

**Expectativa de Respostas
FUNDAMENTOS DA ADMINISTRAÇÃO, GESTÃO DE NEGÓCIOS E MARKETING**

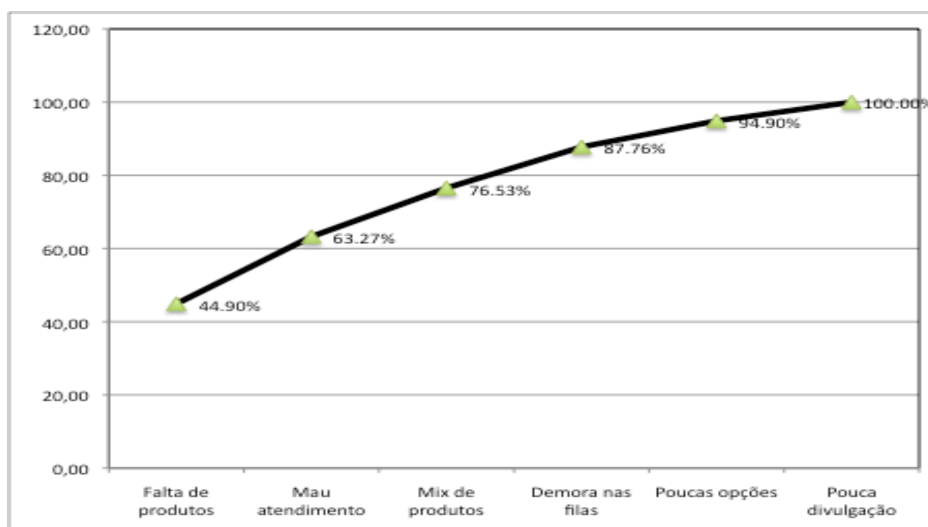
QUESTÃO 1

Ao responder a questão o (a) candidato (a) deverá

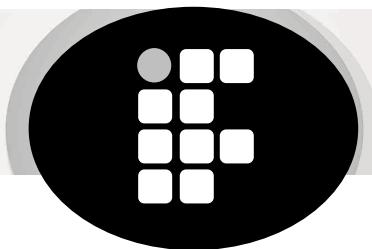
- a) Ordenar, de forma decrescente, os pontos fracos identificados na pesquisa realizada pela empresa. A partir dessa ordenação, calcular o percentual de representatividade de cada ponto fraco, conforme demonstra a tabela a seguir. Estes valores irão compor a curva de Pareto solicitada na questão.

Problemas identificados na pesquisa	Quantidade	Valor Acumulado	Percentual
Falta de produtos	220	220	44,90%
Mau atendimento prestado pelos funcionários	90	310	63,27%
Mix de produtos insuficientes	65	375	76,53%
Demora nas filas	55	430	87,76%
Poucas opções de pagamento	35	465	94,90%
Pouca divulgação das promoções	25	490	100%
TOTAL	490		

- b) Com os valores ordenados, traçar a curva de Pareto conforme a figura a seguir:



- c) Justificar que através da curva de Pareto podem ser identificados os problemas por ordem de representatividade, permitindo ao gestor estabelecer a prioridade de resolução destes conforme o impacto que apresentam.



- d) Construir, corretamente, o Diagrama de Ishikawa, segundo o modelo 4M, composto pelas dimensões Método, Mão de obra, Material e Máquinas; e identificar as causas, relacionadas a cada uma das dimensões, que podem levar ao problema mais significativo identificado no item anterior - a falta de produtos.

QUESTÃO 2

Ao responder a questão o (a) candidato (a) deverá:

- a) **Explicar os princípios e as dimensões do BSC e sua contribuição para o planejamento estratégico organizacional, tal como segue:**
- Explicar os princípios básicos do BSC, que são: traduzir a estratégia para termos operacionais; alinhar a organização à estratégia; fazer da estratégia o trabalho de todos na organização; fazer da estratégia um processo contínuo; mobilizar a mudança por meio da liderança executiva.
 - Explicar as dimensões do BSC, tais como segue:
 - ✓ **Financeira:** O que a organização deve fazer para satisfazer as expectativas dos seus acionistas. A estratégia de crescimento, rentabilidade e risco, visto da perspectiva do acionista.
 - ✓ **Clientes:** O que a organização deve fazer para satisfazer as expectativas dos seus clientes. A estratégia de criação de valor e diferenciação, do ponto de vista do cliente.
 - ✓ **Processos Internos:** O que a organização deve fazer para tornar suas operações excelentes. As prioridades estratégicas para os vários processos de negócio.
 - ✓ **Aprendizado e Crescimento:** Os aspectos críticos para manter a excelência. Identificar e implementar as prioridades para criar um clima que suporta a mudança organizacional, a inovação e o crescimento.
 - Apresentar o BSC como um sistema de mensuração de desempenho e, posteriormente, como um sistema de gestão estratégica que fornece suporte à decisão, já que reúne os elementos-chave para poder acompanhar o cumprimento da estratégia.