

# Respostas da Revisão de conteúdo!!

## Resposta questão 1

- **Visão Baseada em Recursos (RBV):**  
*A vantagem vem de **recursos internos** valiosos e difíceis de copiar.*  
*Exemplo: Coca-Cola (marca e fórmula secreta).*
- **Visão Baseada no Mercado (MBV):**  
*A vantagem vem do **posicionamento no mercado** e da análise da concorrência.*  
*Exemplo: Amazon (responde às demandas do mercado).*
- **Visão dos Stakeholders:**  
*Considera os **interesses de todas as partes envolvidas**, como clientes, funcionários e sociedade.*  
*Exemplo: Natura (sustentabilidade e responsabilidade social).*
- **Visão Dinâmica:**  
*A vantagem está na **adaptação e inovação contínua**.*  
*Exemplo: Netflix (evolução para streaming e produção própria).*

## Resposta questão 2

A visão sistêmica nos modelos de gestão entende a organização como um conjunto de partes interligadas, onde cada setor ou processo influencia o todo. Essa abordagem melhora a tomada de decisões, permite maior adaptação às mudanças e favorece a eficiência integrada da empresa.

### Exemplo prático – Cadeia de Valor:

Em uma **empresa de alimentos congelados**:

- **Atividades primárias:**
  - Logística interna (armazenagem de ingredientes),
  - Produção (fabricação dos alimentos),
  - Distribuição (entrega a supermercados),
  - Marketing e vendas (promoções),
  - Serviço (atendimento ao cliente).
- **Atividades de suporte:**
  - Recursos humanos (treinamento),
  - Tecnologia (inovação em embalagens),
  - Infraestrutura (administração),
  - Compras (matéria-prima).

### Resposta questão 3

A cultura organizacional é o conjunto de valores, crenças, normas e comportamentos que definem como uma empresa funciona. Ela influencia diretamente a forma como os colaboradores agem, se comunicam e tomam decisões, moldando o ambiente interno e o clima organizacional.

Essa cultura impacta o **alinhamento entre a estratégia empresarial e o comportamento dos colaboradores** porque, quando os valores e a missão da empresa estão claros e bem definidos, os funcionários se sentem mais engajados e direcionados para alcançar os objetivos estratégicos. Por exemplo, em uma cultura voltada para a **inovação**, como a do Google, os colaboradores são incentivados a experimentar novas ideias, o que apoia estratégias focadas em diferenciação e criatividade.

Assim, uma cultura forte e alinhada contribui para a **produtividade, retenção de talentos e vantagem competitiva**, enquanto uma cultura desalinhada pode gerar conflitos, baixa performance e resistência à mudança.

### Resposta Questão 4

O **COBIT** (Control Objectives for Information and Related Technology) é um framework de governança e gestão de TI criado para alinhar a tecnologia da informação aos objetivos estratégicos da empresa, garantindo controle, eficiência, segurança e conformidade.

#### Objetivos principais do COBIT:

- Alinhar TI ao negócio;
- Gerar valor para as partes interessadas;
- Reduzir riscos e garantir conformidade;
- Definir responsabilidades claras e processos bem estruturados;
- Melhorar desempenho, segurança e tomada de decisões em TI.

#### Como o COBIT garante a governança de TI:

O COBIT fornece **princípios, domínios e componentes** que ajudam a organizar e controlar a área de TI. Por exemplo:

- A **alta gestão** avalia e direciona (domínio **EDM**),
- A equipe de TI planeja e executa ações (**APO** e **BAI**),
- Os resultados são monitorados e avaliados (**MEA**),
- A cultura, processos e políticas são ajustados continuamente.

#### Exemplo prático:

Uma empresa quer aumentar a **satisfação do cliente**. A TI, alinhada ao COBIT, **implementa um novo sistema de atendimento (BAI)**, **monitora a performance e os incidentes (MEA)**, e **ajusta processos conforme necessário**, garantindo assim a **governança efetiva e resultados sustentáveis**.

## Resposta questão 5

Um **Sistema Integrado de Gestão (SIG)**, também conhecido como **ERP (Enterprise Resource Planning)**, é uma solução que **unifica os processos das diferentes áreas da empresa em um único sistema**, como finanças, RH, logística, vendas e produção. Suas principais características incluem:

- **Base de dados única;**
- **Atualização em tempo real;**
- **Automação de processos;**
- **Modularidade e padronização.**

**Benefícios para a tomada de decisão:**

- **Informações mais precisas e atualizadas**, o que permite **decisões mais rápidas e assertivas;**
- **Redução de erros e retrabalho;**
- **Maior integração e controle dos processos internos;**
- **Facilidade em auditorias e conformidade com normas.**

## Resposta questão 6

**Supply Chain Management (SCM)** é a gestão da **cadeia de suprimentos**, que envolve todas as etapas desde a **compra de matérias-primas até a entrega do produto final ao cliente**. O objetivo é garantir eficiência, qualidade e satisfação do cliente ao longo de todo o processo.

**Etapas principais da cadeia de suprimentos:**

1. **Planejamento da Demanda:** Previsão das necessidades do mercado para planejar produção e compras.
2. **Aquisição de Materiais:** Seleção e gestão de fornecedores para obter os insumos necessários.
3. **Produção:** Transformação dos materiais em produtos acabados.
4. **Logística:** Armazenamento, transporte e distribuição até o consumidor final.

**Benefícios do Supply Chain Management:**

- **Eficiência operacional** com redução de custos e prazos;
- **Melhoria na qualidade** dos produtos e serviços;
- **Maior satisfação do cliente** com entregas pontuais e produtos disponíveis.

A integração do **Supply Chain com ERP e CRM** torna a gestão mais eficaz, conectando produção, estoque, vendas e atendimento ao cliente em uma única visão estratégica.

## Resposta questão 7

CRM (Customer Relationship Management) é uma estratégia e sistema utilizado pelas empresas para gerenciar o relacionamento com clientes, organizando informações, automatizando processos de vendas, marketing e atendimento, e melhorando a experiência do consumidor.

### Três formas pelas quais o CRM melhora o relacionamento com os clientes e aumenta a rentabilidade:

1. **Atendimento mais personalizado:** O CRM armazena dados detalhados sobre clientes, permitindo um serviço mais eficiente e direcionado, o que aumenta a satisfação e fidelização.
2. **Automação de vendas e marketing:** Com campanhas automatizadas e acompanhamento de leads, o CRM ajuda a **aumentar as vendas** e identificar oportunidades de **vendas cruzadas e upselling**.
3. **Fidelização de clientes:** Ao fortalecer o relacionamento por meio de interações mais consistentes e relevantes, o CRM contribui para **reduzir a rotatividade de clientes** e **aumentar a receita recorrente**.

## Resposta questão 8

Um sistema ERP (Enterprise Resource Planning) é uma solução de **gestão empresarial integrada** que automatiza e centraliza os processos de diferentes áreas da organização em **um único sistema**. Ele permite uma **visão unificada e em tempo real** do negócio, melhorando a comunicação e a eficiência interna.

### Como o ERP integra áreas de negócio:

- **Conecta setores como finanças, vendas, RH, logística e produção**, permitindo que compartilhem informações por meio de uma **base de dados única**.
- **Automatiza tarefas**, reduz erros e retrabalho.
- Facilita a **tomada de decisão estratégica**, com dados atualizados e confiáveis.

### Exemplos de módulos típicos em um ERP:

- **Financeiro:** Contas a pagar e receber, fluxo de caixa.
- **Recursos Humanos:** Folha de pagamento, controle de ponto.
- **Logística:** Gestão de estoque e compras.
- **Produção:** Planejamento e controle da produção.
- **Vendas e CRM:** Pedidos, faturamento e relacionamento com o cliente.

## Resposta questão 9

Para elaborar cenários estratégicos com a matriz **SWOT**, uma empresa iniciante que desenvolve produtos para pessoas cegas deve seguir os seguintes passos:

### 1. Coleta de dados internos e externos:

- **Forças:** Produtos acessíveis e inovadores; equipe comprometida com a inclusão.
- **Fraquezas:** Baixo capital inicial e marca pouco conhecida.
- **Oportunidades:** Crescente demanda por acessibilidade; incentivos governamentais.
- **Ameaças:** Concorrentes já estabelecidos; barreiras tecnológicas e de mercado.

### 2. Montagem da matriz SWOT:

Distribuir os itens entre Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças.

### 3. Geração de cenários (matriz TOWS):

- **SO:** Aproveitar a inovação para atender a demanda crescente por acessibilidade.
- **WO:** Buscar parcerias e apoio público para superar limitações financeiras.
- **ST:** Usar o diferencial do foco em inclusão para competir com grandes marcas.
- **WT:** Reduzir custos e adotar estratégias conservadoras no início.

## Resposta questao 10

O **Balanced Scorecard (BSC)** é uma ferramenta de gestão estratégica que traduz a estratégia organizacional em objetivos e indicadores mensuráveis, divididos em **quatro perspectivas interligadas**:

### 1. Financeira

- Foca nos resultados para os acionistas, como lucro e retorno sobre o investimento.
- Ex: margem de lucro, fluxo de caixa.

### 2. Clientes

- Avalia a percepção dos clientes sobre a empresa.
- Ex: satisfação do cliente, participação de mercado.

### 3. Processos Internos

- Identifica os processos que devem funcionar com excelência para satisfazer clientes e gerar valor.
- Ex: eficiência operacional, qualidade.

#### **4. Aprendizado e Crescimento**

- Trata do desenvolvimento das pessoas, cultura e inovação para sustentar o desempenho a longo prazo.
  - Ex: capacitação de funcionários, clima organizacional.
- 

#### **Como se relacionam**

**Capacitação da equipe (Aprendizado) → Melhoria dos processos internos →  
Maior satisfação dos clientes → Melhores resultados financeiros.**