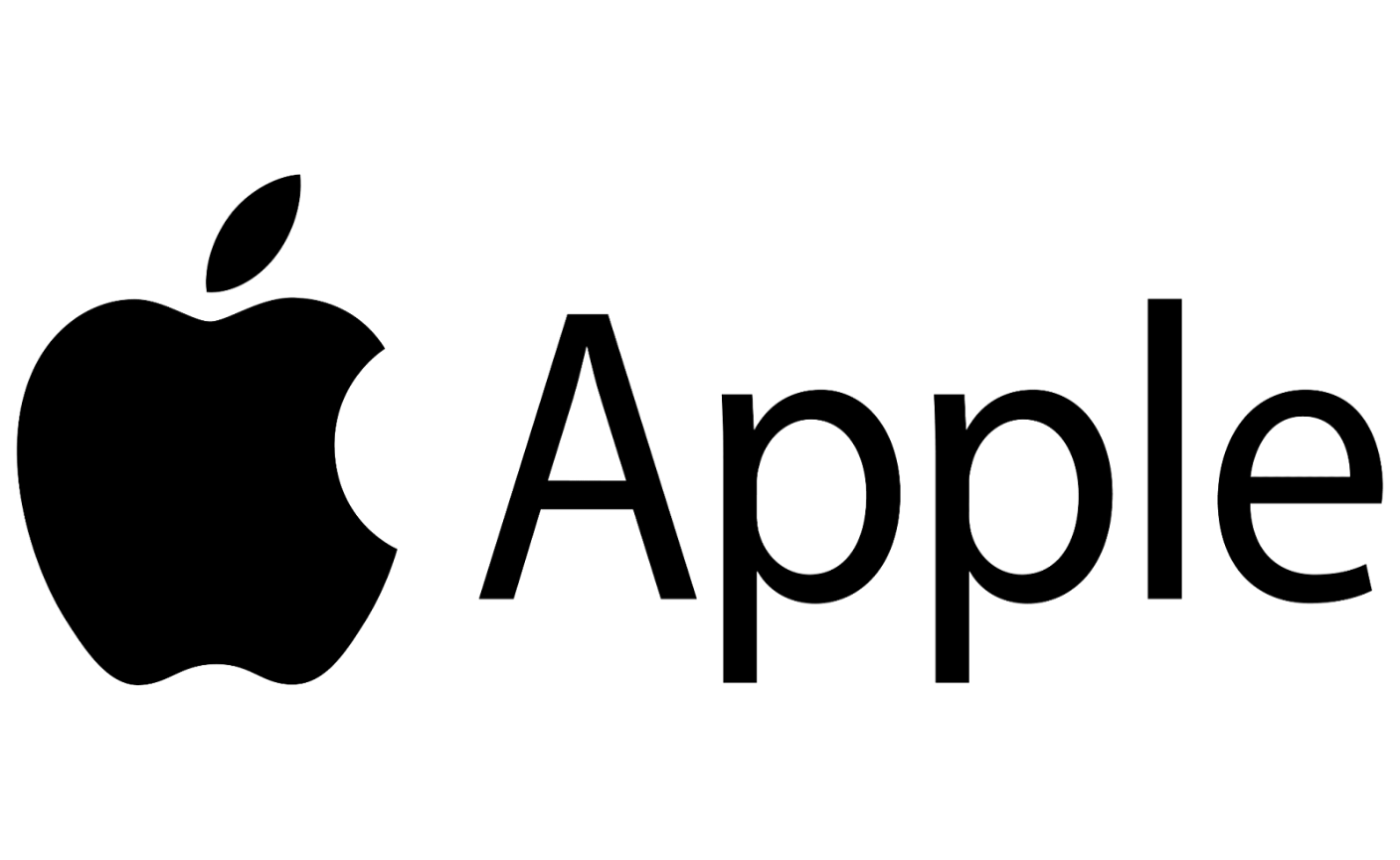


**UNIVERSIDADE CATÓLICA DO SALVADOR**

**ADS**

**TRABALHO DE FUNDAMENTO DA INFORMAÇÃO**

****

**Sumário**

**1.Intrudução.....................................................................................................1.**2

2 .Hierarquia da organização e níveis de planejamento.................................2.0

1. Planejamento estratégico.......................................................2.0
2. Planejamento tático................................................................2.0
3. Planejamento operacional......................................................2.0

3. Aprendizagem organizacional......................................................................3.0

1. O que é cultura organizacional
2. Como a cultura organizacional trabalha
3. O que podemos aprender da cultura organizacional

4.Estrategia Organização................................................................................4.0

1. Porque uma organização funciona....................................4.0
2. Três característica de uma liderança...............................4.0
3. Experiencia profunda.........................................................4.0
4. Imersão de detalhe............................................................4.0
5. Vontade debater colaborativamente................................4.0

5.Fontes:...........................................................................................................5.0

2.Hierarquia da organização e níveis de planejamento

**A Apple é conhecida por sua estrutura organizacional única e seus níveis de planejamento. A hierarquia da empresa é baseada em uma estrutura funcional, que foi implementada por Steve Jobs em 1997. Essa estrutura difere das organizações tradicionais que são divididas em unidades de negócios com responsabilidades próprias de lucros e perdas.**

1. O **planejamento estratégico da Apple é um dos fatores cruciais que contribuíram para o sucesso contínuo dessa gigante tecnológica. Vamos explorar alguns elementos-chave da estratégia da Apple:**

* **Foco no Design e Funcionalidade do Produto: A Apple é conhecida por seu design elegante e funcionalidade intuitiva. Seus produtos, como o iPhone, Mac, iPad e Apple Watch, são projetados com atenção meticulosa aos detalhes.**[**Essa ênfase no design e na experiência do usuário é um dos pilares do sucesso da Apple1**](https://www.greyb.com/blog/apple-business-strategy/)**.**
* **Fortalecimento do Ecossistema Apple: A empresa criou um ecossistema coeso que envolve hardware, software e serviços. O iCloud, iTunes, App Store e outros serviços da Apple estão interconectados, incentivando os usuários a permanecerem dentro do ecossistema.**[**Isso gera lealdade à marca e facilita a integração entre dispositivos**](https://www.greyb.com/blog/apple-business-strategy/)[**1**](https://www.greyb.com/blog/apple-business-strategy/)**.**
* **Experiência do Consumidor Aprimorada: A Apple investe na experiência do cliente desde o momento da compra até o suporte pós-venda. Suas lojas físicas, atendimento ao cliente e atualizações regulares de software são parte integrante dessa estratégia.**[**A empresa busca criar uma conexão emocional com seus clientes, tornando-os fiéis à marca**](https://www.greyb.com/blog/apple-business-strategy/)[**1**](https://www.greyb.com/blog/apple-business-strategy/)**.**
* **Diversificação e Redução da Dependência do iPhone: Embora o iPhone seja um grande sucesso, a Apple reconhece a importância de diversificar seu portfólio. Ela investe em áreas como wearables (como o Apple Watch e os AirPods), serviços (como Apple Music e Apple TV+) e inovações futuras.**[**Essa abordagem visa reduzir a dependência exclusiva das vendas de iPhones**](https://www.greyb.com/blog/apple-business-strategy/)[**1**](https://www.greyb.com/blog/apple-business-strategy/)**.**

O **planejamento tático** é uma parte essencial da estratégia de qualquer empresa, incluindo a **Apple**. Vamos explorar como a Apple aborda o planejamento tático em sua busca contínua por inovação e sucesso:

1. **Foco na Inovação e Design do Produto**:
   * A Apple é conhecida por sua abordagem inovadora e pelo design elegante de seus produtos. Desde o **iPod** até o **iPhone** e o **iPad**, a empresa sempre se destacou por criar dispositivos que combinam funcionalidade com estética.
   * O planejamento tático da Apple envolve a busca constante por melhorias nos produtos existentes e o desenvolvimento de novos produtos que atendam às necessidades dos clientes.
2. **Ecossistema Fortalecido**:
   * A Apple construiu um ecossistema coeso que abrange hardware, software e serviços. Isso inclui o **iCloud**, a **App Store**, o **Apple Music** e outros serviços interconectados.
   * O planejamento tático da Apple visa fortalecer esse ecossistema, incentivando os usuários a permanecerem dentro dele e a adotarem vários dispositivos e serviços da marca.
3. **Experiência do Consumidor Aprimorada**:
   * A empresa investe na experiência do cliente desde a compra até o suporte pós-venda. Suas lojas físicas, atendimento ao cliente e atualizações regulares de software são parte integrante dessa estratégia.
   * O planejamento tático da Apple inclui aprimorar continuamente a experiência do usuário, mantendo os clientes satisfeitos e leais.
4. **Diversificação e Redução da Dependência do iPhone**:
   * Embora o iPhone seja um grande sucesso, a Apple reconhece a importância de diversificar seu portfólio. Ela investe em áreas como **wearables** (como o **Apple Watch** e os **AirPods**), **serviços** (como **Apple Music** e **Apple TV+**) e **inovações futuras**.

O **planejamento operacional** da **Apple** é fundamental para garantir que seus produtos sejam criados com **precisão revolucionária** e cumpram exatamente o que prometem. Vamos explorar algumas áreas-chave relacionadas às operações e à cadeia de fornecimento da Apple:

1. **Business Intelligence e Análise**:
   * Essa equipe toma decisões cruciais na Apple, abrangendo diversas áreas de atividade. Seus métodos incluem relatórios críticos, análises ad hoc e aprendizado de máquina. Eles interagem com clientes, otimizam a cadeia de fornecimento, monitoram a qualidade do produto e detectam fraudes.
2. **Gerenciamento de Processos de Negócios**:
   * A equipe de gerenciamento de processos de negócios cuida dos produtos acabados ao longo da cadeia de fornecimento, até a chegada nos canais de vendas. Eles trabalham em conjunto com outras equipes para melhorar processos, como simplificar a compra de produtos pelo site e retirada na loja.
3. **Gestão de Oferta/Demanda e Preparação para NPI**:
   * Essa equipe prevê a demanda e controla a oferta, atingindo metas financeiras e de vendas. Elaboram previsões cruciais para atividades como planejamento, previsão de lucros e alocação de materiais.
   * Durante a preparação para o lançamento de um novo produto (NPI), garantem que os clientes recebam os dispositivos no prazo prometido por todos os canais de vendas.
4. **Gestão de Varejo e E-commerce**:
   * Essa equipe oferece uma experiência magnífica de compra, maximizando a interação com os clientes e melhorando as vendas de produtos. Eles garantem estoque no lugar e no momento certos, além de fornecer soluções rápidas para quem quiser adquirir produtos Apple.

**3**. Aprendizagem organizacional

[**A empresa é considerada uma organização de aprendizagem porque os funcionários trabalham em torno de uma visão comum, e a gestão facilita a criação de um ambiente de trabalho que promove a flexibilidade e adaptabilidade**](https://www.bing.com/aclick?ld=e85QaPOmQqnJmULaK6zgXKqjVUCUyk1auZ3VJvEBLAGI0R0Nn1YwPozcVI-iyhZUPqmOvaL8ugMKFL7jZeyepoZbHpi39hjlOOAcI9zLotEyi0WNznZ-Seg6PFeI97f7Wt6G-inBGBBoUUEZvLKQ-UOE6LqG4SA5OwEQ6LbZTg6xnwmPYI&u=aHR0cHMlM2ElMmYlMmZ3d3cuYW1hem9uLmNvbS5iciUyZnMlMmYlM2ZpZSUzZFVURjglMjZrZXl3b3JkcyUzZGFwcmVuZGl6YWdlbSUyYm9yZ2FuaXphY2lvbmFsJTI2aW5kZXglM2RhcHMlMjZ0YWclM2Rtc25kZXNrdG9wc3RhLTIwJTI2cmVmJTNkcGRfc2xfNXRycml4MHNtNV9wJTI2YWRncnBpZCUzZDExNTExODk1NDg5ODgzMDElMjZodmFkaWQlM2Q3MTk0OTUwMzA0NTY5OSUyNmh2bmV0dyUzZG8lMjZodnFtdCUzZHAlMjZodmJtdCUzZGJwJTI2aHZkZXYlM2RtJTI2aHZsb2NpbnQlM2QlMjZodmxvY3BoeSUzZDY2NyUyNmh2dGFyZ2lkJTNka3dkLTcxOTUwMDEyMTA4Njk1JTNhbG9jLTIwJTI2aHlkYWRjciUzZDU3MjhfMTMyMzExMTA&rlid=37f2730579551d93aa421515e208af1f). **A Apple também investe em treinamentos profissionais e certificações para suas equipes de TI, o que reflete o compromisso da empresa com o desenvolvimento contínuo de habilidades e conhecimentos**.

**3.1** A **cultura organizacional** é um desses fatores. E, talvez não por acaso, a Apple seja a primeira empresa dos Estados Unidos a valer U$$ 1 trilhão de dólares.

Benefícios trabalhistas, altos salários, um ambiente que proporciona o empoderamento e crescimento de funcionários, descontos nos produtos Apple e maçãs de graça (sim, maçãs de graça!) são apenas algumas das coisas boas.

## 3.2 Como a cultura organizacional da Apple é trabalhada?

A fórmula por trás do sucesso da Apple também pode ser percebida nas suas apresentações – sejam elas para discutir ideias da empresa ou para introduzir um novo produto ao mercado. Já nesse contato com o público conseguimos aprender as lições de cultura organizacional que a gigante da tecnologia tem para nos ensinar.

Luz, design, falas, representatividade, muito planejamento e a paixão pelo o que está sendo apresentado. Tudo isso deixa transparecer a eficiência da cultura organizacional da empresa. E não é a toa que existe até um livro para ensinar as táticas de apresentação de Steve Jobs…

## 3.3 O que podemos aprender sobre cultura organizacional ****com a Apple****

### **1 Trabalhe no crescimento do seu negócio**

Ao trabalhar na Apple, os funcionários acreditam que suas carreiras estão sempre em ascensão, juntamente com a empresa. Por isso, **ter plano de carreira para seus funcionários** ajuda – e muito! – no desenvolvimento da cultura organizacional da sua empresa.

Além disso, certifique-se de que os colaboradores sintam o crescimento da empresa no seu cotidiano e que saibam quais os rumos da organização nos próximos anos.

### **2. Invista em lideranças**

Você tem alguma dúvida sobre a [liderança](https://scopi.com.br/blog/tipos-de-lideranca/) da Apple? Se ela já conseguiu liderar o mercado internacional, o que podemos dizer da liderança interna? Sim, sabemos que ser um líder não é simples, mas, para ajudar, lembre-se sempre da máxima: um líder guia e não exige.

É o que podemos perceber se formos um pouquinho mais a fundo na [história de vida de Steve Jobs](https://dinamicacont.com/business-blog/o-que-historia-de-steve-jobs-pode-nos-ensinar-sobre-resiliencia/?utm_source=blog.scopi.com.br&utm_medium=referral&utm_campaign=20181207-blog-scopi&utm_content=link-in-post)**.** Mesmo depois de ter sido afastado da diretoria da própria empresa**,** Jobs encontrou força para voltar e, não satisfeito, ainda conseguiu colocar a Apple de volta aos eixos, consagrando a empresa como a gigante que é hoje.

### **3. Confie nas pessoas**

O atual CEO da Apple**,** [Tim Cook](https://macmagazine.com.br/post/2018/12/04/tim-cook-recebe-premio-por-coragem-contra-o-odio-e-reafirma-compromisso-da-apple/?utm_source=blog.scopi.com.br&utm_medium=referral&utm_campaign=20181207-blog-scopi&utm_content=link-in-post), não hesita em passar o bastão para seus colegas que são especialistas em diversas áreas. As apresentações da empresa não são centralizadoras, mas ao contrário! Elas mostram que a Apple é de fato um time. É assim que uma empresa com uma boa gestão de equipes trabalha: **valorizando seus talentos e abrindo espaço para que toda a equipe possa brilhar.**E, isso só é possível quando a empresa caminha junto com todos os seus colaboradores, com foco em objetivos claros.

### **4. Preocupe-se com o mundo e com o futuro**

A Apple ressalta em todas as suas apresentações**a preocupação com o meio ambiente e com o futuro do mundo.**A empresa baseia sua filosofia nas perguntas: “Qual é a marca que vamos deixar no mundo? Ela será positiva?”. A empresa criou diversas alternativas de reciclagem de materiais, novos tipos de produção com menos desperdício e produtos ecologicamente corretos.

Em setembro de 2018, na apresentação dos seus novos iPhones, a VP de Iniciativas Ambientais, [Lisa P. Jackson](https://www.macrumors.com/2018/05/14/lisa-jackson-wins-environmental-award/?utm_source=blog.scopi.com.br&utm_medium=referral&utm_campaign=20181207-blog-scopi&utm_content=link-in-post), falou, em alto e bom tom para todos os que acompanhavam a *keynote*, que a Apple estava preocupada em criar produtos altamente duráveis para reduzir a necessidade de troca por parte dos clientes. Ou seja, os produtos da Maçã estão rejeitando a obsolescência programada em nome de um futuro mais sustentável para todos.

Aqui, temos um [FCA](https://scopi.com.br/blog/metodologia-fca/) aplicado com maestria: temos o fato, a causa e a ação claramente delimitados.

* **Fato:** o meio ambiente está com sérios problemas devido à exploração irresponsável de recursos naturais e não renováveis;
* **Causa:** regime de consumo excessivo, insustentável no futuro;
* **Ação:** a criação de um plano de conscientização e de um projeto – que foi realmente colocado em prática. Além disso, essa postura conversa muito bem com a filosofia inovadora adotada pela empresa.

### **5. Seja ecologicamente responsável**

Depois de todos os exemplos que demos acima sobre a cultura organizacional da empresa, não é difícil imaginar que podemos chamar a Apple de **ecologicamente correta**, certo? E se você pensa que essa é uma característica apenas dessa empresa, você está enganado. Essa é uma tendência que cresce cada vez mais nas grandes empresas.

Afinal, se considerarmos o ranking das 1[00 empresas mais sustentáveis do mundo em 2023](https://esginsights.com.br/confira-as-100-maiores-empresas-mais-sustentaveis-do-mundo-em-2023/), podemos ver gigantes do mercado, como a alemã Siemens e a coreana Samsung entre as 10 melhores colocadas.

### **6. Dê mais atenção ao processo de contratação**

Muitos devem achar que, na hora de contratar um profissional, a Apple estrutura um processo absurdamente difícil e meticuloso. Bem, ele é bastante meticuloso, mas não é tão complicado assim como pode parecer. Na verdade, ele se baseia em dinâmicas de grupo e uma série de entrevistas.

O que mais conta para a empresa de tecnologia – e o que deveria contar para todas as empresas – é a**personalidade dos candidatos.** Investindo nesse tipo de seleção, a Apple garante que seus funcionários se identifiquem com a cultura organizacional da empresa. Resultado? Maior engajamento e menores taxas de rotatividade.

### **7. Tenha serviços e produtos de** **excelência**

Por fim, outro elemento bastante notável nas apresentações da marca é a **excelência – tanto do serviço, quanto do produto** (ambas já inseridas até mesmo no design adotado). Podemos dizer que a Apple garantiu o posicionamento que tem hoje graças à sua busca incansável pela perfeição.

**4.Estrategia organização**

## 1.Por que uma organização funcional?

O principal objetivo da Apple é criar produtos que enriquecem o dia a dia das pessoas. Isso envolve não apenas o desenvolvimento de categorias de produtos inteiramente novas, como o iPhone e o Apple Watch, mas também a inovação contínua nessas categorias. Para criá-las, a companhia conta com uma estrutura centrada na experiência funcional, pois sua crença fundamental é a de que aqueles com maior conhecimento e experiência em um domínio devem decidir sobre ele.

## 2. Três características de liderança

Desde que Jobs implementou a organização funcional, espera-se que os gerentes da Apple em todos os níveis, do vice-presidente sênior para baixo, possuam três características principais de liderança: conhecimento profundo que lhes permite se envolver de forma significativa em todo o trabalho que está sendo feito em suas funções individuais, imersão nos detalhes dessas funções e disposição para debater colaborativamente outras funções durante a tomada de decisão coletiva.

## Experiência profunda

A Apple não é uma empresa onde os gerentes gerais supervisionam os gerentes, ao invés disso, é uma empresa onde especialistas lideram especialistas. O que se acredita é que é mais fácil treinar um especialista para gerenciar bem do que treinar um gerente para ser um especialista.

## Imersão nos detalhes

Um princípio que permeia a Apple é: “Os líderes devem conhecer os detalhes de sua organização três níveis abaixo”, porque isso é essencial para uma tomada de decisão multifuncional rápida e eficaz nos níveis mais altos". Líderes especialistas em suas áreas são capazes de empurrar, sondar e farejar um problema, eles sabem quais detalhes são importantes e onde concentrar sua atenção.

## 2.3 Vontade de debater colaborativamente

A Apple possui centenas de equipes especializadas, sendo que dezenas delas podem ser necessárias para desenvolver um componente-chave de um novo produto. Por exemplo, a câmera de lente dupla com modo retrato exigiu a colaboração de 40 equipes especializadas. Na empresa, como nenhuma função é responsável por um produto ou serviço por conta própria, a colaboração multifuncional é crucial e, caso haja um impasse, os gerentes de nível superior pesam como decisores, incluindo, às vezes, o CEO e os vice-presidentes seniores.

## 2.4 Liderança em escala

A forma de organização da Apple levou a uma tremenda inovação e sucesso nas últimas duas décadas. No entanto, não foi sem desafios, especialmente com as receitas e o número de funcionários aumentando exponencialmente desde 2008. Conforme a empresa cresceu, entrando em novos mercados e se movendo para novas tecnologias, sua estrutura funcional e modelo de liderança tiveram que evoluir.

A partir disso, decidir como organizar áreas de especialização para melhor permitir a colaboração e a rápida tomada de decisões pasosu a ser uma responsabilidade importante do CEO. E a companhia também se preocupou em limitar o número de cargos seniores para minimizar quantos líderes devem estar envolvidos em qualquer atividade interfuncional - as que requerem menos atenção do líder podem ser repassadas para outros.

Fontes:

2.0 <https://epocanegocios.globo.com/Empresa/noticia/2021/01/como-apple-e-organizada-para-inovacao.html>

2.0 <https://epocanegocios.globo.com/Empresa/noticia/2021/01/como-apple-e-organizada-para-inovacao.html>

3.0 <https://epocanegocios.globo.com/Empresa/noticia/2021/01/como-apple-e-organizada-para-inovacao.html>

3.0 <https://epocanegocios.globo.com/Empresa/noticia/2021/01/como-apple-e-organizada-para-inovacao.html>

4.0 <https://epocanegocios.globo.com/Empresa/noticia/2021/01/como-apple-e-organizada-para-inovacao.html>

4.0 <https://epocanegocios.globo.com/Empresa/noticia/2021/01/como-apple-e-organizada-para-inovacao.html>

.