

QUESTÃO DISCURSIVA

Uma empresa de médio porte, especializada na produção e na distribuição de alimentos orgânicos, atua em um mercado em franca expansão, mas com aumento crescente de concorrência. A comunicação integrada de marketing dessa organização é atual e, em um período de 5 anos, fez com que a marca fosse reconhecida pela alta qualidade de seus produtos e pelo alto engajamento dos consumidores. Em consequência da política de preços praticada pela empresa, seus produtos são comercializados a preços superiores aos dos demais concorrentes.

Os fundadores do negócio acreditam que a inovação atrai novos consumidores e fortalece a atuação empresarial no segmento. A área de compras é reconhecida por criar parcerias estratégicas com um conjunto importante de fornecedores, o que fez a empresa ter acesso às melhores fontes de matéria-prima e de insumos. Por meio de cursos profissionalizantes, a organização investe no processo de qualificação de mão de obra; entretanto, enfrenta dificuldade no processo de contratação de mão de obra especializada.

A alta gestão dessa empresa identificou que o mercado externo apresenta significativo aumento de demanda por alimentos orgânicos, considerando que a preocupação com a saúde no pós-pandemia levou as pessoas a aumentarem o consumo de alimentos orgânicos.

Considerando que um gestor comercial foi contratado por essa empresa com o objetivo de conduzir o processo de expansão da empresa, com base nos conceitos de gestão estratégica e de gestão de vendas, faça o que se pede nos itens a seguir.

- a) Identifique dois desafios e duas oportunidades no mercado de alimentos orgânicos em que a empresa está inserida. (valor: 4,0 pontos)
- b) Defina um indicador de desempenho (KPI) relevante para monitorar a eficácia das ações comerciais implementadas em cada uma das seguintes áreas: compra, venda e pós-venda. (valor: 6,0 pontos)

Área livre