

FACULDADE una UBERLÂNDIA	Atividade A3-A ESTUDO DE CASO	
	Curso:: Sistemas de Informação/ADS	
Professores: Alisson Oliveira Chaves e Reginaldo Aparecido Mendes		
Disciplina: Gestão em Serviços de TI		
Aluno(a):		R.A.:

***O trabalho será feito em grupos de 4 pessoas, os grupos devem ser criados e enviados para os e-mails dos professores até as 23:59h do dia 08/03/2021. A apresentação da pesquisa será feita na aula do dia 12/03/2021 com um tempo de 10min para cada grupo.

1) Escolha duas organizações com as quais possui familiaridade como cliente. Procure no site dessas organizações a descrição de sua missão, visão e valores. Faça uma análise: as descrições de missão, visão e valores correspondem à sua percepção da organização? Caso não, reescreva uma missão para a empresa.

2) Considere a si próprio como uma organização, que possui um objetivo claro na vida e precisa, dessa forma, de planejamento.

a) Estabeleça uma missão que represente sua razão de ser;

b) Estabeleça uma visão que represente onde pretende chegar;

c) Indique pelo menos cinco valores que são importantes para você enquanto indivíduo e profissional. Justifique cada um deles.

d) Apresente swot da organização:

- **Forças**

- **Fraquezas**

- **Oportunidades**

- **Ameaças**

e) Apresente e explique quatro indicadores

Material complementar:

INDICADORES

1. “são medidas que representam ou quantificam um insumo, um resultado, uma característica ou o desempenho de um processo, de um serviço, de um produto ou da organização como um todo”.
2. “são dados ou informações, preferencialmente numéricos, que representam um determinado fenômeno e que são utilizados para medir o desempenho em uma perspectiva empresarial. É o que vai indicar que as coisas estão indo bem ou mal em relação ao empreendimento”.
3. “são abstrações ou parâmetros representativos, concisos, fáceis de interpretar e de serem obtidos, usados para ilustrar as características principais de determinado objeto de análise”.
4. “são instrumentos de gestão essenciais nas atividades de monitoramento e avaliação das organizações, assim como seus projetos, programas e políticas, pois permitem acompanhar o alcance das metas, identificar avanços, melhorias de qualidade, correção de problemas, necessidades de mudança etc.”

FUNÇÕES DOS INDICADORES

Os indicadores são utilizados, particularmente, no processo de mensuração do desempenho de processos, serviços ou, até mesmo, de uma organização como um todo. Nesse contexto, eles são fundamentais no processo decisório, podendo ser aplicados com as seguintes finalidades:

- 1) descrever, por meio da geração de informações, o estado real dos acontecimentos e o seu comportamento;
- 2) analisar as informações presentes com base nas anteriores de forma a realizar proposições valorativas.
- 3) internalizar na organização pública as necessidades e expectativas dos clientes;
- 4) possibilitar o estabelecimento e desdobramento das metas de uma intervenção;
- 5) embasar a análise crítica dos resultados da intervenção e do processo de tomada de decisão;
- 6) contribuir para a melhoria contínua dos processos organizacionais;
- 7) facilitar o planejamento e o controle do desempenho, pelo estabelecimento de métricas-padrão e pela apuração dos desvios ocorridos com os indicadores;
- 8) viabilizar a análise comparativa do desempenho da organização em intervenções diversificadas.

TIPOS DE INDICADORES:

Eficiência:

- uso racional dos recursos;

- relação entre insumos empregados e produtos/servidos gerados;
- fazer certo a coisa / fazer da maneira correta;
- maneira ou método de execução;
- fazer mais com menos;
- superar os padrões vigentes.

Eficácia:

- Atingimento de metas e objetivos;
- fazer a coisa certa / fazer certo na primeira vez;
- indicador de quantidade e qualidade.

Efetividade:

- conceito mais amplo dos três;
- impactos/transformação/efeitos do programa na população alvo;
- resultados do programa;
- fazer a coisa que tem que ser feita;
- alguns autores consideram que ele é a soma da eficiência com a eficácia;

Matriz SWOT

A análise SWOT é um sistema relativamente simples de administração que detalha e posiciona estrategicamente uma organização em seu ramo de atuação. O termo SWOT é derivado das palavras em inglês *Strenghts*, *Weaknesses*, *Opportunities* e *Threats*, que significam, respectivamente, **forças**, **fraquezas**, **oportunidades** e **ameaças**. No Brasil, é também conhecida por "Análise FOFA". Em tempos incertos, a Matriz SWOT cai como uma luva para definir uma empresa em relação ao que se verifica de mais importante no mercado (seja a nível local ou global) e a entender a posição comparada a concorrentes, conferindo mais confiança, segurança e força para lidar com os imprevistos e situações desafiadoras. Assim, é extremamente **aplicável ao planejamento estratégico**, facilitando a visualização das características que fazem parte da sigla em uma matriz. Devido à simplicidade e abrangência da metodologia, a SWOT pode ser utilizada para fazer qualquer tipo de análise de cenário ou ambiente, desde a criação de uma pequena empresa à gestão de uma multinacional ou organização governamental.

Ambiente Organizacional

O macroambiente empresarial assume muitas formas diferentes. Querendo ou não, as organizações dependem de um contexto para sobreviver, manter-se, crescer e desenvolver-se. É do ambiente que as organizações obtêm recursos e informações

necessários ao seu funcionamento e é no ambiente que colocam o resultado de suas operações. Embora alguns ambientes ainda possam ser relativamente simples e estáveis, outros tendem a ser muito mais complexos e dinâmicos por natureza. Assim, as organizações são concebidas como parte de um universo ou ambiente maior, já que qualquer coisa que acontece no ambiente maior pode afetar a organização e vice-versa.

Análise do Ambiente Interno

O ambiente interno propõe a identificação de **qualidades e deficiências em relação aos concorrentes e ao mercado**. Nesta etapa, devem ser estudados o contexto da companhia e as ações a serem realizadas, tomando como base aspectos de pessoal, de marketing, de produção, financeiro e organizacionais (comunicação, estrutura, políticas, etc.). Uma outra maneira de pensar sobre isso é imaginar os **elementos que estão sobre o seu controle**, ou seja, você consegue decidir se mantém ou não.

Forças

São as **aptidões mais fortes de sua empresa**. Para defini-las, responder a algumas perguntas relacionadas podem ajudar:

- Quais as suas melhores atividades?
- Quais seus melhores recursos?
- Qual sua maior vantagem competitiva?
- Qual o nível de engajamento dos clientes?

As forças também podem ser elementos internos que trazem benefícios para o seu negócio:

- Qualidades específicas de sua equipe;
- Posse de uma certa quantidade de ativos (imóveis, equipamentos modernos, etc.);
- Localização privilegiada;
- Relacionamentos/parcerias estratégicas;
- Modelo de cobrança.

Fraquezas

As fraquezas são as **aptidões que interferem ou prejudicam de algum modo o andamento do negócio**. É importante haver sinceridade nesta etapa da análise. As fraquezas para sua Análise SWOT podem ser identificadas utilizando os seguintes exemplos de perguntas:

- A mão-de-obra é capacitada?
- Existem lacunas de treinamento?
- Por que a concorrência foi escolhida?
- Por quê meu engajamento não funciona?

-
- Produto altamente perecível;
- Matéria prima escassa;
- Equipe desmotivada;
- Tecnologia ultrapassada;
- Falhas no processo de venda/entrega.

Análise do Ambiente Externo

A análise externa tem como objetivo a identificação de oportunidades e ameaças que num determinado momento se colocam diante da empresa e as melhores maneiras de evitar e usufruir dessas situações. A organização deve olhar para fora de si para identificar previsões e como refleti-las sobre o seu [planejamento estratégico](#).

Oportunidades

São forças externas que influenciam positivamente a empresa. Não existe controle sobre essas forças, já que podem ocorrer de diversas formas. Porém, devem ser feitas pesquisas ou planejamentos que prevejam minimamente o acontecimento desses fatos. Exemplos:

- Mudanças na política econômica do governo;
- Alteração em algum tributo;
- Investimentos externos;
- Ampliação do crédito ao consumidor;
- Tendências que envolvem o comportamento do consumidor;
- Acesso a uma nova tecnologia;
- Produto complementar ao seu a ser lançado;
- Evento do seu setor de atuação que melhorará os negócios.

Ameaças

Ao contrário das oportunidades, as ameaças são forças externas que influenciam negativamente a empresa e devem ser tratadas com muita cautela, pois podem prejudicar não somente o planejamento estratégico da companhia, como também diretamente em seus resultados. Exemplos:

- Algum projeto ou lei, ou regulamentação que afete a sua atuação;
- Escassez de mão-de-obra.
- Facilidade de entrada de concorrentes;
- Fornecedores falindo;
- Economia em recessão;

- Sazonalidade ou impacto climático;
- Catástrofes naturais;
- Mudança negativa nos hábitos de compra do seu público-alvo;
- Mudanças drásticas no mercado-alvo.