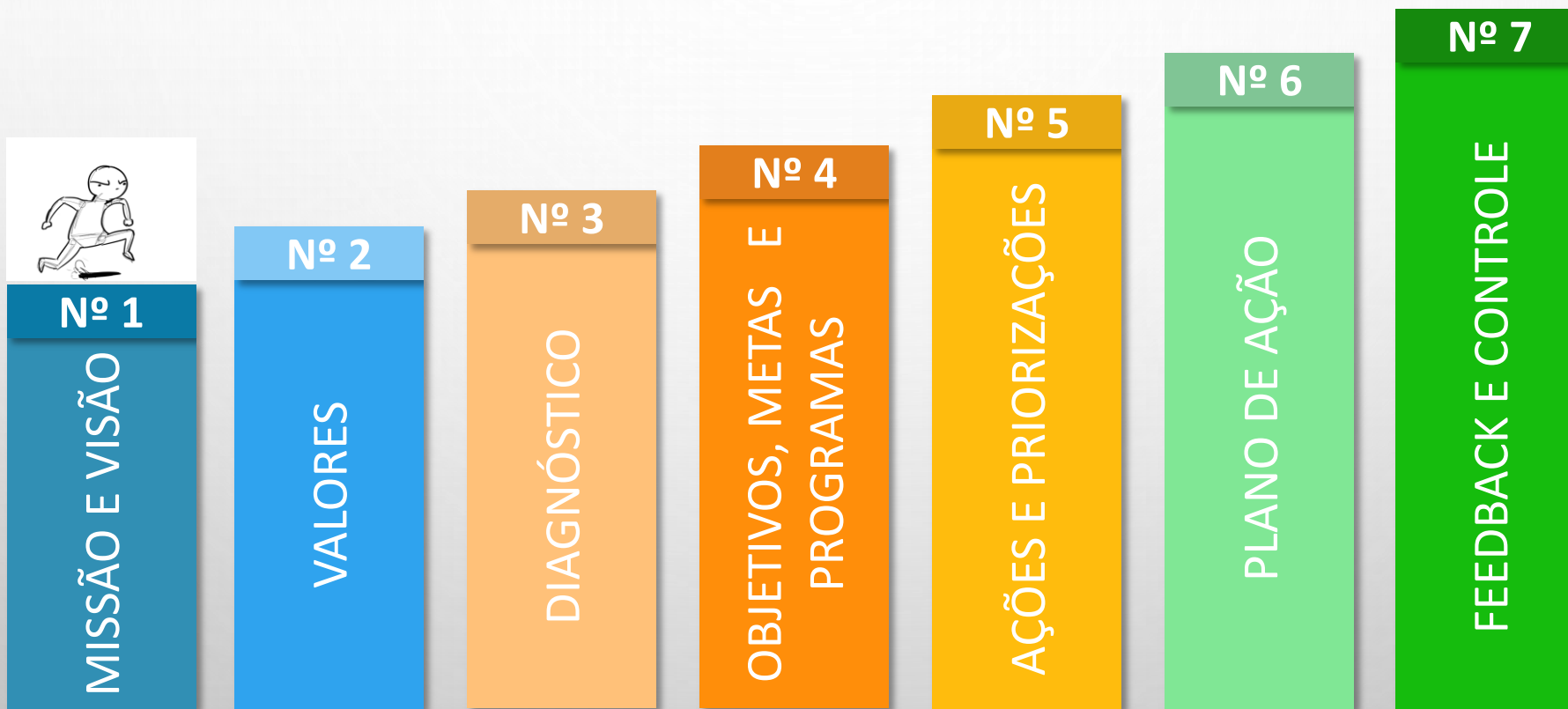
Plano Municipal de Saneamento Básico

Planejamento Estratégico



7 passos

para o Planejamento Estratégico



MISSÃO
(A razão de ser)

VISÃO
(Aonde se quer chegar)



MISSÃO
(A razão de ser)

VISÃO
(Aonde se quer chegar)

RESÍDUOS SÓLIDOS



ÁGUA

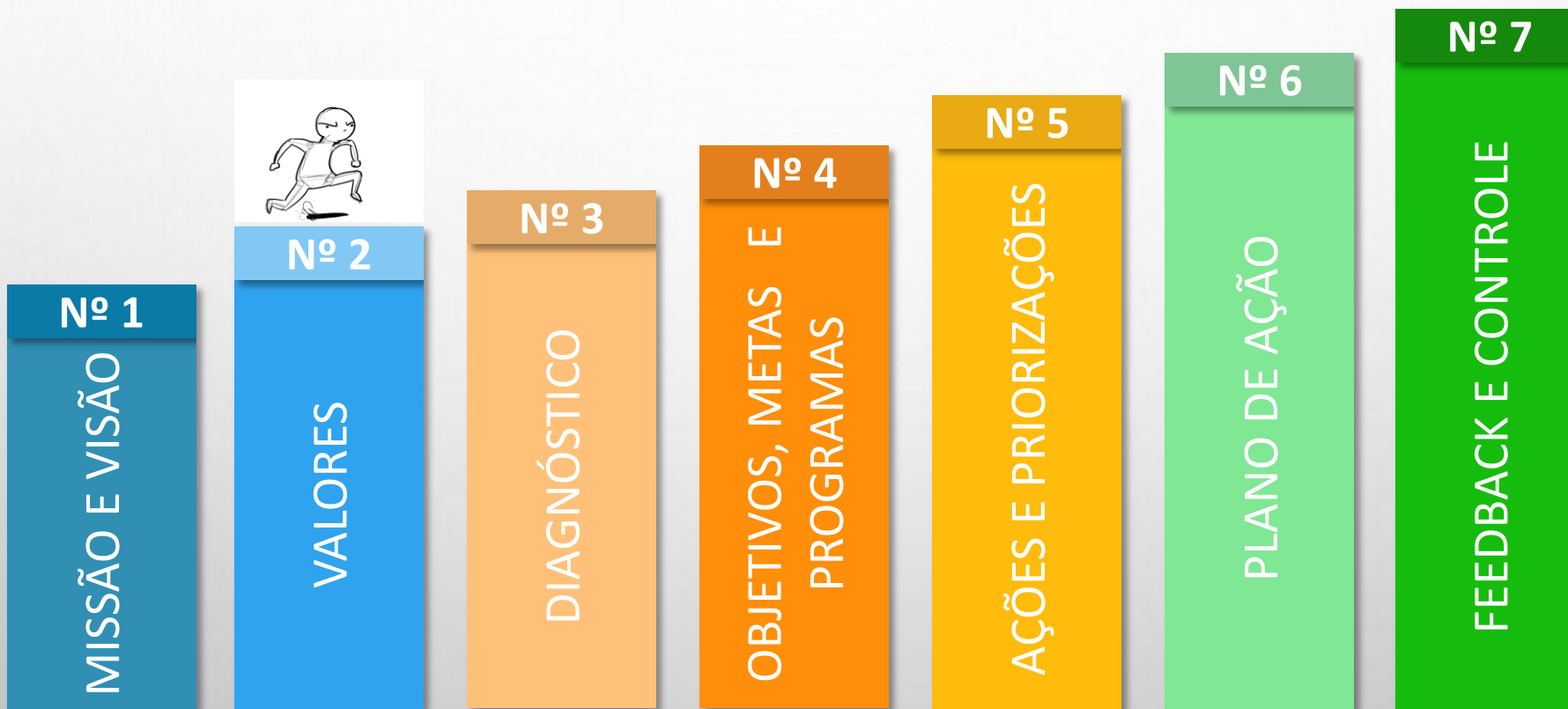


DRENAGEM

ESGOTO

7 passos

para o Planejamento Estratégico





Coca-Cola FEMSA

Incorporar nos colaboradores a Estratégia da Coca Cola FEMSA



Missão

Satisfazer e agradar com excelência o consumidor de bebidas

Visão

Ser a melhor engarrafadora de mundo, reconhecida pela sua excelência operativa e qualidade dos seus colaboradores

Valores

Inovação e Criatividade
Qualidade e produtividade
Respeito, Desenvolvimento Integral e Excelência do Pessoal
Honestidade, Integridade e Austeridade
Paixão pelo Serviço e Foco no Cliente/Consumidor

**PRAZO
DEFINIDO**





7 passos

para o Planejamento Estratégico





Matriz FOFA

Matriz SWOT

Pontos fortes, pontos fracos, oportunidades e ameaças

Formulário Modelo

7 passos

para o Planejamento Estratégico



**RESULTADO DO
DIAGNÓSTICO**



**IDENTIDADE
ORGANIZACIONAL**



7 passos

para o Planejamento Estratégico



1. AS RECLAMAÇÕES DOS CLIENTES SÃO REGISTRADAS E TRATADAS? Quando ocorre uma reclamação é necessário que a empresa registre-a e a trate adequadamente, de forma a garantir a satisfação e a continuidade da utilização dos produtos e serviços pelos clientes. O tratamento das reclamações consiste na pronta solução do problema junto ao cliente e, posteriormente, na identificação das suas causas e eliminação por meio de ações apropriadas, evitando a repetição. As reclamações corretamente tratadas podem contribuir para a fidelização dos clientes.

- | | | |
|-------------------------------------|----|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> | a. | Não são disponibilizados canais de comunicação para os clientes apresentarem suas reclamações. |
| <input type="checkbox"/> | b. | As reclamações recebidas não são registradas e são tratadas ocasionalmente. |
| <input type="checkbox"/> | c. | As reclamações recebidas são registradas e tratadas regularmente. |
| <input type="checkbox"/> | d. | As reclamações recebidas são registradas e tratadas regularmente, e o cliente é informado da solução dada à sua reclamação. |

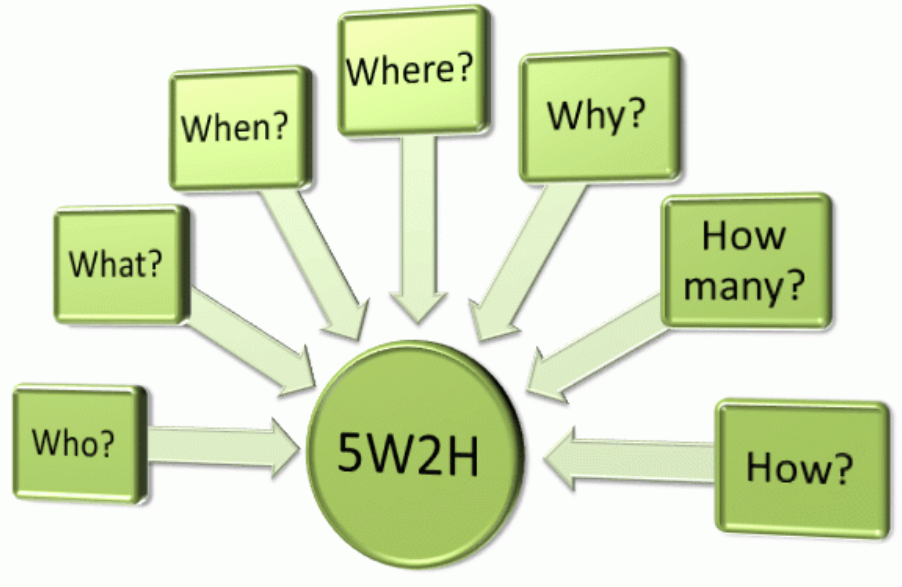
AÇÕES:

1. Criar canais de comunicação para receber as manifestações dos usuários.
2. Implantar um sistema de Ouvidoria.
3. Implantar metodologia de tratamento das manifestações dos usuários.

7 passos

para o Planejamento Estratégico





O que fazer?	Por que fazer?	Quem?	Como fazer?	Quando fazer?	Onde fazer?	Quanto custa?
Ação 1
Ação 2
Ação 3

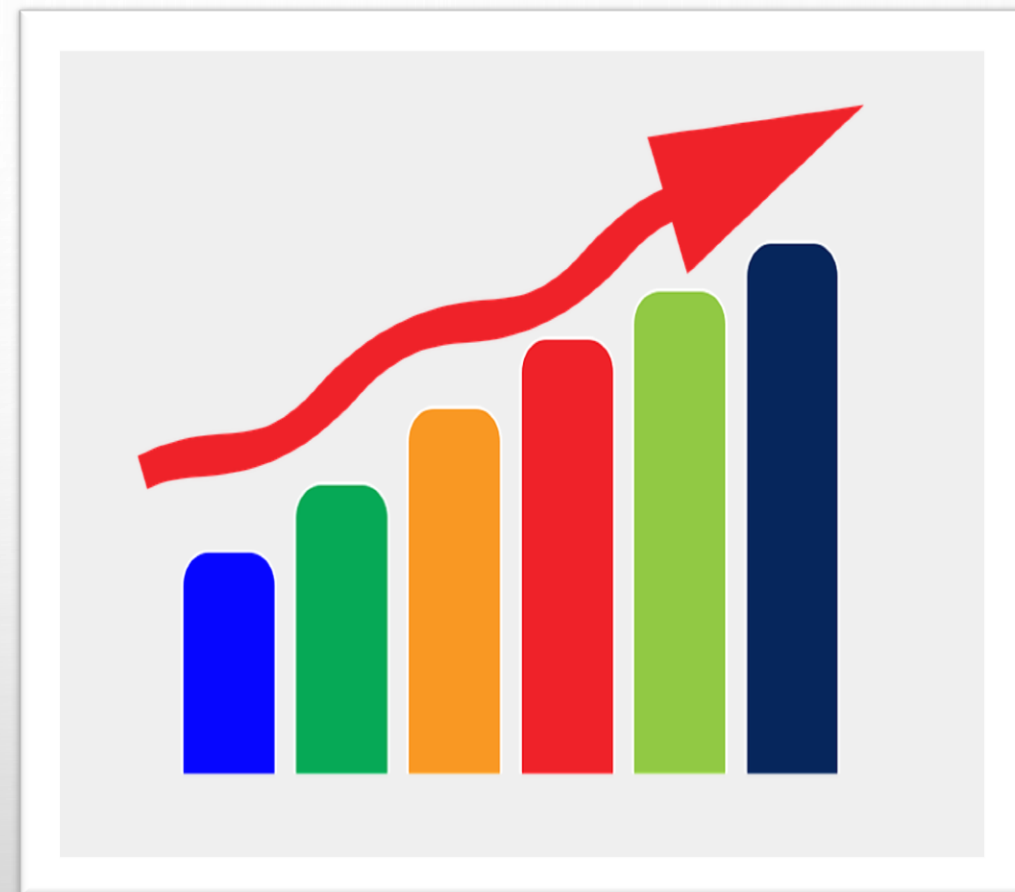
7 passos

para o Planejamento Estratégico





Back





GESTÃO ESTRATÉGICA

**Plano Municipal de
Saneamento Básico**

**Aplicação dos
recursos**

**Satisfação dos
usuários**



**AGRADECEMOS
A ATENÇÃO!**



CISABRC

www.cisabrc.com.br
analista.finan@cisabrc.com.br
(31) 3789-6125 | 3786-6125