

CONCURSO PETROBRAS

ENGENHEIRO(A) DE PRODUÇÃO JÚNIOR

ENGENHEIRO(A) JÚNIOR - ÁREA: PRODUÇÃO

Gestão Estratégica

Questões Resolvidas

QUESTÕES RETIRADAS DE PROVAS DA BANCA CESGRANRIO



Produzido por Exatas Concursos

www.exatas.com.br

rev.2a

Índice de Questões

Prova: Engenheiro(a) de Produção Júnior - Petrobras 2014/1

Q32 (pág. 7), Q36 (pág. 8), Q46 (pág. 9), Q49 (pág. 10), Q50 (pág. 11), Q57 (pág. 12).

Prova: Engenheiro(a) de Produção Júnior - Petrobras 2014/2

Q31 (pág. 1), Q39 (pág. 2), Q50 (pág. 3), Q51 (pág. 5), Q68 (pág. 6).

Prova: Engenheiro(a) de Produção Júnior - Petrobras 2012/1

Q54 (pág. 13), Q55 (pág. 15), Q63 (pág. 16).

Prova: Engenheiro(a) de Produção Júnior - Petrobras 2011/1

Q36 (pág. 18), Q39 (pág. 20), Q45 (pág. 22), Q48 (pág. 21), Q51 (pág. 24), Q60 (pág. 38).

Prova: Engenheiro(a) de Produção Júnior - Petrobras 2010/2

Q21 (pág. 25), Q22 (pág. 26), Q23 (pág. 27), Q24 (pág. 28), Q43 (pág. 29), Q51 (pág. 31), Q52 (pág. 33), Q68 (pág. 32).

Prova: Engenheiro(a) de Produção Júnior - Petrobras 2010/1

Q4 (pág. 35), Q11 (pág. 36), Q12 (pág. 37), Q14 (pág. 40).

Prova: Engenheiro(a) de Produção Júnior Petrobras 2008

Q26 (pág. 41), Q62 (pág. 42), Q63 (pág. 45), Q68 (pág. 44).

Prova: Engenheiro(a) de Produção Júnior - Petrobras 2005

Q35 (pág. 46), Q36 (pág. 47), Q37 (pág. 48), Q38 (pág. 50), Q52 (pág. 51), Q53 (pág. 52), Q54 (pág. 53), Q55 (pág. 54), Q59 (pág. 55), Q60 (pág. 56), Q62 (pág. 57), Q66 (pág. 58), Q71 (pág. 59).

Prova: Engenheiro(a) Júnior - Área: Produção - Transpetro 2011

Q38 (pág. 60), Q49 (pág. 61), Q52 (pág. 63), Q53 (pág. 64), Q54 (pág. 65).

Prova: Engenheiro(a) de Produção Júnior - Petrobras Biocombustíveis 2010

Q31 (pág. 67), Q32 (pág. 70), Q34 (pág. 71), Q35 (pág. 74), Q44 (pág. 72).

Número total de questões resolvidas nesta apostila: 59

Questão 4

(Engenheiro(a) de Produção Júnior - Petrobras 2014/2)

O modelo de cinco forças de Porter considera cinco fatores que devem ser estudados para que se possa desenvolver uma estratégia empresarial eficiente.

Entre esses fatores, ou forças competitivas, está o poder de barganha dos compradores, cuja intensidade pode ser determinada pelo(a)

- (A) grau de rivalidade entre empresas concorrentes
- (B) impacto do produto na qualidade dos bens produzidos pelo comprador
- (C) ameaça de novos entrantes potenciais
- (D) existência de concorrentes divergentes
- (E) percepção relativa de valor de produtos substitutos

Resolução:

O poder de barganha dos compradores é determinado pela força de compra dos clientes da empresa. Quanto maior o poder de barganha dos compradores, menor é o potencial de retorno do negócio, visto que os compradores podem negociar preços favoráveis para si em detrimento da empresa.

Analisando as alternativas:

- (A) INCORRETA. O grau de rivalidade entre as empresas concorrentes faz parte da força “rivalidade entre concorrentes”. Quanto maior o grau de rivalidade entre concorrentes, menor será o retorno do negócio.
- (B) CORRETA. Se a empresa vende um produto que afeta muito a qualidade do produto que o cliente vende, o poder de barganha do fornecedor é diminuído, visto que ele não pode mudar facilmente de fornecedor e fica dependente da empresa, o que acarreta em maior retorno potencial para o negócio da empresa.
- (C) INCORRETA. A ameaça de novos entrantes é uma das forças de Porter e não está relacionada ao poder de barganha dos compradores.
- (D) INCORRETA. A intensidade do poder de barganha do comprador é determinado pelo seu poder de compra e dependência do cliente por parte da empresa.
- (E) INCORRETA. A percepção do valor dos produtos substitutos impacta no poder de barganha do comprador mas não o define. Caso exista um produto substituto o cliente poderá trocar de fornecedor.

Alternativa (B)

Questão 6

(Engenheiro(a) de Produção Júnior - Petrobras 2014/1)

O Balanced Scorecard (BSC) é uma ferramenta da administração que pode ser usada para gerenciar o desempenho organizacional.

Analisando-se essa ferramenta, verifica-se que ela

- (A) permite avaliar o posicionamento estratégico da empresa por meio da identificação das forças e fraquezas (ambiente interno) e das ameaças e oportunidades (ambiente externo).
- (B) pode ser considerada como um modelo de gestão estratégico, que permite às empresas priorizarem suas ações do dia a dia para atingirem os objetivos traçados em seus planos estratégicos.
- (C) é o conceito de gestão que aumenta o *gap* existente entre a estratégia e a parte operacional do negócio, alinhando a empresa aos seus objetivos estratégicos.
- (D) substitui as medidas financeiras por outras relacionadas aos aspectos subjetivos como satisfação dos clientes, aprendizagem e crescimento organizacional.
- (E) analisa os fatores que satisfaçam tanto clientes (internos e externos) quanto fornecedores, considerando a perspectiva dos clientes.

Resolução:

O *Balanced Scorecard* (BSC) foi inicialmente utilizado como um modelo de avaliação empresarial e posteriormente tornou-se uma metodologia de gestão estratégica. O BSC é muito famoso por não priorizar apenas a perspectiva financeira dentro das empresas. O BSC possui quatro perspectivas: **financeiras, clientes, processos internos e aprendizado e crescimento**. As quatro perspectivas devem ser trabalhadas em conjunto para garantir o sucesso presente e futuro das empresas. Analisando as alternativas:

- (A) INCORRETA. A ferramenta que analisa as forças e fraquezas do ambiente interno e as oportunidades e ameaças do ambiente externo é a análise SWOT. As empresas devem trabalhar em conjunto o ambiente interno e externo para maximizar seus resultados aproveitando as oportunidades e reduzindo as ameaças.
- (B) CORRETA. O BSC busca a realização de ações no dia a dia que levem a empresa a alcançar os seus objetivos futuros, definidos no planejamento estratégico de médio e longo prazo.
- (C) INCORRETA. Nenhuma empresa busca aumentar o *gap* entre a área operacional e a área estratégica. O objetivo é reduzir o *gap*.
- (D) INCORRETA. As medidas financeiras não são substituídas no BSC. Elas são utilizadas em conjunto com outras medidas, englobando as quatro perspectivas.
- (E) INCORRETA. O BSC não considera apenas a perspectiva dos clientes. Todas as quatro perspectivas devem ser consideradas em conjunto para maximizar o resultado da empresa.

Alternativa (B)