



Interativa

Unidade II

ADMINISTRAÇÃO

Prof. Luiz Tadeu Moretto

Administração Geral

Funções Operativas

Atividades Fim:

- **Produção**
- **Comercialização**

Atividades Meio:

- **Finanças**
- **RH**



Administração Geral

Produção

Transformação

- Materiais
- Pessoas
- Informações

Recursos:

- Transformadores
- Transformáveis

Produtos

- Tangibilidade
- Estocabilidade
- Transportabilidade
- Simultaneidade
- Contato com o consumidor
- Qualidade



Administração Geral

Produção

Dimensões

1. Volume de saída
2. Variedade
3. Variação de demanda
4. Grau de contato com consumidor

Objetivos

1. Qualidade
2. Rapidez
3. Confiabilidade
4. Flexibilidade
5. Custo

Administração Geral

Produção

Projetos

- Produtos e serviços
- Processos
- Capacidade

Seleção das alternativas

- Viabilidade – investimentos
- Aceitabilidade - Retorno
- Vulnerabilidade - Risco



Administração Geral

Produção

Planejamento e Controle

- Produção - MRP
- Capacidade
- Estoques
- Cadeia de suprimentos
- Qualidade

Just in Time - JIT

- Kanban – transição interoperações
- Heijunka – produção nivelada
- Repetibilidade
- Sincronização

Melhoramento da Produção

- Revolucionário
- Contínuo
- Benchmarking

Administração Geral

Produção

Estratégias genéricas

Mantenedora

- Preço, custo, confiabilidade e qualidade

Orientada ao mercado

- Produtos, confiabilidade e qualidade

Reorganizadora

- Produto, flexibilidade e rapidez

Inovadora

- Desenvolvimento de produtos e rapidez

Interatividade

Questão adaptada de ENADE, 2000:

A Empresa Consultar foi chamada a opinar sobre a implantação de uma produção Just In Time(JIT) na Fábrica de Pregos e Parafusos Ltda. A justificativa central para a adoção do JIT relaciona-se ao fato de que a Fábrica poderá:

- a) Reduzir seus custos através de diminuição dos níveis de estoque**
- b) Decidir suas compras em cima da hora**
- c) Utilizar um sistema de produção on line**
- d) Aumentar o uso de computadores no controle da distribuição com redução de custos**
- e) Manter estoques elevados em uma determinada hora.**

Administração Geral

Marketing

- **Necessidades**
- **Desejos**
- **Demanda**
- **Produto**
- **Utilidade**
- **Valor**
- **Satisfação**
- **Troca, Transação e Relacionamento**

Mercado

- **Recursos**
- **Produtores**
- **Intermediários**
- **Consumidores**

Administração Geral

Marketing

Demandas

- **Negativa**
- **Inexistente**
- **Latente**
- **Declinante**
- **Irregular**
- **Plena**
- **Excessiva**
- **Indesejada**

Orientação

- **Produção – disponibilidade e custo**
- **Produto – qualidade**
- **Vendas – esforço de vendas e promoção**
- **Marketing – necessidades e desejos**



Administração Geral

Marketing

Plano de Marketing

- Ambiente
- Oportunidades e ameaças
- Objetivos e metas
- Estratégias
- Programas de ação
- Projeção de lucros e perdas
- Controles



Administração Geral

Marketing

Mercado e comportamento do consumidor

- **Quem constitui o mercado**
- **O que o mercado compra**
- **Por que o mercado compra**
- **Quem participa da compra**
- **Como o mercado compra**
- **Quando o mercado compra**
- **Onde o mercado compra**

Mercados

- **Comum**
- **Industrial**
- **Revendedor**
- **Governamental**
- **Global**

Administração Geral

Marketing

Segmentação

- Geográfica - região
- Demográfica - idade
- Psicográfica – classe social
- Comportamental – lealdade

Concorrência

- Quem são
- Quais suas estratégias
- Quais seus objetivos
- Quais seus pontos forte e fracos
- Quais seus padrões de reação

Composto de Marketing

- Produto
- Preço
- Ponto de venda/Distribuição
- Divulgação

Administração Geral

Marketing

Estratégias x Ciclo de Vida do Produto

Introdução

- Nata rápida – preço alto e muita promoção
- Nata lenta – preço alto e pouca promoção
- Penetração rápida – preço baixo e muita promoção
- Penetração lenta – preço baixo e pouca promoção

Crescimento

- Manter mercado
- Novos mercados
- Novos canais e uso de propaganda
- Baixar preços

Administração Geral

Marketing

Maturidade

- Novos mercados
- Melhoria do produto
- Melhoria do composto de marketing

Declínio

- Abandonar mercado

Interatividade

Questão adaptada de CESGRANRIO, 2012:

Uma característica típica do marketing em empresas de serviços, que interfere decisivamente em sua gestão, é o fato de que sua prestação:

- a) ocorre simultaneamente ao consumo.**
- b) costuma não variar de cliente para cliente**
- c) depende pouco dos funcionários e dos clientes**
- d) pode ser estocada para as horas de movimento**
- e) é facilmente percebida pelo cliente antes da compra**

Administração Geral

Finanças

Organização empresarial

- **Firma individual**
- **Sociedade de pessoas**
- **Sociedade anônima**

Função financeira

- **Finanças**
- **Controladoria**

Decisões

- **Análise e planejamento financeiro**
- **Investimentos**
- **Financiamentos**

Administração Geral

Finanças

Gestão financeira

- Administração dos ativos
- Administração dos passivos
- Administração do patrimônio líquido

Mercados

- Monetários/financeiros
- Capital

Acionistas

- Ordinários
- Preferenciais

Administração Geral

Finanças

Demonstrações financeiras

1. Demonstração do resultado
2. Balanço patrimonial
3. Demonstração de lucros e prejuízos
4. Demonstração de fluxo de caixa

Administração Geral

Finanças

Lucratividade

- Margem bruta
- Margem operacional
- Margem líquida
- Taxas de retorno



Administração Geral

Finanças

Orçamento de capital

- *Payback* – período de recuperação do investimento
- Valor presente líquido (VPL)
- Taxa interna de retorno (TIR)

Custo de capital

- Considera-se os custos dos recursos de todas as fontes, disponíveis à empresa, levando-se em conta a participação percentual de cada fonte, própria e de terceiros.

Administração Geral

Finanças

Bolsa de Valores

- **Ações preferenciais**
 - **Preferência na distribuição dos lucros**
- **Ações ordinárias**
 - **Direito a voto na administração**
- **Mercados**
 - **Primário**
 - **Secundário**

Interatividade

Questão adaptada de ESAF, 2008:

As ações são os principais títulos negociados no mercado de capitais. Com relação ao mercado acionário, assinale a única opção falsa.

- a) Uma ação representa uma parcela do capital social de uma empresa.**
- b) O detentor de uma ação (acionista) não é um credor da empresa, mas sim um de seus proprietários, possuindo direito à participação nos resultados da empresa na proporção do número de ações que detém.**
- c) As ações preferenciais asseguram preferência na distribuição de resultados e conferem direito a voto.**
- d) O retorno do investimento em ações pode se dar na forma de ganho de capital e eventos distribuídos pelas empresas (dividendos, juros sobre o capital, bonificações em novas ações e subscrição).**
- e) Por serem objetos de negociação diária, os preços das ações podem aumentar ou diminuir de acordo com o maior ou menor interesse dos investidores.**

Administração Geral

Finanças

Valor do dinheiro no tempo

$$VF = VP * (1 + i)^n$$

VF = Valor futuro

VP = Valor presente

i = taxa de juros

n = número de períodos

Taxa em mês – n em mês



Administração Geral

Finanças

Inflação

- **Aumento do nível geral de preços**

Deflação

- **Queda do nível geral de preços**

Não confundir com aumentos esporádicos

Tipos básicos

- **Custo**
- **Demanda**

Administração Geral

Finanças

- **Tributos**
- **Taxas e contribuições de melhoria**
- **Impostos**
 - **Municipais – ISS**
 - **Estaduais – ICMS e IPVA**
 - **Federais – IPI e IR**

Administração Geral

Finanças

Alavancagem

- Operacional – $\text{Vendas} \times \text{Lucros}$
- Financeira – $\text{Lucros} \times \text{Lucro por ação}$
- Total – $\text{Vendas} \times \text{Lucro por ação}$

Administração Geral

Finanças

Gestão dos Ativos

- Capital de Giro
- Títulos negociáveis
- Estoques

Gestão dos Passivos

- Dívidas de curto prazo
- Dívidas de longo prazo



Administração Geral

Finanças

Medidas de desempenho

- **Liquidez**
 - **Ativo circulante x Passivo circulante**
- **Atividade**
 - **Vendas x Ativo Total**
- **Endividamento**
 - **Passivo X Ativo**
- **Capacidade de honrar dívidas**
 - **Lucro x Juros**
- **Lucratividade**
 - **Lucro x Vendas**

Interatividade

Questão adaptada de ENADE, 2009:

A concessão de créditos por bancos comerciais aumenta quando o risco de inadimplência é menor.

Porque

Os bancos comerciais devem fazer provisões de recursos para se proteger do não pagamento dos tomadores de empréstimos.

Considerando-se as assertivas, é correto afirmar:

- a) A primeira é falsa e a segunda é verdadeira**
- b) A primeira é verdadeira e a segunda é falsa**
- c) As duas são falsas**
- d) As duas são verdadeiras e a segunda justifica a primeira**
- e) As duas são verdadeiras e a segunda não justifica a primeira**

ATÉ A PRÓXIMA!