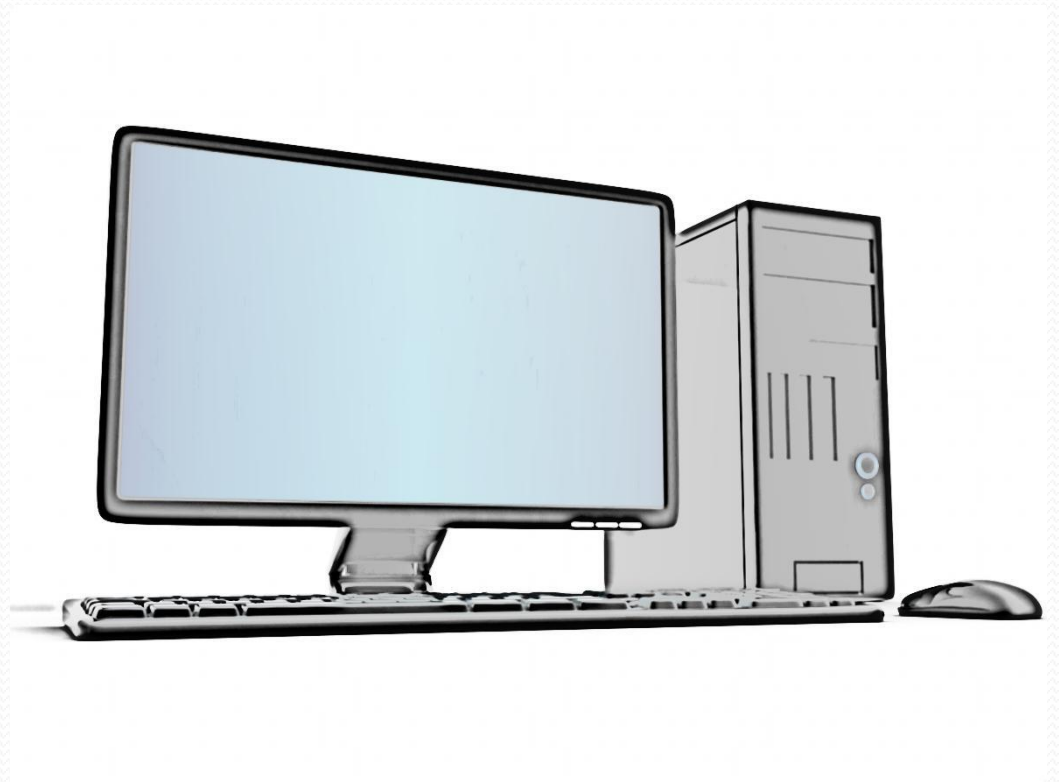


# ACME

## Computadores

Uma divisão de  
*"A Company that Makes Everything"*



# A Empresa

A ACME Computadores é uma empresa que compra componentes de computadores de diversos fornecedores, monta seus próprios equipamentos e os vende ao mercado consumidor direto (Pessoa física). Seu único canal de vendas é um site na internet.

Para a criação dos produtos, basicamente, os seguintes passos são necessários:

- Comprar os componentes dos fornecedores
- Montar os equipamentos
- Armazenar os equipamentos

Para a venda dos produtos, basicamente, os seguintes passos são necessários:

- Receber os pedidos
- Cobrar dos compradores
- Entregar os produtos

Atualmente, as áreas responsáveis pela realização dos passos descritos acima, são:

- Financeiro
  - Fornecedores (Pagamento)
  - Clientes (Recebimento)
- Engenharia
  - Montagem
  - Estoque
- Marketing
  - Vendas (Internet e SAC)
  - Novos Produtos (Concepção e Lançamento)

# Alinhamento Estratégico

## **Missão**

Fornecer computadores de qualidade e com preços acessíveis.

## **Objetivos Executivos**

- Aumentar a oferta de produtos diferenciados
- Minimizar os custos da cadeia produtiva
- Aumentar o Market Share na venda de computadores nacionais

## **Fatores Chave de Sucesso**

- Aumentar o portfólio de fornecedores e componentes
- Reduzir o tempo desde a concepção à entrega dos produtos
- Reduzir quantidade de produtos em estoque
- Reduzir o número de itens personalizados por produto
- Reduzir o custo total de compra dos componentes

## **Estratégias**

- Desenvolver Parcerias com Fornecedores
- Desenvolver Kits de itens personalizáveis
- Desenvolver a produção por demanda
- Desenvolver programa de revenda de produtos
- Desenvolver campanha direcionada para as camadas B e C

# Alinhamento Estratégico

## **Metas (Para o primeiro ano):**

- Lançar 6 novos Produtos
- Reduzir em 25% o Opex
- Vender 4500 computadores no próximo ano

## **Oportunidades**

Vide SWOT

## **Ambiente**

Clientes

Pessoas físicas das classes B e C

## **Atores**

Diretoria Geral

Diretoria Financeira

Diretoria de Marketing

Diretoria de Engenharia

## **Resultados Financeiros**

Não Apresentados

# Alinhamento Estratégico

## Alinhamento

### MISSÃO

### OBJETIVOS

### FCS

### ESTRATÉGIA

### METAS

| <b>Missão</b>   |  |            |                    |              |
|---|--|------------|--------------------|--------------|
| <i>Fornecer computadores de qualidade e com preços acessíveis.</i>  |  |            |                    |              |
| <b>Objetivos Executivos</b>   |  | <b>FCS</b> | <b>Estratégias</b> | <b>Metas</b> |
| • <i>Aumentar a oferta de produtos diferenciados</i>                |  | 1, 2       | 1                  | 1            |
| • <i>Minimizar os custos da cadeia produtiva</i>                    |  | 3, 4, 5    | 2, 3               | 2            |
| • <i>Aumentar o Market Share na venda de computadores nacionais</i> |  | 6          | 4, 5               | 3            |
| <b>Fatores Chave de Sucesso</b>                                     |  |            |                    |              |
| 1- <i>Aumentar o portfólio de fornecedores e componentes</i>        |  |            |                    |              |
| 2- <i>Reduzir o tempo desde a concepção à entrega dos produtos</i>  |  |            |                    |              |
| 3- <i>Reduzir quantidade de produtos em estoque</i>                 |  |            |                    |              |
| 4- <i>Reduzir o número de itens personalizados por produto</i>      |  |            |                    |              |
| 5- <i>Reduzir o custo total de compra dos componentes</i>           |  |            |                    |              |
| 6- <i>Aumentar a divulgação dos produtos</i>                        |  |            |                    |              |
| <b>Estratégias</b>  |  |            |                    |              |
| 1- <i>Desenvolver Parcerias com Fornecedores</i>                    |  |            |                    |              |
| 2- <i>Desenvolver Kits de itens personalizáveis</i>                 |  |            |                    |              |
| 3- <i>Desenvolver a produção por demanda</i>                        |  |            |                    |              |
| 4- <i>Desenvolver programa de revenda de produtos</i>               |  |            |                    |              |
| 5- <i>Desenvolver campanha direcionada para as camadas B e C</i>    |  |            |                    |              |
| <b>Metas</b>  |  |            |                    |              |
| Para o primeiro ano:  |  |            |                    |              |

1- Lançar 6 novos Produtos

2- Reduzir em 25% o Opex

3- Vender 4500 computadores no próximo ano

## Visão da Cadeia de Valor (Core Business Process)

1. Criar Produtos
2. Vender Produtos
3. Pagar Fornecedores
4. Gerenciar Estoque

### Processos principais

1. Criar Produtos
2. Vender Produtos

### Criar Produtos

- a. Comprar Componentes (Material)
- b. Montar Produtos (Fábrica)
- c. Armazenar Equipamentos (Estoque)

### Vender Produtos

- a. Receber Pedido
- b. Faturar Pedido
- c. Entregar Produto

### Subprocessos

Não detalhado

# Alinhamento Estratégico

## Objetivo principal do processo

1. Criar Produtos



2. Vender Produtos



## Dono do Processo

1. Criar Produtos: Engenharia
2. Vender Produtos: Marketing

## Clientes diretos (Int./Ext.)

1. Criar Produtos: Engenharia (Fornecedores e ACME)
2. Vender Produtos: Marketing (Mercado Consumidor)

## Especialistas envolvidos

Criar Produtos: Engenharia

- a. SMEs de Montagem
- b. SMEs de Estoque

Vender Produtos: Marketing

- a. SMEs de Vendas
- b. SMEs de Novos Produtos

# Alinhamento Estratégico

## Processo e alinhamento com os objetivos executivos

|                       | <b>Objetivos Executivos</b>  | <b>Processos</b> |
|-----------------------|--|------------------|
| 1. Criar Produtos     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumentar a oferta de produtos diferenciados</li> </ul>                | 1                |
| 2. Vender Produtos    |  | 4                |
| 3. Pagar Fornecedores | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Minimizar os custos da cadeia produtiva</li> </ul>                    | 2                |
| 4. Gerenciar Estoque  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumentar o Market Share na venda de computadores nacionais</li> </ul> | 4                |

*Maior valor = Ruim*

*Menor valor = Ideal*

+

+

-

| <b>Processo</b>    | <b>Complexidade</b> | <b>Dinâmica</b> | <b>Importância estratégica</b> |
|--------------------|---------------------|-----------------|--------------------------------|
| Criar Produtos     | 4                   | 3               | 2                              |
| Vender Produtos    | 2                   | 2               | 1                              |
| Pagar Fornecedores | 2                   | 3               | 4                              |
| Gerenciar Estoque  | 3                   | 2               | 3                              |

## Complexidade e Estratégia

| <b>Processo</b>    | <b>Resultado</b> |
|--------------------|------------------|
| Criar Produtos     | 9                |
| Vender Produtos    | <b>5</b>         |
| Pagar Fornecedores | 9                |
| Gerenciar Estoque  | 8                |

*Menor valor*



# Matriz de Complexidade e Estratégia

## Matriz de Complexidade e Estratégia

- A Complexidade é relacionada diretamente aos tipos de atividades envolvidas no processo. Ao pensar em complexidade não pergunte se a atividade pode ser automatizada, mas sim no que seria necessário/envolvido para que fosse realizada por uma pessoa.
- Dinâmica se refere ao fato de que alguns processos não mudam com muita frequência e outros mudam rapidamente seguindo as demandas do mercado.
- A importância estratégica busca definir quanto valor o processo contribui na entrega dos produtos/serviços que a empresa produz. É uma questão de identificar se o processo faz parte da competência principal da empresa, ou é apenas um processo de suporte.