|  |  |
| --- | --- |
| Nome | RA |
| Moises da Silva | 3015106481 |

Questionário

A relação entre sistemas de informação e a função empresarial

1. Quais são os modelos de relatórios gerenciais?

|  |
| --- |
| R.= Controle de Vendas Realizadas: faz parte desta análise conhecer o montante vendido do mês encerrado, qual foi o lucro gerado bem como a margem de ganho nas vendas realizadas.  Apuração de resultados da empresa: o resultado líquido mensal é o valor das vendas menos o custo das mercadorias vendidas e as despesas da empresa. Vamos prestar atenção em uma importante situação: a retirada dos sócios se constitui numa despesa da empresa, não devendo ser confundido com o lucro líquido.  Controle de Caixa do Movimento Realizado: o objetivo do Controle de Caixa é registrar as entradas e saídas realizadas de recursos financeiros e apurar o saldo disponível. Este controle financeiro deverá ser feito diariamente.  Fluxo de Caixa: o objetivo do Controle de Caixa é registrar as entradas e saídas previstas de recursos financeiros e apurar o saldo disponível previsto. Este controle financeiro deverá ser feito diariamente.  Balanço gerencial: o objetivo do Balanço Gerencial é demonstrar onde os recursos financeiros foram aplicados na empresa, como também as fontes de recursos financeiros. O Ativo é composto por bens e direitos da empresa. O Passivo representa dívidas com terceiros e o Patrimônio Líquido (PL) os recursos financeiros dos sócios ou proprietários investidos na empresa. |

1. Como administrar o orçamento de TI?

|  |
| --- |
| R.= O orçamento permite que uma organização planeje futuras despesas de TI, reduzindo assim, o risco de exceder seus gastos e assegura que utilize exatamente a verba pleiteada, nem mais, nem menos. Além disso, ele permite que uma organização compare os custos reais com custos anteriormente previstos, a fim de melhorar a confiabilidade das previsões de orçamento.  Diversos elementos de custo podem ser usados para controlar sua contabilidade, por exemplo: Custos de capital, Custos operacionais, Custos diretos, Custos indiretos, Custos fixos, Custos variáveis. |

As empresas na busca da Vantagem Competitiva

1. Defina vantagem competitiva. E descreva quais são algumas das ferramentas muito utilizadas.

|  |
| --- |
| R.= Vantagem competitiva é o diferencial que uma empresa possui perante aos seus concorrentes, ou ainda, que é a superioridade significativa de longo prazo de uma empresa em relação a seus concorrentes e resultará em produtos de qualidade superior, melhores serviços aos clientes e custos mais baixos.  Segue abaixo algumas das ferramentas mais utilizadas:  -Análise SWOT: é um acrônimo de Forças (Strengths), Fraquezas (Weaknesses), Oportunidades (Opportunities) e Ameaças (Threats). Também conhecida como FOFA: pontos fortes, pontos fracos, ameaças e oportunidades. Aplicando-se a análise da Fofa, você verifica os ambientes internos olhando as fortalezas e as fraquezas bem como o ambiente externo da organização verificando as oportunidades e as ameaças.  -O modelo das cinco forças de Porter: Este é um modelo que identifica cinco fatores-chave que podem levar à vantagem competitiva. Este modelo ajuda a determinar a relativa atratividade de um setor. O modelo é composto por: poder de barganha dos compradores, poder de barganha dos fornecedores, ameaça de produtos/serviços substitutos, ameaças de novos entrantes e rivalidades entre concorrentes:  -Estratégias genéricas: Outra ferramenta são as Estratégias Genéricas, conhecidas como:   * Liderança em custo: capacidade de reduzir cada vez mais os custos, continuamente e em todas as atividades. * Diferenciação: principal objetivo desta estratégia é dispor de bens ou serviços com características superiores ou mais atraentes, para que os clientes os percebam com um valor maior do que outras opções. |

1. Indique quais são as cinco forças de Porter que podem levar a empresa a obter a vantagem competitiva.

|  |
| --- |
| R.= Poder de barganha dos compradores: está atrelado ao número de concorrentes que se tem no mercado. Quando há muitos concorrentes no mercado, o poder dos compradores em negociar é alto, por isso que as empresas devem buscar um diferencial para se tornarem mais atrativas a quem compra seus produtos e assim tornar seu cliente fiel à empresa. É possível observar a fidelização de clientes nas companhias aéreas, com o acúmulo de pontos cada vez que compra uma passagem, ao atingir uma pontuação “x”, a pessoa começa a ter benefícios em novas aquisições.  Poder de barganha dos fornecedores: é exatamente o inverso do poder de barganha dos compradores, ou seja, quando alguém vai comprar, tem poucas opções de escolha; o poder de negociação dos fornecedores aumenta.  Ameaças de produtos/serviços substitutos: ocorre no momento em que o seu produto/serviço pode ser substituído por semelhante, ou melhor, que o seu. As operadoras de telefonia celular acabam trabalhando isso ao disponibilizar a troca de aparelho de qualidade superior ao que o comprador possua desde que faça um plano com eles e assim se pensarem em trocar de operadora recairá sobre a multa.  Ameaças de novos entrantes: a ameaça de um novo concorrente depende muito das barreiras criadas para uma nova empresa entrar no mercado.  Rivalidades entre concorrentes: é a competição que ocorre entre as empresas que atuam no mesmo mercado e que buscam um novo posicionamento para sua empresa. |