

Grupo:

- Arthur Alexi
- Frederico
- Gabriel Lima
- Marcus Vinícius
- Nikolas
- Victor Hugo

Marque O se a característica apresentada for de um Objetivo e M se for de uma Meta

(O) Intangível

(O) Qualitativo

(M) Tangível

(M) Prazo mais curto

(M) Quantitativo

(O) Prazo mais longo

(M) Concreto

(M) Específico

(O) Abstrato

(O) Âmbito Amplo

A meta precisa ter um Valor e um Prazo. Transforme os Objetivos abaixo em duas metas.

A empresa deseja crescer no mercado do Nordeste.

1. Conhecer o mercado nordestino em 3 meses

2. Abrir uma filial no nordeste após 1 ano

Eu quero melhorar meu inglês.

1. Matricular em curso em 1 semana

2. Fazer um intercâmbio em 12 meses

A empresa deseja aumentar o volume do dinheiro aplicado em bancos para ser mais robusta durante crises.

1. Expandir sua carteira de investimentos - 1 ano

2. Melhorar o controle de gastos - 6 meses

Eu quero encontrar um emprego na área do meu curso.

1. Montar o currículo com as skills mais pedidas no Mercado -1 semana

2. Enviar currículos para empresas com vagas - até ser contratado

3) A meta precisa ser ao mesmo tempo desafiadora e alcançável. Com base neste raciocínio, identifique os problemas das metas a seguir:

- **O novo processo de software da empresa pretende reduzir em 2% o número de bugs nos softwares desenvolvidos até 2025**

O problema seria a porcentagem baixa para o tempo especulado. Uma solução adequada seria aumentar essa taxa em até 40%

- **Nossa startup fundada em 2019 pretende ser líder do mercado global do mercado de redes sociais até 2027.**

Nesse caso, foi especulado um objetivo e não as metas para alcançá-lo. O adequado seria desenvolver metas a fim de contemplar o objetivo de se tornar líder no mercado das redes sociais.

- **A nova política de recursos humanos da empresa visa garantir 0% de saída de funcionários para empresas concorrentes até 2024.**

Essa meta é inalcançável, por isso uma meta adequada seria melhorar o ambiente de trabalho para diminuir a saída de funcionários para empresas concorrentes.