



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
CENTRO FEDERAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA CELSO SUCKOW DA FONSECA
COORDENADORIA DE CONCURSOS – CCONC
Edital 04/2023 – Professor Efetivo
Campus Itaguaí – Engenharia de Produção – Perfil 3



QUESTÃO 1 (2 pontos):

A análise estratégica do ambiente organizacional consiste na identificação e monitoramento de fatores dos ambientes interno e externo da organização que podem influenciar direta ou indiretamente o seu desempenho.

Quais os fatores que devem ser monitorados em cada ambiente?

QUESTÃO 2 (2 pontos):

A tabela abaixo demonstra a análise dos recursos de uma determinada empresa.

RECURSOS / CAPACIDADE	V	R	I	O
Acesso à Internet / WIFI	SIM	NÃO	NÃO	NÃO
Equipamento de fabricação de café	SIM	NÃO	NÃO	NÃO
Gestão de Recursos Humanos	SIM	NÃO	NÃO	NÃO
Remuneração do empregado	SIM	SIM	NÃO	NÃO
Mix de produtos de qualidade	SIM	SIM	NÃO	NÃO
Localização	SIM	SIM	NÃO	NÃO
Benefícios para os empregados	SIM	SIM	SIM	NÃO
Propensão para inovação	SIM	SIM	SIM	SIM
Liderança corporativa e visão	SIM	SIM	SIM	SIM
Marca renomada	SIM	SIM	SIM	SIM
Relação com os cafeicultores	SIM	SIM	SIM	SIM
Experiência do cliente	SIM	SIM	SIM	SIM

Com base nesta tabela, responda:

- Qual o tipo de análise efetuada? Explique a mesma (1 ponto).
- Determine o CORE COMPETENCE desta empresa (1 ponto).



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
CENTRO FEDERAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA CELSO SUCKOW DA FONSECA
COORDENADORIA DE CONCURSOS – CCONC
Edital 04/2023 – Professor Efetivo
Campus Itaguaí – Engenharia de Produção – Perfil 3



QUESTÃO 3 (2 pontos):

A empresa Construbrás realizou um investimento inicial em 2022 e iniciou as operações em 2023. O Analista Financeiro obteve informações do departamento de produção sobre algumas mudanças nos custos para os períodos de 2024 e 2025.

- a) Faça o ajuste do fluxo de caixa para os anos mencionados. Para isso, em relação ao ano anterior, projete o aumento das vendas em 15%, insumos em 20% e mão de obra direta (MOD) em 2% (0,5 ponto).

	2022	2023	2024	2025
Total de Entradas		17500,00		
Vendas		17500,00		
(-) Devoluções		0,00	500,00	1000,00
Total de Saídas		16228,50		
Insumo		7200,00		
MOD		5800,00		
Despesas Gerais		3228,50	3228,50	3228,50
Investimento	-4000,00			
Fluxo Líquido de Caixa	-4000,00	1271,50		

- b) Sabendo-se que a taxa de juros é de 12% a.a., calcule o Valor Presente Líquido (VPL) (0,5 ponto).
- c) Considerando ainda a taxa de juros de 12% a.a., calcule a Taxa Interna de Retorno (TIR) para o orçamento (0,5 ponto).
- d) Dê o seu parecer, favorável ou não ao investimento e explique (0,5 ponto).



QUESTÃO 4 (2 pontos):

Considere a possibilidade de empreender em um ramo inovador de mercado, em um dos seguintes segmentos: aplicativos de monitoramento de saúde, serviços de transportes sustentáveis (carga ou passageiro), produtos cosméticos veganos, serviços de reforma e construção realizado por profissionais mulheres. Selecione um dos produtos ou serviços mencionados acima, descreva o negócio e construa o quadro Canvas a partir das questões abaixo para definir o modelo de negócio.

- a) Descreva o negócio (0,2 ponto)
- b) Segmento de clientes (0,2 ponto)
- c) Proposta de valor (0,2 ponto)
- d) Canais (0,2 ponto)
- e) Relacionamento com clientes (0,2 ponto)
- f) Fontes de receita (0,2 ponto)
- g) Recursos principais (0,2 ponto)
- h) Atividades-chave (0,2 ponto)
- i) Parcerias principais (0,2 ponto)
- j) Estrutura de custos (0,2 ponto)



QUESTÃO 5 (2 pontos):

Nos fins da década de 70, o professor Jerome McCarthy apresentou o chamado *Mix de marketing* que reúne elementos (4 Ps – Produto, Preço, Praça e Promoção) utilizados pelas empresas como ferramentas para atingir seus objetivos mercadológicos. Na perspectiva do *marketing* holístico, fez-se necessária adaptação desses 4Ps originais para uma abordagem mais alinhada ao contexto mercadológico atual. O autor Philip Kotler propôs uma atualização, complementar aos 4Ps originais, chamada os 4Ps da moderna administração de *marketing*, a saber: Pessoas, Processos, Programas e *Performance*.

Apresente os 4Ps da moderna administração de *marketing* (Pessoas, Processos, Programas e Performance). Em sua arguição, estabeleça relação coerente com os conceitos de mercado-alvo, *marketing* digital, *brand equity* e *customer equity*.