

## TECNOLOGIA EM GESTÃO COMERCIAL

### LEIA COM ATENÇÃO AS INSTRUÇÕES ABAIXO.

1. Verifique se, além deste caderno, você recebeu o Caderno de Respostas, destinado à transcrição das respostas das questões de múltipla escolha (objetivas), das questões discursivas e do questionário de percepção da prova.
2. Confira se este caderno contém as questões discursivas (D) e de múltipla escolha (objetivas), de formação geral e do componente específico da área, e as relativas à sua percepção da prova. As questões estão assim distribuídas:

Partes	Número das questões	Peso das questões no componente	Peso dos componentes no cálculo da nota
Formação Geral/Discursivas	D1 e D2	40%	25%
Formação Geral/Objetivas	1 a 8	60%	
Componente Específico/Discursivas	D3 a D5	15%	75%
Componente Específico/Objetivas	9 a 35	85%	
Questionário de Percepção da Prova	1 a 9	—	—

3. Verifique se a prova está completa e se o seu nome está correto no Caderno de Respostas. Caso contrário, avise imediatamente um dos responsáveis pela aplicação da prova. Você deve assinar o Caderno de Respostas no espaço próprio, com caneta esferográfica de tinta preta.
4. Observe as instruções de marcação das respostas das questões de múltipla escolha (apenas uma resposta por questão), expressas no Caderno de Respostas.
5. Use caneta esferográfica de tinta preta, tanto para marcar as respostas das questões objetivas quanto para escrever as respostas das questões discursivas.
6. Responda cada questão discursiva em, no máximo, 15 linhas. Qualquer texto que ultrapasse o espaço destinado à resposta será desconsiderado.
7. Não use calculadora; não se comunique com os demais estudantes nem troque material com eles; não consulte material bibliográfico, cadernos ou anotações de qualquer espécie.
8. Você terá quatro horas para responder às questões de múltipla escolha e discursivas e ao questionário de percepção da prova.
9. Quando terminar, entregue seu Caderno de Respostas ao responsável pela aplicação da prova.
10. **Atenção!** Você deverá permanecer, no mínimo, por uma hora, na sala de aplicação das provas e só poderá levar este Caderno de Prova após decorridas três horas do início do Exame.

**QUESTÃO DISCURSIVA 1** //

A paquistanesa Malala Yousafzai, de dezessete anos de idade, ganhou o Prêmio Nobel da Paz de 2014, pela defesa do direito de todas as meninas e mulheres de estudar. “Nossos livros e nossos lápis são nossas melhores armas. A educação é a única solução, a educação em primeiro lugar”, afirmou a jovem em seu primeiro pronunciamento público na Assembleia de Jovens, na Organização das Nações Unidas (ONU), após o atentado em que foi atingida por um tiro ao sair da escola, em 2012. Recuperada, Malala mudou-se para o Reino Unido, onde estuda e mantém o ativismo em favor da paz e da igualdade de gêneros.

Disponível em: <<http://mdemulher.abril.com.br>>. Acesso em: 18 ago. 2015 (adaptado).

A partir dessas informações, redija um texto dissertativo sobre o significado da premiação de Malala Yousafzai na luta pela igualdade de gêneros. Em seu texto, aborde os seguintes aspectos:

- a) direito das jovens à educação formal; (valor: 5,0 pontos)
- b) relações de poder entre homens e mulheres no mundo. (valor: 5,0 pontos)

**RASCUNHO**

1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	

## QUESTÃO DISCURSIVA 2

Após mais de um ano de molho, por conta de uma lei estadual que coibia sua realização no Rio de Janeiro, os bailes *funk* estão de volta. Mas a polêmica permanece: os *funkeiros* querem, agora, que o ritmo seja reconhecido como manifestação cultural. Eles sabem que têm pela frente um caminho tortuoso. “Muita gente ainda confunde *funkeiro* com traficante”, lamenta Leonardo Mota, o MC Leonardo. “Justamente porque ele tem cor que não é a branca, tem classe que não é a dominante e tem moradia que não é no asfalto.”

Disponível em: <<http://www.rhbn.com.br>>. Acesso em: 19 ago. 2015 (adaptado).

Todo sistema cultural está sempre em mudança. Entender essa dinâmica é importante para atenuar o choque entre as gerações e evitar comportamentos preconceituosos. Da mesma forma que é fundamental para a humanidade a compreensão das diferenças entre povos de culturas diferentes, é necessário entender as diferenças dentro de um mesmo sistema. Esse é o único procedimento que prepara o homem para enfrentar serenamente este constante e “admirável mundo novo” do povo.

LARAIA, R. B. **Cultura**: um conceito antropológico. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008 (adaptado).

Com base nesses excertos, redija um texto dissertativo, posicionando-se a respeito do reconhecimento do *funk* como legítima manifestação artística e cultural da sociedade brasileira. (valor: 10,0 pontos)

RASCUNHO	
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	



## QUESTÃO 1

A alfabetização midiática e informacional tem como proposta desenvolver a capacidade dos cidadãos de utilizar mídias, bibliotecas, arquivos e outros provedores de informação como ferramentas para a liberdade de expressão, o pluralismo, o diálogo e a tolerância intercultural, que contribuem para o debate democrático e a boa governança. Nos últimos anos, uma ferramenta de grande valia para o aprendizado, dentro e fora da sala de aula, têm sido os dispositivos móveis. Como principal meio de acesso à internet e, por conseguinte, às redes sociais, o telefone celular tem sido a ferramenta mais importante de utilização social das diferentes mídias, com apropriação de seu uso e significado, sendo, assim, uma das principais formas para o letramento digital da população. Esse letramento desenvolve-se em vários níveis, desde a simples utilização de um aplicativo de conversação com colegas até a utilização em transações financeiras nacionais e internacionais.

WILSON, C. et al. **Alfabetização midiática e informacional**: currículo para formação de professores. Brasília: UNESCO, 2013 (adaptado).

A partir dessas informações, avalie as asserções a seguir e a relação proposta entre elas.

I. Uma pessoa letrada digitalmente tem capacidade para localizar, filtrar e avaliar informação disponibilizada eletronicamente e para se comunicar com outras pessoas por meio de Tecnologias de Informação e Comunicação.

### PORQUE

II. No letramento digital, desenvolve-se a habilidade de construir sentidos a partir de textos que se conectam a outros textos, por meio de hipertextos, *links* e elementos imagéticos e sonoros.

A respeito dessas asserções, assinale a opção correta.

- A** As asserções I e II são proposições verdadeiras, e a II é uma justificativa correta da I.
- B** As asserções I e II são proposições verdadeiras, mas a II não é uma justificativa correta da I.
- C** A asserção I é uma proposição verdadeira, e a II é uma proposição falsa.
- D** A asserção I é uma proposição falsa, e a II é uma proposição verdadeira.
- E** As asserções I e II são proposições falsas.

## QUESTÃO 2

A ideia segundo a qual todo ser humano, sem distinção, merece tratamento digno corresponde a um valor moral. O pluralismo político, por exemplo, pressupõe um valor moral: os seres humanos têm o direito de ter suas opiniões, expressá-las e organizar-se em torno delas. Não se deve, portanto, obrigá-los a silenciar ou a esconder seus pontos de vista; vale dizer, são livres. Na sociedade brasileira, não é permitido agir de forma preconceituosa, presumindo a inferioridade de alguns (em razão de etnia, raça, sexo ou cor), sustentando e promovendo a desigualdade. Trata-se de um consenso mínimo, de um conjunto central de valores, indispensável à sociedade democrática: sem esse conjunto central, cai-se na anomia, entendida como ausência de regras ou como total relativização delas.

BRASIL. **Ética e Cidadania**. Brasília: MEC/SEB, 2007 (adaptado).

Com base nesse fragmento de texto, infere-se que a sociedade moderna e democrática

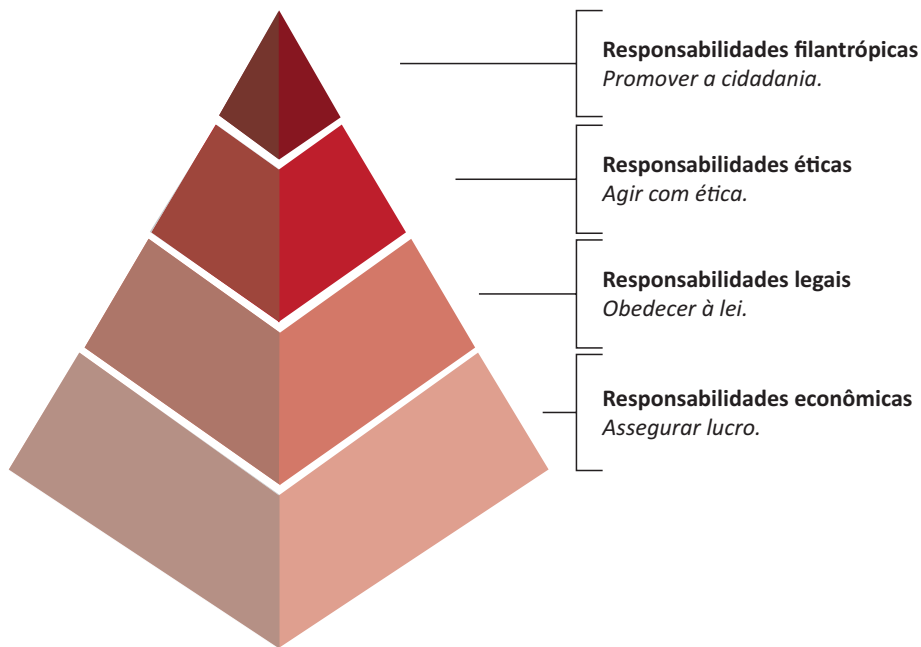
- A** promove a anomia, ao garantir os direitos de minorias étnicas, de raça, de sexo ou de cor.
- B** admite o pluralismo político, que pressupõe a promoção de algumas identidades étnicas em detrimento de outras.
- C** sustenta-se em um conjunto de valores pautados pela isonomia no tratamento dos cidadãos.
- D** apoia-se em preceitos éticos e morais que fundamentam a completa relativização de valores.
- E** adota preceitos éticos e morais incompatíveis com o pluralismo político.

## ÁREA LIVRE



**QUESTÃO 3**

A percepção de parcela do empresariado sobre a necessidade de desenvolvimento sustentável vem gerando uma postura que se contrapõe à cultura centrada na maximização do lucro dos acionistas. A natureza global de algumas questões ambientais e de saúde, o reconhecimento da responsabilidade mundial pelo combate à pobreza, a crescente interdependência financeira e econômica e a crescente dispersão geográfica das cadeias de valor evidenciam que assuntos relevantes para uma empresa do setor privado podem ter alcance muito mais amplo que aqueles restritos à área mais imediata onde se localiza a empresa. Ilustra essa postura empresarial a pirâmide de responsabilidade social corporativa apresentada a seguir.



CARROLL, A. B. The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders. **Business horizons**. July-August, 1991 (adaptado).

Com relação à responsabilidade social corporativa, avalie as afirmações a seguir.

- I. A responsabilidade social pressupõe estudo de impactos potenciais e reais das decisões e atividades da organização, o que exige atenção constante às ações cotidianas regulares de uma organização.
- II. À medida que a responsabilidade econômica de uma organização diminui, a responsabilidade social corporativa aumenta e, por conseguinte, a empresa passa a agir com ética.
- III. A concessão de financiamento para atividades sociais, ambientais e econômicas é fator relevante para a redução da responsabilidade legal empresarial.

É correto o que se afirma em

- A** I, apenas.
- B** II, apenas.
- C** I e III, apenas.
- D** II e III, apenas.
- E** I, II e III.



## QUESTÃO 4

Mais de um quarto dos presos do Centro de Detenção Provisória (CDP) de Pinheiros I, na zona oeste da capital paulista, havia morado nas ruas. Há alguns anos, percebe-se progressiva mudança da população carcerária dos CDPs de São Paulo: além da tradicional parcela de acusados e condenados por crimes patrimoniais com emprego de violência ou por tráfico de drogas, passou a integrar o quadro prisional uma parcela da população sem histórico de violência, habitante, majoritariamente, das ruas do centro da cidade. Nos últimos três anos, o número de presos provenientes das ruas da região central da capital paulista aumentou significativamente; a maioria deles é presa pela prática de pequenos furtos e/ou porte de drogas. Os casos são, em geral, similares: pessoas dependentes de *crack* que vivem nas ruas e são flagradas furtando lojas ou tentando roubar transeuntes, sem o uso de armas. Como são crimes leves, os acusados poderiam aguardar a conclusão do inquérito em liberdade.

Disponível em: <<http://ibccrim.jusbrasil.com.br>>. Acesso em: 25 jul. 2015 (adaptado).

Tendo esse texto como referência e considerando a relação entre políticas públicas de segurança e realidade social nas metrópoles brasileiras, avalie as seguintes asserções e a relação proposta entre elas.

- I. A presença de policiais nas ruas das grandes cidades brasileiras atende, em geral, à solicitação de lojistas, que constantemente se queixam da presença de moradores de rua dependentes de *crack*.

### PORQUE

- II. O encarceramento de moradores de rua viciados em *crack* que praticam pequenos delitos não resolve os problemas que afetam a população, como os de segurança, violência, saúde, educação e moradia.

A respeito dessas asserções, assinale a opção correta.

- A** As asserções I e II são proposições verdadeiras, e a II é uma justificativa correta da I.
- B** As asserções I e II são proposições verdadeiras, mas a II não é uma justificativa correta da I.
- C** A asserção I é uma proposição verdadeira, e a II é uma proposição falsa.
- D** A asserção I é uma proposição falsa, e a II é uma proposição verdadeira.
- E** As asserções I e II são proposições falsas.

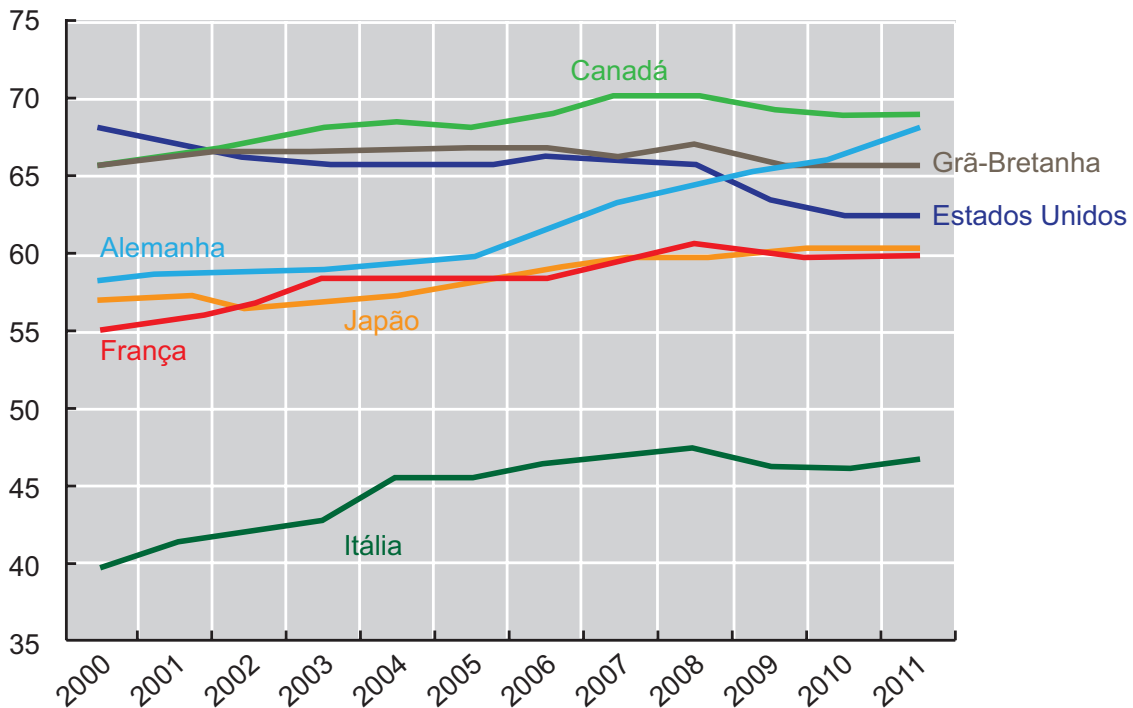
## ÁREA LIVRE



## QUESTÃO 5

As taxas de emprego para mulheres são afetadas diretamente por ciclos econômicos e por políticas de governo que contemplam a inclusão das mulheres no mercado de trabalho. O gráfico a seguir apresenta variações das taxas percentuais de emprego para mulheres em alguns países, no período de 2000 a 2011.

**Taxa percentual de emprego para mulheres de 2000 a 2011**



Disponível em: <<http://www.oecd-ilibrary.org>>. Acesso em: 19 ago. 2015 (adaptado).

Com base nesse gráfico, conclui-se que, de 2000 a 2011, a taxa de emprego para mulheres

- A** manteve-se constante na Itália.
- B** manteve-se crescente na França e no Japão.
- C** atingiu, na Grã-Bretanha, seu valor máximo em 2011.
- D** aumentou mais na Alemanha que nos demais países pesquisados.
- E** manteve-se superior a 60% no Canadá, na Alemanha e nos Estados Unidos.

## ÁREA LIVRE



## QUESTÃO 6

Hoje, o conceito de inclusão digital está intimamente ligado ao de inclusão social. Nesse sentido, o computador é uma ferramenta de construção e aprimoramento de conhecimento que permite acesso à educação e ao trabalho, desenvolvimento pessoal e melhor qualidade de vida.

FERREIRA, J. R. et al. *Inclusão Digital*. In: BRASIL. **O Futuro da Indústria de Software**: a perspectiva do Brasil. Brasília: MDIC/STI, 2004 (adaptado).

Diante do cenário *high tech* (de alta tecnologia), a inclusão digital faz-se necessária para todos. As situações rotineiras geradas pelo avanço tecnológico produzem fascínio, admiração, euforia e curiosidade em alguns, mas, em outros, provocam sentimento de impotência, ansiedade, medo e insegurança. Algumas pessoas ainda olham para a tecnologia como um mundo complicado e desconhecido. No entanto, conhecer as características da tecnologia e sua linguagem digital é importante para a inclusão na sociedade globalizada.

Nesse contexto, políticas públicas de inclusão digital devem ser norteadas por objetivos que incluam

- I. a inserção no mercado de trabalho e a geração de renda.
- II. o domínio de ferramentas de robótica e de automação.
- III. a melhoria e a facilitação de tarefas cotidianas das pessoas.
- IV. a difusão do conhecimento tecnológico.

É correto apenas o que se afirma em

- A** I e II.
- B** I e IV.
- C** II e III.
- D** I, III e IV.
- E** II, III e IV.

## QUESTÃO 7

As projeções da Associação Brasileira da Indústria de Óleos Vegetais vêm indicando, para 2020, produção entre 104 milhões e 105 milhões de toneladas de soja. A área de cultivo da soja deve aumentar cerca de 6,7 milhões de hectares, chegando, em 2023, a 34,4 milhões. Isso representa um acréscimo de 24,3% na área mensurada em 2013. No Paraná, a área de cultivo de soja pode expandir-se para áreas de outras culturas e, no Mato Grosso, para pastagens degradadas e áreas novas.

Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br>>. Acesso em: 19 ago. 2013 (adaptado).

Considerando esses dados e os impactos do agronegócio na reconfiguração do campo, avalie as afirmações a seguir.

- I. A expansão das áreas de monocultura de soja amplia a mecanização no campo e gera a migração de trabalhadores rurais para centros urbanos.
- II. A intensificação da monocultura de soja acarreta aumento da concentração da estrutura fundiária.
- III. A expansão da cultura de soja no Paraná e no Mato Grosso promoverá o avanço do plantio de outras culturas.

É correto o que se afirma em

- A** I, apenas.
- B** III, apenas.
- C** I e II, apenas.
- D** II e III, apenas.
- E** I, II e III.

## ÁREA LIVRE





**QUESTÃO 8**



Disponível em: <<http://www.subsoloart.com>>. Acesso em: 17 jul. 2015.

Assim como o *break*, o grafite é uma forma de apropriação da cidade. Os muros cinzentos e sujos das cidades são cobertos por uma explosão de cores, personagens, linhas, traços, texturas e mensagens diferentes. O sujo e o monótono dão lugar ao colorido, à criatividade e ao protesto. No entanto, a arte de grafitar foi, por muito tempo, duramente combatida, pois era vista como ato de vandalismo e crime contra o patrimônio público ou privado, sofrendo, por causa disso, forte repressão policial. Hoje, essa situação encontra-se bastante amenizada, pois o grafite conseguiu legitimidade como arte e, como tal, tem sido reconhecido tanto por governantes quanto por proprietários de imóveis.

SOUZA, M.L.; RODRIGUES, G.B. *Planejamento urbano e ativismo social*. São Paulo: Unesp, 2004 (adaptado).

Considerando a figura acima e a temática abordada no texto, avalie as afirmações a seguir.

- I. O grafite pode ser considerado uma manifestação artística pautada pelo engajamento social, porque promove a sensibilização da população por meio não só de gravuras e grandes imagens, mas também de letras e mensagens de luta e resistência.
- II. Durante muito tempo, o grafite foi marginalizado como arte, por ser uma manifestação associada a grupos minoritários.
- III. Cada vez mais reconhecido como ação de mudança social nas cidades, o grafite humaniza a paisagem urbana ao transformá-la.

É correto o que se afirma em

- A II, apenas.
- B III, apenas.
- C I e II, apenas.
- D I e III, apenas.
- E I, II e III.



### QUESTÃO DISCURSIVA 3



São muitos os conceitos e os entendimentos de negociação. De acordo com vários autores e até mesmo pelo entendimento das pessoas, as negociações existem nas situações em que se busque soluções para questões pessoais, profissionais, políticas, comerciais, diplomáticas, gerenciais, trabalhistas e institucionais, entre outras. Enfim, são muitas as situações em que se pode recorrer aos conceitos de negociação, observando os seguintes princípios: separar as pessoas do problema; concentrar-se nos interesses mútuos, não nas posições; criar alternativas antes de discutir o que fazer e utilizar um padrão objetivo (informação) para mensurar o resultado; deixar o preço por último.

À luz dos princípios de negociação, avalie a situação hipotética a seguir.

Em uma padaria de bairro, durante um atendimento da balconista, o cliente reclamou da suposta qualidade do pão em relação ao alto preço praticado na padaria. A balconista, então, disse ao cliente que ele não era obrigado a comprar e poderia efetuar sua compra na padaria do bairro vizinho, já que não estava satisfeito. O gerente da padaria presenciou esta situação.

Considerando a situação apresentada e os conceitos expostos, proponha uma solução, indicando ações que o gerente da padaria poderá desenvolver, junto à sua equipe de atendimento, para que tais conflitos não se repitam. (valor: 10,0 pontos)

RASCUNHO	
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	

## QUESTÃO DISCURSIVA 4

O baixo desempenho da economia está levando as franquias brasileiras a repensarem o modelo de negócios e a apostarem alto em inovação. Embora tenha fechado o primeiro trimestre do ano com um aumento de 9,2% e apresente uma baixa taxa de mortalidade (3,7% ao ano), o segmento vem crescendo em velocidade menor que a dos últimos anos. Por isso, a preocupação dos empresários é agir mais rápido do que o efeito da crise.

Disponível em: <<http://www.correiobraziliense.com.br>>. Acesso em: 9 jul. 2015 (adaptado).

Considerando essas informações, responda às perguntas a seguir.

- Em tempos de crise, as franquias são uma boa opção para novos empreendedores por oferecerem suporte aos franqueados? Justifique sua resposta. (valor: 5,0 pontos)
- Ainda que o segmento de franquia esteja em crescimento, apostar em inovação é uma boa opção para continuar crescendo? Justifique sua resposta. (valor: 5,0 pontos)

RASCUNHO	
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	



**QUESTÃO DISCURSIVA 5** //////////////////////////////////////

A empresa Saturno, uma distribuidora de produtos de higiene e limpeza, vende seus produtos para restaurantes, hotéis, motéis, clubes, e academias de ginástica. O principal cliente da Saturno é a rede de restaurantes Tempero Clássico, que compra da distribuidora há mais de 10 anos. As duas empresas foram fundadas no mesmo ano, mas tiveram trajetórias de crescimento distintas. Hoje o faturamento da Tempero Clássico é o dobro da Saturno e, praticamente, possuem a mesma quantidade de funcionários. Recentemente houve uma mudança no setor de compras da rede de restaurantes e um novo comprador foi contratado para fazer os pedidos junto aos fornecedores. Acontece que este novo comprador tem um amigo vendedor de um concorrente da Saturno e já informou que passará a comprar dele caso os preços da Saturno não baixem. Correndo o risco de ficar sem o pedido da Tempero Clássico, o vendedor enviou um *e-mail* para o comprador pedindo que ele aguardasse mais 48 horas antes de tomar a decisão, pois conversaria com o seu gerente para rever o pedido e fazer algumas concessões. Nessa situação, tanto o vendedor quanto o comprador adotaram estratégias de negociação. No entanto, de acordo com o modelo de Wanderley (1998), representado na figura abaixo, eles estão adotando estratégias diferentes de negociação.

WANDERLEY, J. A. **Negociação total**: encontrando soluções, vencendo resistências, obtendo resultados. 14 ed. São Paulo: Gente, 1998 (adaptado).



Considerando a situação descrita e o modelo apresentado, faça o que se pede nos itens a seguir.

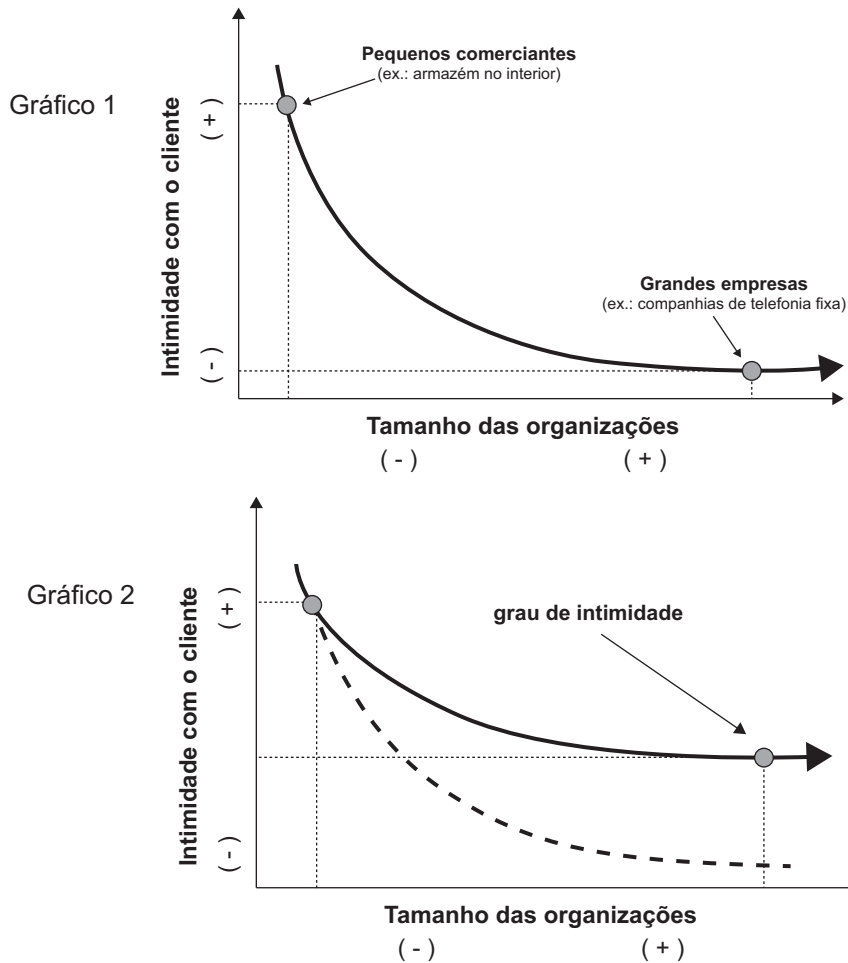
- a) Identifique e justifique a estratégia adotada pelo vendedor da Saturno. (valor: 5,0 pontos)
- b) Identifique e justifique a estratégia adotada pelo comprador da Tempero Clássico. (valor: 5,0 pontos)

RASCUNHO	
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	



## QUESTÃO 9

Os dois gráficos que se seguem representam a relação entre o tamanho das organizações e o grau de intimidade que mantêm com seus clientes. O gráfico 2 demonstra o efeito produzido após a implantação de ferramentas de Gerenciamento do Relacionamento com Clientes.



MADRUGA, R. Guia de Implementação de Marketing de Relacionamento e CRM. São Paulo: Atlas, 2006 (adaptado).

A partir dos gráficos apresentados, avalie as asserções a seguir e a relação proposta entre elas.

- I. O gráfico 2 mostra que a implantação de ferramentas de Gerenciamento do Relacionamento com Clientes nas organizações eleva o grau de intimidade no relacionamento com o consumidor.

### PORQUE

- II. As organizações podem obter informações valiosas sobre o histórico de compra de seus clientes, por meio das séries históricas de dados gerenciados por essas ferramentas, permitindo a sugestão personalizada de oferta de produtos e serviços.

A respeito dessas asserções, assinale a opção correta.

- A** As asserções I e II são proposições verdadeiras, e a II é uma justificativa correta da I.
- B** As asserções I e II são proposições verdadeiras, mas a II não é uma justificativa correta da I.
- C** A asserção I é uma proposição verdadeira, e a II é uma proposição falsa.
- D** A asserção I é uma proposição falsa, e a II é uma proposição verdadeira.
- E** As asserções I e II são proposições falsas.



**QUESTÃO 10** //

Uma pequena loja especializada no nicho de apreciadores de queijos sofisticados oferece ampla variedade de queijos artesanais de alto padrão e 100% nacionais. Os queijos, por serem artesanais, são produzidos em quantidades reduzidas e requerem procedimentos de conservação para que não percam suas propriedades. Apesar de o negócio ser bem-sucedido, o proprietário identificou que muitos clientes compravam bem menos do que gostariam por duas razões simples: dificuldade de movimentar-se no trânsito da cidade e falta de tempo, devido à agenda apertada dessas pessoas. A partir dessa constatação, ele decidiu implantar um serviço de venda *online* dos queijos.

Considerando a situação dessa empresa, avalie as afirmações a seguir.

- I. Não há oportunidade clara de negócios, pois não há volume de mercado que permita escala de ganhos.
- II. Como se trata de comércio eletrônico, o volume de vendas dessa empresa pode atingir grande cobertura, até mesmo em escala nacional.
- III. A opção pelo comércio eletrônico agrega um diferencial no atendimento ao consumidor final, alavancando as vendas da empresa.

É correto o que se afirma em

- A** II, apenas.
- B** III, apenas.
- C** I e II, apenas.
- D** I e III, apenas.
- E** I, II e III.

**ÁREA LIVRE** //**QUESTÃO 11** //

A Lei nº 12.305/2010 estabelece a Política Nacional de Resíduos Sólidos. Em seu texto, trata dos princípios, objetivos e instrumentos para a destinação final desses resíduos, apresentando as bases para a criação da gestão integrada, entre o setor público e o privado, dos resíduos sólidos no país.

Especificamente em seu art. 3º, a lei define logística reversa como um “instrumento de desenvolvimento econômico e social caracterizado por um conjunto de ações, procedimentos e meios destinados a viabilizar a coleta e a restituição dos resíduos sólidos ao setor empresarial, para reaproveitamento, em seu ciclo ou em outros ciclos produtivos, ou outra destinação final ambientalmente adequada”.

A partir dessas informações, verifica-se que um dos objetivos da Lei nº 12.305/2010 é, introduzir, por meio do processo de logística reversa, a obrigatoriedade da destinação dos resíduos sólidos, para

- A** lixões.
- B** reciclagem.
- C** incinerações.
- D** compostagem.
- E** aterros sanitários.

**ÁREA LIVRE** //

## QUESTÃO 12

Numa pesquisa sobre benefícios de um programa de fidelização, o resultado mostrou que os entrevistados reconheciam os benefícios do programa para outras pessoas, mas não para si mesmas. Então, foi realizada outra pesquisa com os mesmos clientes para identificar que benefícios gostariam de ter com o programa de fidelização. A surpresa foi que o resultado desta segunda pesquisa apontou que os clientes desejavam as mesmas coisas, só não reconheciam para si próprios os benefícios.

BRETZKE, M. *Marketing de relacionamento e competição em tempo real com CRM*. São Paulo: Editora Atlas, 2000 (adaptado).

Para tentar reverter a percepção dos clientes, uma abordagem de mala direta foi proposta pelo Sistema de Relacionamento com o Cliente, de modo a incluir na comunicação uma permissão subliminar para que o cliente também se inclua como público-alvo dos benefícios do programa de fidelização.

Diante desse fato, qual dos textos abaixo deve ser apresentado na abordagem da mala direta afim de que o cliente passe a perceber para si os benefícios do programa de fidelização?

- A** Você merece! Oferecemos os melhores benefícios preparados e pensados para pessoas especiais! Ligue e solicite nosso catálogo de vantagens!
- B** Você merece! Nossas vantagens foram especialmente preparadas e pensadas de modo a proporcionar o melhor para nossos clientes! Ligue agora e faça valer a pena!
- C** Você merece! Nossa empresa preparou o melhor plano de vantagens jamais visto antes! Seja surpreendido e deixe-se levar pelas facilidades que somente nós podemos te oferecer!
- D** Você merece! Aproveite os benefícios que pensamos e preparamos especialmente para pessoas como você! Ligue agora e solicite o seu catálogo de vantagens. Você e sua família ficarão surpresos!
- E** Você merece! Preparamos o melhor plano de vantagens do mercado levando em consideração todas as principais características oferecidas pela concorrência. Não perca tempo e nos faça uma visita ou ligue ainda hoje!

## ÁREA LIVRE







## QUESTÃO 14

Os Balanços Patrimoniais da empresa Cia dos Gestores referentes aos exercícios de 2013 e 2014 constam os seguintes valores (em milhões de reais).

Balanço Patrimonial – Cia dos Gestores

Exercícios findos em 31 de dezembro de 2014 e 2013

(Em milhões de reais, exceto quando indicado em contrário)

Circulante	2013	(%) AV	(%) AH	2014	(%) AV	(%) AH
Caixa e Equivalentes de Caixa	37 172	31,6	100,0	44 239	33,1	119,0
Títulos e Valores Mobiliários	9 101	7,7	100,0	23 500	17,6	258,2
Contas a Receber Líquidas	22 652	19,2	100,0	21 167	15,9	93,4
Estoques	33 324	28,3	100,0	30 457	22,8	91,4
Imposto de Renda e Contribuição Social (provisão)	2 484	2,1	100,0	2 850	2,1	114,7
Impostos e Contribuições (provisão)	9 162	7,8	100,0	7 000	5,2	76,4
Adiantamento a Fornecedores	1 600	1,4	100,0	1 123	0,8	70,2
Outros Ativos Circulantes	2 218	1,9	100,0	3 138	2,4	141,5
	117 713	100,0	100,0	133 474	100,0	113,4

Legenda: AV = Análise Vertical ; AH = Análise Horizontal.

Com base na Análise Vertical e Horizontal do grupo do Ativo Circulante dos Balanços Patrimoniais consolidados da Cia dos Gestores nos anos de 2013 e 2014, conclui-se que

- A** a conta Estoques apresentou crescimento de 2013 para 2014, conforme a Análise Horizontal.
- B** a conta Títulos e Valores Mobiliários foi a que menos apresentou variação nos anos de 2013 e 2014.
- C** a conta Caixa e Equivalentes de Caixa tem a maior representatividade no Ativo Circulante, em ambos os anos.
- D** a conta Impostos e Contribuições é a de menor representatividade no Ativo Circulante, em ambos os anos, conforme Análise Vertical.
- E** todas as contas cresceram no período de 2013 a 2014, conforme Análise Horizontal.

## ÁREA LIVRE



## QUESTÃO 15

A empresa Gestores S/A está construindo um novo empreendimento, no setor de fabricação de sorvetes. A empresa realizou diversas estimativas, tais como preço de venda do sorvete, margem de lucro a ser alcançada com a venda e quantidade de sorvetes a serem vendidos por mês, conforme mostrado no quadro abaixo:

Quantidade de sorvetes por mês	1 000 unid.
Preço de venda por unidade	R\$ 3,00
Margem de lucro por unidade	R\$ 1,25

Com base na estimativa do preço de venda e no custeio por absorção, qual estrutura de custos é necessária para que a estimativa representada acima se concretize?

**A**

Custo Fixo (CF)		Custos Variáveis (CV)	
Aluguel dos equipamentos	R\$ 750,00	Matéria-Prima	R\$ 500,00
		Água e Energia	R\$ 150,00
		Impostos sobre Vendas	R\$ 100,00
Total de CF	R\$ 750,00	Total de CV	R\$ 750,00
<b>Custo Total (CT) = R\$ 1 500,00</b>			

**B**

Custo Fixo (CF)		Custos Variáveis (CV)	
Aluguel dos equipamentos	R\$ 750,00	Matéria-Prima	R\$ 700,00
		Água e Energia	R\$ 150,00
		Impostos sobre Vendas	R\$ 150,00
Total de CF	R\$ 750,00	Total de CV	R\$ 1 000,00
<b>Custo Total (CT) = R\$ 1 750,00</b>			

**C**

Custo Fixo (CF)		Custos Variáveis (CV)	
Aluguel dos equipamentos	R\$ 1 000,00	Matéria-Prima	R\$ 700,00
		Água e Energia	R\$ 150,00
		Impostos sobre Vendas	R\$ 150,00
Total de CF	R\$ 1 000,00	Total de CV	R\$ 1 000,00
<b>Custo Total (CT) = R\$ 2 000,00</b>			

**D**

Custo Fixo (CF)		Custos Variáveis (CV)	
Aluguel dos equipamentos	R\$ 750,00	Matéria-Prima	R\$ 1 000,00
		Água e Energia	R\$ 250,00
		Impostos sobre Vendas	R\$ 250,00
Total de CF	R\$ 750,00	Total de CV	R\$ 1 500,00
<b>Custo Total (CT) = R\$ 2 250,00</b>			

**E**

Custo Fixo (CF)		Custos Variáveis (CV)	
Aluguel dos equipamentos	R\$ 1 500,00	Matéria-Prima	R\$ 700,00
		Água e Energia	R\$ 150,00
		Impostos sobre Vendas	R\$ 150,00
Total de CF	R\$ 1 500,00	Total de CV	R\$ 1 000,00
<b>Custo Total (CT) = R\$ 2 500,00</b>			



## QUESTÃO 16

O trespasse é um tipo de contrato de compra e venda de um estabelecimento empresarial. Adquirindo um estabelecimento, ao novo proprietário pertence a universalidade de bens daquele empreendimento, tanto os corpóreos — maquinários, veículos, etc — e incorpóreos — credibilidade, nome, etc — quanto a exploração da atividade empresarial objeto do contrato. É coloquialmente chamada de compra e venda do “fundo de comércio”.

No contrato de trespasse, determina-se que

- A** as dívidas existentes não se transferem ao novo proprietário.
- B** ao vendedor do estabelecimento é permitido abrir outro estabelecimento que venha a concorrer com o vendido.
- C** o novo proprietário estará obrigado a iniciar atividade empresarial diferente da praticada no estabelecimento adquirido.
- D** a compra e venda terá seus efeitos produzidos após a averbação na Junta Comercial do Estado e publicação na imprensa oficial.
- E** a assinatura do contrato põe fim a qualquer responsabilidade do vendedor do estabelecimento perante os antigos credores, desobrigando-o.

## ÁREA LIVRE

## QUESTÃO 17



Disponível em: <www.popmundi.com.br>. Acesso em: 13 jul. 2015.

Fornecimento defeituoso é aquele em que o produto ou serviço apresenta alguma impropriedade danosa ao consumidor. Porém, neste caso, o dano não se origina da má utilização do produto ou serviço, ocasionada pela insuficiência ou inadequação das informações sobre os seus riscos, mas em razão de problema intrínseco ao fornecimento.

COELHO, F. U. *Manual de Direito Comercial: Direito de Empresa*. 23 ed. São Paulo: Saraiva, 2011 (adaptado).

Com base no Direito do Consumidor, avalie as afirmações a seguir.

- I. O consumidor somente terá direito a ressarcimento ou troca do produto caso comprove a responsabilidade do fornecedor.
- II. A responsabilidade objetiva determina ao fornecedor do produto defeituoso o ressarcimento ao consumidor ou a troca do produto.
- III. A utilização incorreta do produto pelo cliente, em razão da falta de informação no rótulo, não é responsabilidade do fornecedor.

É correto o que se afirma em

- A** II, apenas.
- B** III, apenas.
- C** I e II, apenas.
- D** I e III, apenas.
- E** I, II e III.

**QUESTÃO 18** //

Um gestor, na elaboração do planejamento de vendas, realizou a análise SWOT, que se baseia na avaliação dos pontos fortes e fracos, das ameaças e oportunidades que afetam uma organização. Essa análise possibilita à organização potencializar suas forças, minimizar fraquezas, reduzir ameaças e aproveitar oportunidades.

A partir dessas informações, verifica-se que um gestor deve considerar

- A** a instabilidade cambial como oportunidade e a qualidade do produto como ponto forte.
- B** o crescimento da renda populacional como oportunidade e o custo baixo como força da organização.
- C** a imagem positiva da marca institucional como ponto forte e a falta de integração dos departamentos como ameaça.
- D** a falta de qualificação de seus funcionários como ameaça e a inexistência de concorrentes como ponto forte.
- E** a tecnologia obsoleta da empresa como ameaça e o aumento da demanda de mercado como uma oportunidade.

**ÁREA LIVRE** //

**QUESTÃO 19** //

Os planos de retenção — ofertas especiais aos clientes que manifestam intenção de abandonar a empresa — são cada vez mais usuais nas empresas de serviços. Nesse contexto, as ferramentas de CRM (Gerenciamento da Relação com o Cliente) são um importante aliado.

REINARES, P. 100 **erros do CRM**: os mitos, mentiras e verdades. São Paulo: Ed. Pioneira-Thomson, 2007 (adaptado).

Com relação a esse tema, avalie as afirmações a seguir.

- I. Os planos de retenção de clientes devem ser padronizados, com descontos especiais ou benefícios adicionais.
- II. As ferramentas de CRM contribuem para a definição do perfil de utilização dos serviços pelos clientes e seu valor potencial.
- III. Os planos de retenção devem contemplar, em suas estratégias, critérios de valor de longo prazo do cliente.

É correto o que se afirma em

- A** I, apenas.
- B** II, apenas.
- C** I e III, apenas.
- D** II e III, apenas.
- E** I, II e III.

**ÁREA LIVRE** //



## QUESTÃO 20

A situação de endividamento indica, de forma geral, o volume de recursos de terceiros utilizados para suportar operações de uma organização e, conseqüentemente, gerar lucros. Os analistas financeiros, usualmente, estão mais preocupados com o endividamento de longo prazo, uma vez que este compromete o fluxo financeiro da empresa com uma série de pagamentos por um longo período. Assim, dizemos que, quanto maior for o endividamento de longo prazo da empresa, maior será a sua alavancagem financeira.

GITMAN, L. J. *Princípios de Administração Financeira*. 12 ed. São Paulo: Pearson Education, 2010 (adaptado).

Tomando como base a estrutura dos demonstrativos contábeis e o conceito de alavancagem financeira nos resultados de uma organização, verifica-se que, quanto

- A** menores os custos fixos, maior a alavancagem financeira da empresa.
- B** maior a alavancagem financeira, menor o retorno das operações da empresa.
- C** menor a alavancagem financeira da empresa, maior o risco de suas operações.
- D** maior a alavancagem financeira, maior o retorno sobre o capital próprio dos acionistas.
- E** menor a relação entre o passivo e o ativo total da empresa, maior o seu grau de endividamento e sua alavancagem.

## ÁREA LIVRE

## QUESTÃO 21

Os departamentos de recursos humanos são importantes nos rumos das empresas. Os gestores de pessoas são contratados para definir estratégias e práticas empresariais que garantam o sucesso e aumentem a capacidade da empresa de atingir seus objetivos. Uma dessas estratégias está relacionada ao preenchimento de cargos nas empresas por meio do recrutamento externo, o qual

- A** valoriza lentamente o capital intelectual de uma empresa.
- B** garante mais segurança e rapidez que o recrutamento interno.
- C** enriquece o patrimônio humano pelo aporte de novos talentos e habilidades.
- D** desobriga esquemas de socialização organizacional para o novo funcionário.
- E** aumenta a fidelidade dos funcionários, ao oferecer oportunidades a candidatos externos.

## ÁREA LIVRE



## QUESTÃO 22

Um universitário resolveu fornecer almoço para a comunidade da instituição de ensino em que estudava, onde o almoço custava o valor de R\$ 18,00. Sua intenção era oferecer o serviço a um menor preço e, assim, arrecadar fundos para a realização de sua formatura. Foi, então, em busca do necessário para o fornecimento das refeições e estimou o custo para tal empreendimento. Após a pesquisa, alcançou a seguinte estrutura unitária de custos:

- Matéria prima: R\$ 7,00
- Impostos incidentes: R\$ 3,00
- Gastos com embalagem: R\$ 2,00

De posse dessas informações, o estudante estipulou a obtenção de lucro de 30% sobre o custo final do produto. Definiu, ainda, que os almoços vendidos a outros estudantes teriam um desconto de 15% no preço de venda.

Considerando a estrutura de custos exposta, conclui-se que o preço de venda do produto e o desconto sobre este preço, caso uma unidade do almoço fosse vendida a um estudante, corresponderiam, respectivamente, a

- A** R\$ 13,60 e R\$ 2,04.
- B** R\$ 14,60 e R\$ 2,19.
- C** R\$ 15,60 e R\$ 2,34.
- D** R\$ 16,60 e R\$ 2,49.
- E** R\$ 17,60 e R\$ 2,64.

## ÁREA LIVRE

## QUESTÃO 23

Um gerente de vendas deve ter habilidades de negociação, inclusive para agir com sua própria equipe. Isso significa que é possível sempre obter um desfecho da negociação que seja, em diferentes graus, favorável a todas as partes. Nesse sentido, suponha que um gerente de vendas tenha decidido eliminar uma linha de produtos para direcionar investimentos a outra e que sua equipe tenha reagido de forma bastante negativa a essa ideia, por temer a redução das vendas e, conseqüentemente, de suas comissões.

Nessa situação hipotética, o gerente demonstraria habilidades de negociação caso

- A** utilizasse seu poder do cargo para fazer valer sua decisão e evitar estender o debate.
- B** impusesse sua decisão, concedendo privilégios a vendedores que exercem liderança informal junto aos demais.
- C** voltasse atrás da decisão, para evitar conflitos, argumentando que havia conseguido reverter a situação junto à Administração Superior.
- D** responsabilizasse a Administração Superior e se solidarizasse com a equipe, informando que não tinha autonomia para mudar a decisão.
- E** reconhecesse a possível redução nas comissões de venda, mas explicasse que a estratégia reverteria essa situação em alguns meses.

## ÁREA LIVRE



## QUESTÃO 24

A sobrevivência das pequenas empresas depende da sua capacidade de competir no mercado. Ao identificar suas principais necessidades, a empresa consegue adotar um sistema que permita aprimorar sua gestão, aumentar sua competitividade e proporcionar mais chances de sucesso.

Disponível em: <<http://exame.abril.com.br>>.  
Acesso em: 3 ago. 2015 (adaptado).

Considerando o fragmento de texto apresentado, avalie as asserções a seguir e a relação proposta entre elas.

- I. Estratégias devem ser estabelecidas para que se alcancem os objetivos de uma pequena empresa, levando-se em conta não só informações relativas a clientes, mercados, fornecedores, colaboradores, mas também a capacidade da empresa de prestar serviços, produzir e vender.

### PORQUE

- II. O primeiro passo de um negócio próprio se pauta na coragem e na escolha do segmento de mercado e público-alvo, seguido pela escolha do melhor caminho para divulgar e alcançar os objetivos da empresa, considerando o trabalho, muitas vezes, intenso para alcançá-los.

A respeito dessas asserções assinale a opção correta.

- A** As asserções I e II são proposições verdadeiras, e a II é uma justificativa correta da I.
- B** As asserções I e II são proposições verdadeiras, mas a II não é uma justificativa correta da I.
- C** A asserção I é uma proposição verdadeira, e a II é uma proposição falsa.
- D** A asserção I é uma proposição falsa, e a II é uma proposição verdadeira.
- E** As asserções I e II são proposições falsas.

## QUESTÃO 25

Os conflitos estão presentes em todos os ambientes, organizacionais ou não, pois, sempre que houver a convivência entre um grupo de pessoas, inevitavelmente haverá divergências de ideias e objetivos.

Sobre as formas de gerir conflitos, assinale a opção correta.

- A** O acordo é uma forma de gestão em que a pessoa se coloca à margem do conflito.
- B** A acomodação é uma forma de gestão em que o indivíduo procura atingir seus interesses.
- C** A competição é uma forma de gestão em que a pessoa abdica de seus interesses.
- D** A colaboração é uma forma de gestão em que a pessoa busca satisfazer interesses envolvidos.
- E** O afastamento é uma forma de gestão em que o indivíduo procura soluções aceitáveis.

## ÁREA LIVRE





## QUESTÃO 26

O novo gerente, como líder, não tem o perfil do “chefão”, mas do comunicador, capaz de passar bem a mensagem, de transmitir confiança e credibilidade. Ao mesmo tempo, os valores compartilhados pela cultura organizacional vão incentivar sua iniciativa, para que ele possa assumir um papel cada vez mais criativo, sugerindo metas, alternativas operacionais e soluções. Deixa, assim, de ser simples intermediário para assumir uma posição de maior autonomia. Toda essa mudança implica muito claramente uma espécie de reeducação.

BEKIN, S. F. **Endomarketing**: como praticá-lo como sucesso. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2004 (adaptado).

Considerando o texto apresentado e a implementação do endomarketing como estratégia para desenvolver a liderança, avalie as asserções a seguir e a relação proposta entre elas.

- I. O processo de endomarketing consiste, em sentido amplo, em promover mudanças de valores para adequar as empresas à atual configuração da economia e do mercado.

### PORQUE

- II. Conscientizar os profissionais de uma empresa da importância do relacionamento entre áreas, realçando a interdependência, favorece a excelência de serviços percebidos pelos clientes externos.

A respeito dessas asserções, assinale a opção correta.

- A** As asserções I e II são proposições verdadeiras, e a II é uma justificativa correta da I.
- B** As asserções I e II são proposições verdadeiras, mas a II não é uma justificativa correta da I.
- C** A asserção I é uma proposição verdadeira, e a II é uma proposição falsa.
- D** A asserção I é uma proposição falsa, e a II é uma proposição verdadeira.
- E** As asserções I e II são proposições falsas.

## QUESTÃO 27

Uma empresa fabrica dois tipos de produtos, A e B. O preço de venda do produto A é R\$ 120,00 e o de B é R\$ 100,00. A tabela a seguir apresenta a planilha da distribuição dos custos por rateio, por quantidade produzida no mês de julho, nessa empresa.

Tabela de custos	Produto A	Produto B
Quantidade produzida	6 000	2 000
Custos diretos		
Matéria-prima	R\$ 300 000,00	R\$ 80 000,00
Embalagem	R\$ 60 000,00	R\$ 40 000,00
Custos indiretos	R\$ 132 000,00	R\$ 44 000,00
(=) Custo total	R\$ 492 000,00	R\$ 164 000,00

Com base nessas informações, o gestor comercial da empresa emitiu um laudo técnico sobre cada produto. Avalie as conclusões do gestor comercial a seguir.

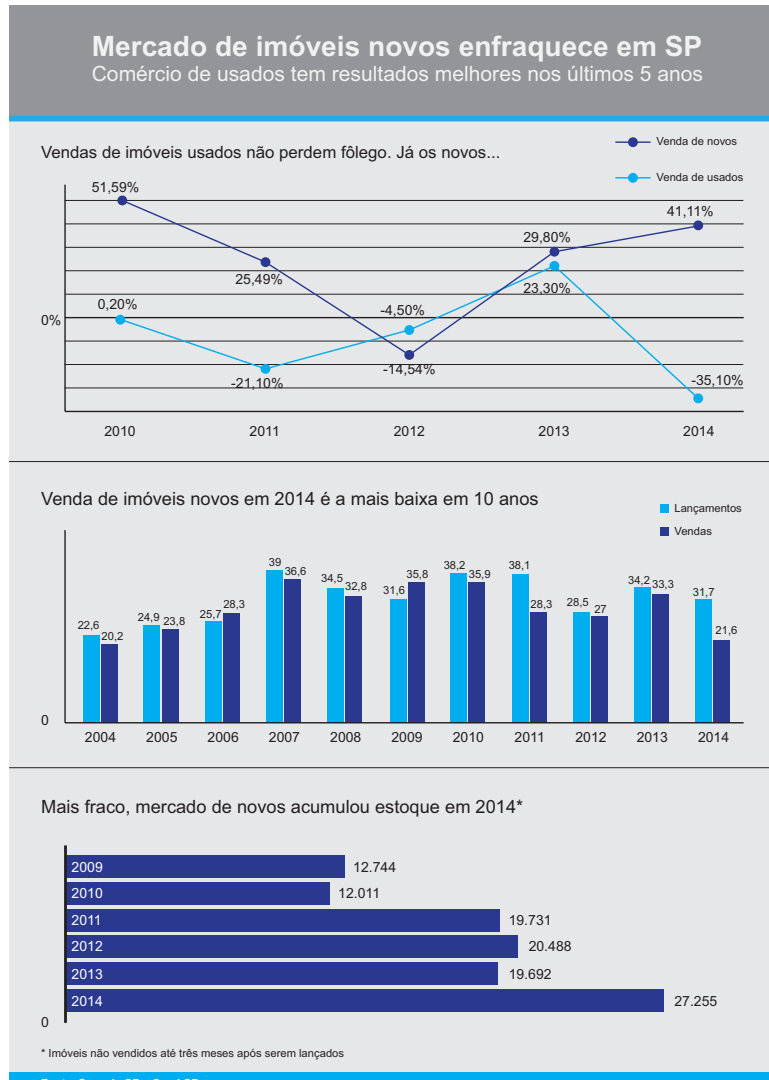
- I. Os produtos A e B possuem o mesmo custo unitário.
- II. O produto A tem margem de contribuição maior que o produto B.
- III. O produto B, no rateio por quantidade, arca com 33% dos custos indiretos.

É correto o que se afirma em

- A** II, apenas.
- B** III, apenas.
- C** I e II, apenas.
- D** I e III, apenas.
- E** I, II e III.



## QUESTÃO 28



O ano de 2014 não foi fácil para o mercado imobiliário. Além do grande evento, a Copa do Mundo de Futebol, e das eleições presidenciais, as más notícias da economia contribuíram para aumentar a insegurança do consumidor em realizar uma dívida de longo prazo. Contudo, o mercado imobiliário é bastante dinâmico, como permite constatar a análise do infográfico de venda de imóveis no estado de São Paulo.

Disponível em: <<http://noticias.r7.com>>. Acesso em: 26 jun. 2015 (adaptado).

Considerando o infográfico, avalie as afirmações a seguir.

- I. O cenário apresentado sugere que há oportunidade de se investir em novos lançamentos.
- II. A oferta tem superado a venda de novos imóveis nos últimos cinco anos.
- III. A venda de imóveis usados apresentou crescimento linear nos últimos cinco anos.

É correto o que se afirma em

- A** I, apenas.
- B** II, apenas.
- C** I e III, apenas.
- D** II e III, apenas.
- E** I, II e III.



## QUESTÃO 29

Os números do *franchising* no Brasil indicam que o segmento está em crescimento exponencial. Segundo a Associação Brasileira de *Franchising* (ABF), havia no país, em 2003, apenas 678 empresas franqueadoras. Uma década depois, chegamos a impressionantes 2 700 organizações que seguem esse modelo de negócio. No que diz respeito ao faturamento, a mesma pesquisa mostra que a receita das redes saltou de R\$ 29 bilhões para R\$ 115 bilhões.

Disponível em: <<https://endeavor.org.br>>. Acesso em: 2 ago. 2015 (adaptado).

Considerando o contexto das franquias, avalie as afirmações a seguir.

- I. Uma franquia é um sistema de negócio em que o franqueador cede o direito de utilização da marca e da distribuição exclusiva de seus produtos e serviços ao franqueado, no padrão de gestão do franqueador.
- II. Contextos e formatos de franquia e filial são similares, pois ambas recebem recursos financeiros da matriz, o que lhes assegura autonomia mínima.
- III. A franqueadora deve conhecer de modo preciso o perfil a ser exigido dos candidatos, para que alcancem sucesso na gestão da franquia.
- IV. A padronização nos processos internos, na qualidade de atendimento e nas estratégias de apresentação do produto pode ser prejudicial ao sucesso do franqueador.

É correto apenas o que se afirma em

- A I e III.
- B I e IV.
- C II e III.
- D I, II e IV.
- E II, III e IV.

## QUESTÃO 30

Entre as diversas funções do gestor comercial, inclui-se a de prover recursos humanos para sua área, o que consiste em

- A identificar, dividir e alocar o trabalho a ser realizado, definir responsabilidades e autoridades.
- B programar antecipadamente as metas que se deseja alcançar, e determinar os meios e recursos necessários.
- C assegurar que as atividades da organização levam-na ao alcance dos objetivos traçados.
- D conduzir o grupo de trabalho influenciando seu comportamento, para que se atinjam os objetivos e as metas estabelecidos.
- E formar uma equipe competente, integrada e motivada, disposta a agir em prol do conjunto.

## ÁREA LIVRE



## QUESTÃO 31

O sistema CRM (*Customer Relationship Management*) pode ser entendido como um conjunto de ferramentas que automatizam e permitem à empresa desenvolver uma estratégia de relacionamento que antecipa as necessidades dos clientes. A figura abaixo ilustra os principais processos que podem ser implantados por meio dessa ferramenta.



Com base na figura acima e no conceito de CRM, assinale a opção correta.

- A** A empresa, ao organizar sua comunicação, eleva os seus lucros, já que reduz os gastos com mídia.
- B** O processo da assistência técnica informatizada no pós-venda eleva os custos com as reclamações dos clientes.
- C** A antecipação de dados sobre a evolução do mercado permite à empresa avaliar tendências para implementar sua estratégia de vendas.
- D** A vantagem de se identificar o perfil dos clientes é reduzir os custos de vendas, uma vez que possibilita que a empresa padronize seus produtos.
- E** O acompanhamento das encomendas eleva os custos, no entanto, diminui os erros na entrega, o que eleva a produtividade.

## QUESTÃO 32

Uma empresa vende assinaturas de transmissões *online* de eventos esportivos e culturais exclusivamente para *smartphones*. Em meio a diversas mudanças tecnológicas e de hábitos de consumo, como o advento da televisão *pay per view* e o crescimento do mercado de *smartphones* e *tablets*, os executivos dessa empresa realizaram uma pesquisa de mercado que apontou que as pessoas não compram mais de uma mídia para um mesmo evento. Um diagnóstico estratégico, realizado por meio de uma análise SWOT, identificou as forças e fraquezas e as ameaças e oportunidades para a empresa nesse cenário.

Com base nessa situação hipotética, avalie o diagnóstico estratégico, realizado por meio de análise SWOT, descrito nas afirmações a seguir.

- I. A televisão *pay per view* é uma concorrente da empresa e representa uma ameaça ao seu negócio.
- II. A atuação da empresa com a venda de assinaturas de transmissões *online* para *smartphones* representa uma oportunidade para o seu negócio.
- III. O crescimento do mercado de *smartphones* é um ponto forte para a empresa.

É correto o que se afirma em

- A** I, apenas.
- B** II, apenas.
- C** I e III, apenas.
- D** II e III, apenas.
- E** I, II e III.

## ÁREA LIVRE

**QUESTÃO 33** //

Em uma loja de varejo, um cliente, interessado em adquirir um produto, pediu informações sobre as condições de troca que a loja oferecia. O vendedor, que era recém-contratado, disse que não haveria possibilidade de troca. O cliente questionou a informação, demonstrou insatisfação e saiu sem comprar os produtos da loja. O gerente, que estava entrando na loja nesse momento, questionou o motivo de o cliente ter saído irritado.

Ao se analisar a gestão dessa empresa foram identificados alguns problemas. Considerando essa situação hipotética, avalie os problemas de gestão a seguir.

- I. Falta de programa de treinamento adequado.
- II. Ausência do gerente no momento da venda.
- III. Falta de orientação, motivação e fixação de metas para o vendedor.

É correto o que se identifica em

- A** I, apenas.  
**B** III, apenas.  
**C** I e II, apenas.  
**D** II e III, apenas.  
**E** I, II e III.

**ÁREA LIVRE** //**QUESTÃO 34** //

Em uma revenda de veículos usados, um cliente encontra um automóvel que supre suas necessidades. Nesse momento, o vendedor mostra o veículo, o cliente o testa, e ambos entram em negociação. Quando o vendedor informa o preço do veículo, o cliente solicita um desconto para pagamento à vista. O vendedor, então, informa ao cliente que analisará o pedido e verificará com o gerente, durante a semana, a possibilidade de aceitar a nova proposta. No fim de semana, o vendedor contacta o cliente e apresenta-lhe uma nova proposta da agência. Contudo, em resposta ao vendedor, o cliente informa já ter adquirido o veículo em outra agência.

Ao analisar o relacionamento entre a agência, o vendedor e o cliente foram identificados alguns problemas.

Considerando essa situação hipotética, avalie os problemas identificados a seguir.

- I. Falta de autonomia do vendedor para concretizar a venda.
- II. Falta de estrutura administrativa para resolução rápida de negociações.
- III. Falta de credibilidade do cliente/comprador para realizar operações financeiras.
- IV. Falta de conhecimento da cadeia de negócios automobilísticos.

É correto apenas o que se afirma em

- A** I e II.  
**B** I e III.  
**C** II e IV.  
**D** I, III e IV.  
**E** II, III e IV.



## QUESTÃO 35

Um empreendedor deseja abrir um supermercado com uma variedade de alimentos e produtos totalmente naturais e orgânicos (isentos de insumos artificiais, como adubos químicos e agrotóxicos, drogas veterinárias, hormônios e antibióticos, e sem modificações genéticas). Ele considerou o fato de o apelo para esses produtos ter aumentado recentemente, com crescimento de vendas estimado em 30% ao ano. O interesse por esse tipo de produto diz respeito à mudança no perfil de um segmento de mercado, que apresenta maior preocupação em manter uma vida saudável, disposto em investir na qualidade de vida. Identificou-se, ainda, que essas pessoas possuem renda mais elevada e vivem nos grandes centros urbanos.

O empreendedor obteve mais informações relevantes, como a da Instrução Normativa do Ministério da Agricultura, que regula as formas de plantio e produção orgânicas, e do Selo Oficial de Garantia, atribuído apenas para produtores certificados. Se isso, por um lado, ajuda a garantir a qualidade dos produtos nacionais, por outro lado, acarreta prejuízo aos importados, que não têm como obter tal certificação.

Considerando a necessidade de análise do ambiente do negócio, avalie as afirmações a seguir.

- I. As informações do ambiente natural revelaram oportunidade para o empreendedor.
- II. O ambiente legal referido apresenta condições que devem afetar bastante o modelo de negócio do empreendimento.
- III. As informações do ambiente sociocultural são as que determinam efetivamente a oportunidade desse negócio.

É correto o que se afirma em

- A** I, apenas.
- B** III, apenas.
- C** I e II, apenas.
- D** II e III, apenas.
- E** I, II e III.

## ÁREA LIVRE



## QUESTIONÁRIO DE PERCEPÇÃO DA PROVA

As questões abaixo visam levantar sua opinião sobre a qualidade e a adequação da prova que você acabou de realizar. Assinale as alternativas correspondentes à sua opinião nos espaços apropriados do Caderno de Respostas.

### QUESTÃO 1 //

Qual o grau de dificuldade desta prova na parte de Formação Geral?

- A** Muito fácil.
- B** Fácil.
- C** Médio.
- D** Difícil.
- E** Muito difícil.

### QUESTÃO 2 //

Qual o grau de dificuldade desta prova na parte de Componente Específico?

- A** Muito fácil.
- B** Fácil.
- C** Médio.
- D** Difícil.
- E** Muito difícil.

### QUESTÃO 3 //

Considerando a extensão da prova, em relação ao tempo total, você considera que a prova foi

- A** muito longa.
- B** longa.
- C** adequada.
- D** curta.
- E** muito curta.

### QUESTÃO 4 //

Os enunciados das questões da prova na parte de Formação Geral estavam claros e objetivos?

- A** Sim, todos.
- B** Sim, a maioria.
- C** Apenas cerca da metade.
- D** Poucos.
- E** Não, nenhum.

### QUESTÃO 5 //

Os enunciados das questões da prova na parte de Componente Específico estavam claros e objetivos?

- A** Sim, todos.
- B** Sim, a maioria.
- C** Apenas cerca da metade.
- D** Poucos.
- E** Não, nenhum.

### QUESTÃO 6 //

As informações/instruções fornecidas para a resolução das questões foram suficientes para resolvê-las?

- A** Sim, até excessivas.
- B** Sim, em todas elas.
- C** Sim, na maioria delas.
- D** Sim, somente em algumas.
- E** Não, em nenhuma delas.

### QUESTÃO 7 //

Você se deparou com alguma dificuldade ao responder à prova. Qual?

- A** Desconhecimento do conteúdo.
- B** Forma diferente de abordagem do conteúdo.
- C** Espaço insuficiente para responder às questões.
- D** Falta de motivação para fazer a prova.
- E** Não tive qualquer tipo de dificuldade para responder à prova.

### QUESTÃO 8 //

Considerando apenas as questões objetivas da prova, você percebeu que

- A** não estudou ainda a maioria desses conteúdos.
- B** estudou alguns desses conteúdos, mas não os aprendeu.
- C** estudou a maioria desses conteúdos, mas não os aprendeu.
- D** estudou e aprendeu muitos desses conteúdos.
- E** estudou e aprendeu todos esses conteúdos.

### QUESTÃO 9 //

Qual foi o tempo gasto por você para concluir a prova?

- A** Menos de uma hora.
- B** Entre uma e duas horas.
- C** Entre duas e três horas.
- D** Entre três e quatro horas.
- E** Quatro horas, e não consegui terminar.

### //



# ENADE 2015

EXAME NACIONAL DE DESEMPENHO DOS ESTUDANTES



# ENADE 2015

EXAME NACIONAL DE DESEMPENHO DOS ESTUDANTES

The logo for INEP (Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais) consists of the letters "INEP" in a bold, black, sans-serif font, where the letters are closely spaced and have a slightly stylized appearance.

**Ministério  
da Educação**



\* R 1 9 2 0 1 5 3 2 \*