

CIDADE DE BAGÉ
INSTRUÇÕES GERAIS

- 1 - Este caderno de prova é constituído por 40 (quarenta) questões objetivas.
- 2 - A prova terá duração máxima de 04 (quatro) horas.
- 3 - Para cada questão, são apresentadas 04 (quatro) alternativas (a – b – c – d).
APENAS UMA delas responde de maneira correta ao enunciado.
- 4 - Após conferir os dados, contidos no campo Identificação do Candidato no Cartão de Resposta, assine no espaço indicado.
- 5 - Marque, com caneta esferográfica azul ou preta de ponta grossa, conforme exemplo abaixo, no Cartão de Resposta – único documento válido para correção eletrônica.


- 6 - Em hipótese alguma, haverá substituição do Cartão de Resposta.
- 7 - Não deixe nenhuma questão sem resposta.
- 8 - O preenchimento do Cartão de Resposta deverá ser feito dentro do tempo previsto para esta prova, ou seja, 04 (quatro) horas.
- 9 - Serão anuladas as questões que tiverem mais de uma alternativa marcada, emendas e/ou rasuras.
- 10 - O candidato só poderá retirar-se da sala de prova após transcorrida 01 (uma) hora do seu início.

BOA PROVA!

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

1. A gestão de pessoas consiste em vários processos integrados entre si necessários para administrar o trabalho das pessoas nas organizações.

Qual processo de gestão de pessoas está definido corretamente?

- a) Processos de Monitorar Pessoas são utilizados para acompanhar e controlar as atividades das pessoas, além de verificar resultados.
- b) Processos de Remuneração de Pessoas são utilizados para incentivar as pessoas e para satisfazer suas necessidades individuais mais elevadas.
- c) Processos de Manter Pessoas são utilizados para capacitar e para incrementar o desenvolvimento profissional das pessoas.
- d) Processos de Agregar Pessoas são utilizados para criar condições ambientais e psicológicas satisfatórias para as atividades das pessoas.

2. Na medida em que realizam contratações para o preenchimento dos postos de trabalho, as organizações criam o mercado de trabalho, o qual pode estar em uma situação de oferta ou de procura em função de características conjunturais e estruturais.

São características de práticas de gestão de pessoas de um mercado de trabalho em oferta, **EXCETO**

- a) critérios de seleção mais flexíveis e menos rigorosos.
- b) investimentos em treinamento para compensar a inadequação dos candidatos.
- c) ofertas salariais estimulantes para atrair candidatos.
- d) ênfase no recrutamento externo como meio de melhorar o potencial humano, substituindo funcionários por candidatos de melhor qualificação.

3. A avaliação de desempenho é um elemento fundamental para o sucesso organizacional. Dentre as estratégias utilizadas nesse sentido, uma que se baseia nas características extremas que representam desempenhos altamente positivos ou altamente negativos é o(a) _____.

A expressão que preenche corretamente a lacuna do texto é

- a) avaliação 360.
- b) lista de verificação.
- c) pesquisa de campo.
- d) método dos incidentes críticos.

4. A remuneração oferecida a um trabalhador pelo esforço realizado em prol da organização pode ser composta por elementos pecuniários e por ganhos não financeiros, os quais formam o conceito de remuneração total.

A concessão de participação nos resultados da empresa está relacionada a qual dimensão da remuneração total?

- a) Remuneração básica.
- b) Benefícios.
- c) Incentivos salariais.
- d) Adicionais.

5. As pessoas constituem o principal patrimônio das organizações, sendo as políticas de educação, treinamento e desenvolvimento elementos importantes no processo de aprimoramento de competências dos trabalhadores.

Sobre os elementos relacionados ao treinamento de pessoas nas organizações, marque V, para as sentenças verdadeiras, e F, para as falsas.

- () O treinamento é uma fonte de lucratividade, ao permitir que as pessoas contribuam efetivamente para os resultados do negócio.
- () O treinamento é uma maneira eficaz de agregar valor somente para as empresas.
- () As organizações mais bem-sucedidas investem pesadamente em recrutamento e seleção para não precisarem investir, posteriormente, em treinamento do seu quadro de funcionários.
- () Os programas de treinamento são focados nos cargos a serem ocupados futuramente na organização e nas novas habilidades e competências que serão requeridas.

A sequência correta, de cima para baixo, é

- a) V – F – V – F.
- b) V – V – F – F.
- c) F – V – V – V.
- d) F – F – V – F.

6. Parte fundamental do trabalho dos gestores é a relação com seus subordinados, os quais requerem atenção e acompanhamento, uma vez que estão sujeitos a vários tipos de problemas internos e externos que podem afetar o trabalho que realizam.

No contexto descrito, o conceito relacionado com a forma como a organização deve responder às necessidades especiais de cada funcionário, dando-lhes suporte e apoio é o de _____.

O termo que preenche corretamente a lacuna do texto é

- a) comunicação.
- b) cooperação.
- c) proteção.
- d) assistência.

7. O planejamento estratégico auxilia as organizações a focarem seus esforços e encontrarem caminhos para o atingimento da missão organizacional estabelecida.

O planejamento estratégico apresenta diversos benefícios potenciais para as organizações, **EXCETO** o/a

- a) independência em relação ao ambiente externo.
- b) comportamento sistêmico e holístico envolvendo toda a organização.
- c) foco sobre aquilo que é estrategicamente importante para a organização no futuro, com objetivos de longo prazo.
- d) compreensão aprimorada de um ambiente altamente mutável e competitivo.

- 8.** Existem três níveis distintos de planejamento: estratégico, tático e operacional. Cada um desses níveis apresenta especificidades em relação a: horizonte de tempo; abrangência; e conteúdo abordado.

O planejamento operacional, no que diz respeito a essas especificidades, apresenta as seguintes características:

- a) médio prazo, macro-orientado e detalhado.
- b) curto prazo, micro-orientado e específico.
- c) longo prazo, macro-orientado e genérico.
- d) médio prazo, macro-orientado e específico.

- 9.** Ao elaborar o planejamento estratégico, um elemento fundamental é o estabelecimento de objetivos organizacionais, que representam metas futuras a serem atingidas.

Sobre os requisitos dos objetivos organizacionais, marque V, para as sentenças verdadeiras, e F, para as falsas.

- () Devem ser específicos e mensuráveis.
- () Devem cobrir todas as áreas de resultado da organização.
- () Devem ser desafiadores e podem ser fantasiosos.
- () Devem ser definidos para um determinado período de tempo.

A sequência correta, de cima para baixo, é

- a) V – V – V – F.
- b) F – V – V – V.
- c) V – V – F – V.
- d) F – F – V – F.

- 10.** O ciclo de vida de um produto retrata desde o nascimento até a morte do mesmo, sendo representado em cinco estágios: desenvolvimento do produto, introdução, crescimento, maturidade e declínio. Cada um dos estágios implica características próprias que impactam as vendas, custo, lucro, número de consumidores e concorrentes.

Quais as características da etapa de maturidade de um produto?

- a) Rápido crescimento, baixo custo, lucro elevado, consumidores adotantes posteriores e número crescente de concorrentes.
- b) Alcance do apogeu, baixo custo, lucro crescente, consumidores adotantes posteriores e número estável de concorrentes que começa a declinar.
- c) Rápido crescimento, alto custo, lucro decrescente, consumidores adotantes posteriores e número crescente de concorrentes.
- d) Alcance do apogeu, baixo custo, lucro elevado, consumidores adotantes posteriores e número estável de concorrentes que começa a declinar.

11.As organizações geralmente operam em um ambiente no qual competem por recursos, sendo que as estratégias competitivas são “ações ofensivas ou defensivas para criar uma posição defensável em uma indústria, para enfrentar com sucesso as forças competitivas e, assim, obter um retorno sobre o investimento maior para a empresa” (Porter, 2004, p.36).

Quais são as três estratégias competitivas genéricas propostas por Porter?

- a) Liderança de custos total, diferenciação e enfoque.
- b) Estratégia de guerrilha, diferenciação e qualidade total.
- c) Liderança de preços total, departamentalização e enfoque.
- d) Estratégia de guerrilha, departamentalização e qualidade total.

12.A rivalidade entre os concorrentes que atuam em determinado mercado cria uma disputa por posições, sendo que os movimentos competitivos de uma firma têm efeitos notáveis em seus concorrentes, ou seja, as empresas são _____.

A lacuna do texto é preenchida corretamente com a expressão

- a) concorrentes perfeitas.
- b) mutuamente dependentes.
- c) simbióticas.
- d) isomórficas.

13.A *American Marketing Association* (AMA) define marca como “um nome, termo, sinal, símbolo ou design, ou uma combinação de tudo isso, destinado a identificar os bens ou serviços de um fornecedor ou de um grupo de fornecedores para diferenciá-los dos de outros concorrentes” (Kotler; Keller, 2012, p.258).

Entre as funções de uma marca, é **INCORRETO** afirmar que a/as

- a) marcas identificam a origem ou o fabricante de um produto e permitem que os consumidores atribuam a responsabilidade pelo desempenho de um produto a determinado fabricante ou distribuidor.
- b) marcas oferecem à empresa proteção jurídica quanto aos recursos ou aspectos exclusivos do produto, possibilitando um diferencial competitivo perante os concorrentes.
- c) marcas representam uma propriedade legal incrivelmente valiosa que pode influenciar o comportamento do consumidor, contudo uma marca não pode ser comprada ou vendida.
- d) fidelidade à marca proporciona à empresa previsibilidade e segurança de demanda, além de criar barreiras que tornam mais difícil para outras empresas ingressarem no mercado.

14.As compras ocorrem em função de necessidades e desejos, situações em que os consumidores buscam sempre maximizar o valor dentro dos limites impostos por diferentes variáveis.

Nesse contexto, a diferença entre a avaliação que o cliente potencial faz de todos os benefícios e custos relativos a um produto e as alternativas percebidas diz respeito ao conceito de_____.

A lacuna é preenchida corretamente com

- a) valor percebido pelo cliente.
- b) benefício total.
- c) custo total para o cliente.
- d) valor oferecido para o cliente.

15. Ao analisarem estratégias para captação e retenção de clientes, as empresas devem investir tempo e recursos consideráveis na busca por novos clientes, bem como na retenção desses clientes e na ampliação do volume de negócios.

Sobre as estratégias utilizadas por empresas para aumentar o valor de sua base de clientes, marque V, para as sentenças verdadeiras, e F, para as falsas.

- () Reduzir o índice de deserção de clientes.
- () Aumentar a longevidade do relacionamento com os clientes.
- () Aumentar o potencial de crescimento de cada cliente por meio de participação na carteira do cliente (*share of wallet*), venda cruzada (*cross-selling*) e venda incremental (*up-selling*).
- () Concentrar esforços em clientes de baixo valor para aumentar o valor vitalício do cliente (*customer lifetime value*).

A sequência correta, de cima para baixo, é

- a) F – F – V – F.
- b) V – V – F – F.
- c) F – F – V – V.
- d) V – V – V – F.

16. Entender o que leva uma pessoa a realizar compras é uma análise importante, visto que seu comportamento é influenciado por fatores culturais, sociais e pessoais.

Nesse sentido, sobre os fatores sociais relacionadas ao comportamento do consumidor, afirma-se que os/as

- a) grupos expõem as pessoas a novos comportamentos e estilos de vida, influenciam atitudes e autoimagem, apesar de não terem a capacidade de exercer pressões por aceitação social.
- b) grupos que exercem influência indireta no comportamento pessoal são chamados grupos de afinidade.
- c) grupos de referência são aqueles que exercem alguma influência direta ou indireta sobre as atitudes ou sobre o comportamento de uma pessoa.
- d) pessoas se deixam influenciar por grupos aos quais pertencem, como é o caso dos grupos aspiracionais.

17. Uma forma utilizada pelas organizações para aumentar a venda dos produtos/serviços oferecidos é elaborar estratégias de comunicação voltadas para o mercado alvo, sendo a propaganda um desses recursos.

Sobre os tipos de propagandas, associe os itens, utilizando o código a seguir:

- I. propaganda informativa.
- II. propaganda persuasiva.
- III. propaganda de lembrança.
- IV. propaganda de reforço.

- () Visa convencer atuais compradores de que fizeram a escolha certa.
- () Tenciona estimular a repetição da compra de bens e serviços.
- () Busca criar conscientização e conhecimento de marca no caso de novos produtos ou novos recursos de produtos já existentes.
- () Procura criar simpatia e preferência, de modo a persuadir e levar a compra de um bem ou serviço.

A associação correta, de cima para baixo, é

- a) II - III - I - IV.
- b) IV - III - I - II.
- c) III - IV - II - I.
- d) I - II - III - IV.

18. As organizações devem estabelecer métricas para a verificação de seu desempenho. Nesse sentido, a análise de índices envolve métodos de cálculo e interpretação de indicadores financeiros para analisar e monitorar o desempenho da empresa.

A respeito da análise de índices, é correto afirmar que

- a) os insumos fundamentais para a análise de índices são a demonstração dos fluxos de caixa e o balanço patrimonial.
- b) os índices financeiros podem ser classificados, por uma questão de conveniência, em cinco categorias principais: liquidez, atratividade, endividamento, lucratividade e valor de mercado.
- c) o índice de liquidez corrente mede a capacidade da empresa de pagar suas obrigações de curto prazo.
- d) a análise com base em índices extraídos das demonstrações financeiras de uma empresa interessa apenas aos acionistas e aos credores.

19.A Empresa X está analisando o investimento em dois projetos: o Projeto A exige um investimento inicial de R\$ 36.000,00 e o Projeto B exige um investimento inicial de R\$ 45.000,00. Os fluxos de caixa projetados dos dois projetos constam na tabela abaixo.

	Projeto A	Projeto B
Investimento Inicial	R\$ 36.000,00	R\$ 45.000,00
Ano	Entradas de Caixa Operacional	
1	R\$ 12.000,00	R\$ 28.000,00
2	R\$ 12.000,00	R\$ 12.000,00
3	R\$ 12.000,00	R\$ 10.000,00
4	R\$ 12.000,00	R\$ 10.000,00
5	R\$ 12.000,00	R\$ 10.000,00

A técnica de análise do investimento utilizada pela Empresa X é o *payback*, e o período máximo aceitável estabelecido pela organização é de 2,8 anos.

Nesse cenário, em relação à análise dos projetos, é correto afirmar que

- em função do período de *payback*, ambos os projetos devem ser aceitos.
- o período de *payback* do projeto B é menor que o do projeto A. Somente o projeto B é aceitável.
- o período de *payback* do projeto A é menor que o do projeto B. Somente o projeto A é aceitável.
- em função do período de *payback*, ambos os projetos devem ser rejeitados.

20.A Empresa W possui uma dívida de R\$ 800.000 com o Banco B, a qual irá vencer em cinco meses. O Banco B está oferecendo um desconto de 5% ao mês, caso a empresa deseje antecipar o pagamento para hoje.

Nesse cenário, qual é o valor que a Empresa W pagaria, caso antecipasse o pagamento da dívida?

- R\$ 640.000,00
- R\$ 600.000,00
- R\$ 720.000,00
- R\$ 650.699,00

21.De acordo com Rossetti (2003), a economia, enquanto disciplina das ciências sociais, centra sua atenção nas condições da prosperidade material, na acumulação de riqueza e em seus mecanismos de distribuição.

Com relação aos estudos acerca da ciência econômica, é **INCORRETO** afirmar que

- os aspectos a serem considerados pela ciência econômica vão além do meramente econômico, avançando sobre questões políticas, jurídicas, sociológicas, psicológicas, filosóficas, históricas e religiosas.
- a construção do conhecimento econômico fundamenta-se estritamente em bases metodológicas indutivas. Nesse sentido, a econometria é o ramo auxiliar da investigação econômica que trabalha com essa determinação.
- as definições de economia, recentemente, dão ênfase à razão de ser da conduta econômica do homem: a escassez de recursos diante das ilimitáveis necessidades humanas.
- a ciência econômica é, fundamentalmente, o estudo da escassez e dos problemas dela decorrentes. A escassez implica escolhas e custos de oportunidade. Escolher a melhor forma de empregar recursos escassos é o problema básico de toda sociedade economicamente organizada.

22. De acordo com Rossetti (2003), todas as categorias básicas de fluxos econômicos resultam da produção, considerada pelo autor como atividade econômica fundamental. Os recursos de produção são também denominados fatores de produção.

São denominações dos fatores de produção, além de terra, trabalho e capital,

- a) tecnologia e empresariedade.
- b) pesquisa e inovação.
- c) empreendedorismo e investimento.
- d) tecnologia e inovação.

23. Leia o excerto a seguir:

“Nas modernas economias, a moeda corrente caracteriza-se por ser fiduciária, de emissão não lastreada em ativos metálicos, de curso forçado e de poder liberatório garantido por disposições legais.”

ROSSETTI, J. P. **Introdução à economia**. 20ª ed. São Paulo: Atlas, 2003.

De acordo com o excerto, a moeda nas modernas economias desempenha um relevante conjunto de funções, entre as quais estão a intermediária de trocas,

- a) medida de valor, reserva legal e uso universal.
- b) medida de valor, reserva de valor e padrão de pagamento diferidos.
- c) lastro monetário, reserva legal e padrão de pagamento diferidos.
- d) lastro monetário, reserva de valor e uso universal.

24. Leia o excerto a seguir:

“As duas primeiras questões-chave da economia tratam de dois elementos cruciais do processo econômico: o emprego de recursos e a escolha entre alternativas concorrentes.”

ROSSETTI, J. P. **Introdução à economia**. 20ª ed. São Paulo: Atlas, 2003.

Sobre essa afirmativa, é correto afirmar que

- a) as questões se baseiam nas premissas de que os recursos são escassos e as necessidades e aspirações sociais são limitáveis.
- b) o conflito entre escassez e necessidade se elimina com o processo de desenvolvimento socioeconômico.
- c) a eficácia alocativa significa escolhas otimizadas, no sentido de que os recursos disponíveis atendam prioritariamente às necessidades essenciais da sociedade, dada certa escala hierárquica.
- d) a eficiência produtiva implica minimizar o emprego dos recursos escassos, os quais, exatamente por serem escassos, devem ser mobilizados em regime de baixo emprego.

25. Leia o excerto a seguir:

“A justiça distributiva, terceira questão-chave da economia, trata de um dos mais complexos aspectos da realidade econômica: a repartição dos resultados do esforço social de produção.”

ROSSETTI, J. P. **Introdução à economia**. 20ª ed. São Paulo: Atlas, 2003.

De acordo com o excerto, os critérios rawlsianos de justiça distributiva são o critério da

- a) maximização da renda mínima e o princípio da diferença.
- b) liberdade de escolha e o princípio da diferença.
- c) maximização da renda mínima e o princípio da igualdade.
- d) liberdade de escolha e o princípio da igualdade.

26. Para alguns produtos, pequenas variações no preço podem causar grandes mudanças na quantidade procurada, enquanto, para outros, mesmo grandes mudanças no preço têm pouco impacto. Em certos casos, as variações são proporcionais. Esses diferentes graus de sensibilidade podem ser aferidos através do conceito formal da elasticidade-preço da procura.

Segundo Rossetti (2003), os principais fatores determinantes da elasticidade-preço da procura são

- a) valor agregado, essencialidade do produto, substitutibilidade e demanda recorrente.
- b) valor agregado, tangibilidade, periodicidade de aquisição e demanda recorrente.
- c) essencialidade do produto, substitutibilidade, periodicidade de aquisição e importância no orçamento.
- d) essencialidade do produto, demanda recorrente, periodicidade de aquisição e valor agregado.

27. O *Scrum* é um dos *frameworks* para gerenciamento de projetos mais conhecidos que se alinha aos princípios do Manifesto Ágil. Apesar de ser muito utilizado na área de desenvolvimento de *software*, ele pode ser aplicado ao desenvolvimento de qualquer produto.

De acordo com Cruz (2013), são valores do Manifesto Ágil, **EXCETO**

- a) estabilidade e previsibilidade, mais que mudanças.
- b) colaboração com o cliente, mais que negociação de contratos.
- c) resposta a mudanças, mais que o seguimento de um plano.
- d) indivíduos e interações entre eles, mais que processos e ferramentas.

28. Leia o excerto a seguir:

“A ideia principal do Scrum é controlar processos empíricos, mantendo o foco na entrega de valor de um negócio no menor tempo possível.”

(CRUZ, Fábio. **Scrum e PMBOK**: unidos no gerenciamento de projetos. Rio de Janeiro, RJ: Brasport, 2013).

Conforme Cruz (2013), para a implementação de qualquer controle de processos empíricos, são necessários os seguintes pilares de sustentação:

- a) agilidade, flexibilidade e adaptação.
- b) transparência, inspeção e adaptação.
- c) transparência, flexibilidade e agilidade.
- d) agilidade, flexibilidade e inspeção.

29.O *framework Scrum* consiste em um conjunto formado por times pequenos, os quais possuem papéis e responsabilidades.

Com relação aos papéis e responsabilidades do *Time Scrum*, é correto afirmar que o

- a) *Scrummaster* é o responsável por garantir que o *Time Scrum* esteja aderindo aos valores do Scrum, às práticas e às regras, ajudando o Time e a organização a adotarem o Scrum. Também educa o *Time Scrum*, treinando-o e levando-o a ser mais produtivo e a desenvolver produtos de maior qualidade. O *Scrummaster* deve gerenciar o *Time Scrum*.
- b) *Scrummaster* é o responsável por entender o negócio do produto e entregar valor ao cliente, além de garantir que o Time compreenda o produto e entregue os itens priorizados agregando valor ao produto e ao cliente.
- c) *Product Owner* é o único responsável pelo gerenciamento do *Backlog* do Produto e por garantir o valor do trabalho realizado pelo Time, além de manter o *Backlog* do Produto e garantir que este esteja visível para todos.
- d) Time de Desenvolvedores é responsável por transformar o *Backlog* do Produto em incrementos de funcionalidades que possam ser entregues ao cliente. O time de desenvolvedores deve ser interdisciplinar, possuindo todo o conhecimento necessário para criar um incremento no trabalho, cabendo ao *Scrummaster* priorizar esses incrementos e gerenciar o time de desenvolvedores.

30.Leia o excerto a seguir:

“O primeiro evento mais importante é a reunião de planejamento da *Sprint*. Isso mostra que tanto no gerenciamento de projeto tradicional quanto no ágil o mais importante é planejar e saber o que será feito antes de sair fazendo.”

CRUZ, Fábio. **Scrum e PMBOK**: unidos no gerenciamento de projetos. Rio de Janeiro, RJ: Brasport, 2013.

Conforme Cruz (2013), qual é considerada a segunda cerimônia mais importante do Scrum, pois tem o propósito de proporcionar a melhoria contínua?

- a) A *Sprint*.
- b) A Reunião Diária.
- c) A Revisão da *Sprint*.
- d) A Retrospectiva da *Sprint*.

31.O ciclo de vida de projetos possui cinco fases claras, bem definidas e sequenciais, que, por sua vez, possuem seus grupos de passos a serem realizados. Essas fases são conhecidas por Iniciação, Planejamento, Execução, Monitoramento e Controle e Encerramento.

Com relação aos ciclos de vida do projeto, afirma-se que o

- a) ciclo de vida preditivo ocorre quando o escopo, o tempo e os requisitos de qualidade requeridos para as entregas do projeto são determinados o mais cedo possível. Usualmente, cada fase dura de duas a quatro semanas, o que lembra muito o Scrum, e por isso é conhecido também como método ágil.
- b) ciclo de vida preditivo ocorre quando o Time do Projeto quebra o produto em vários pedaços menores e trabalha cada parte como se fosse um ciclo preditivo, ou seja, se entende totalmente a parte selecionada do produto, planejando, executando, para somente após essa parte estar pronta, o Time passar para a próxima etapa, iniciando uma nova fase.
- c) ciclo de vida iterativo e incremental ocorre quando, a cada entrega, o produto ganha mais um pedaço e vai crescendo e sendo incrementado com mais valor, até que se torne um produto completo e o projeto seja encerrado.
- d) ciclo de vida adaptativo também é preditivo. Por isso, esse ciclo também é conhecido como método ágil ou orientado à mudança. Esse método é preferido geralmente quando os requisitos e o escopo são claros e bem definidos em detalhes.

32.Leia o excerto a seguir:

“As áreas do conhecimento são o conteúdo do projeto, ou o que deve ser administrado.”

MAXIMIANO, Antônio César Amaru. **Administração de projetos**: como transformar ideias em resultados. 5. Ed. São Paulo, SP: Atlas, 2014.

No contexto da administração de projetos, para Maximiano (2014), a área do conhecimento mais importante na administração do projeto é a

- a) dos recursos humanos, pois é responsável por definir, mobilizar, desenvolver e gerenciar toda a equipe, que é responsável pela execução do projeto.
- b) dos custos, pois eles são a restrição definitiva do projeto.
- c) da integração, pois ela identifica, define, combina, unifica e coordena os vários processos de todos os grupos de gerenciamento e suas atividades.
- d) do escopo, pois tudo no projeto depende dele.

33. Considere os dados abaixo, para responder à questão:

Uma empresa planeja a execução de um projeto. Para tanto, adotou os prazos seguintes para as atividades:

Atividade	Precedência	Duração (em dias)
A	-	2
B	-	14
C	A e B	8
D	B	14
E	C e D	2
F	E	4
G	F	5

Considerando que cada atividade será executada o mais cedo possível, qual seria o impacto na duração total do projeto, se ocorresse um atraso de 6 dias na atividade C?

- a) 6 dias.
- b) 7 dias.
- c) 0 dias.
- d) 2 dias.

34. No contexto contemporâneo, é fundamental que o empreendedor desenvolva habilidades, não apenas para iniciar seu negócio, mas também para mantê-lo competitivo e sustentável ao longo do tempo.

Conforme Dornelas (2018), as habilidades requeridas de um empreendedor podem ser classificadas em três áreas:

- a) técnicas, gerenciais e características pessoais.
- b) técnicas, gerenciais e sociais.
- c) operacionais, financeiras e características pessoais.
- d) gerenciais, financeiras e sociais.

35. Segundo Dornelas (2018), existe um roteiro básico, conhecido como 3Ms, que serve para auxiliar o empreendedor a analisar o potencial da oportunidade.

Para o autor, os 3Ms são definidos como:

- a) Forças de Mercado, Tamanho e Estrutura de Mercado e Análise de Margem.
- b) Demanda de Mercado, Tamanho e Estrutura de Mercado e Análise de Margem.
- c) Forças de Mercado, Crescimento do Mercado e Tamanho e Estrutura do Mercado.
- d) Demanda de Mercado, Crescimento de Mercado e Forças de Mercado.

36. O plano de negócios é um documento usado para descrever um empreendimento e o modelo de negócio que sustenta a empresa. As seções que compõem um plano de negócios geralmente são padronizadas para facilitar o entendimento.

Sobre as seções do plano de negócios, sugeridas por Dornelas (2018), para pequenas empresas manufatureiras, é correto afirmar que

- a) a seção de Produtos e serviços deve apresentar ações que a empresa planeja em seu sistema produtivo e processos de produção, indicando o impacto das ações em seus parâmetros de avaliação de produção.
- b) na seção Análise estratégica, o autor do plano de negócios deve mostrar que os executivos da empresa conhecem muito bem o mercado consumidor de seu produto/serviço: a segmentação, o crescimento desse mercado, as características do consumidor e sua localização, a existência de sazonalidade e as ações para esse caso.
- c) na seção Análise de mercado, deve-se mostrar como a empresa pretende vender seu produto/serviço e conquistar clientes, manter o interesse deles e aumentar a demanda. Deve abordar os métodos de comercialização, diferenciais do produto/serviço para o cliente, política de preços, principais clientes, canais de distribuição e estratégias de promoção/comunicação e publicidade, bem como projeções de vendas.
- d) o sumário executivo é a principal seção do plano de negócios, pois fará o leitor decidir se continuará ou não a ler o documento. Deve conter uma síntese das principais informações que constam do plano de negócios. O sumário executivo deve ser a última seção a ser escrita, pois depende de todas as outras para ser elaborada.

37. Leia o excerto a seguir:

“É interessante que se faça uma boa análise da situação atual da carteira de produtos da empresa, bem como de suas perspectivas no mercado em que estão inseridos. Para isso, existe uma técnica muito utilizada em marketing que pode ajudar o empreendedor nesse trabalho, apresentada a seguir.

Trata-se da matriz BCG, do Boston Consulting Group, que possibilita a análise da carteira de produtos com base em dois grandes fatores: crescimento de mercado e participação relativa de mercado.”

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 7. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2018.

Conforme Dornelas (2018), considerando a classificação dos produtos na matriz BCG, é correto afirmar que são chamados de

- a) abacaxis os produtos com pouca participação em um mercado em alto crescimento.
- b) estrelas os produtos que possuem importante participação em mercados de baixo crescimento.
- c) vacas leiteiras os produtos que possuem alta participação em mercados em crescimento.
- d) dúvidas os produtos com baixa participação em um mercado em alto crescimento.

38. Ao longo dos anos, muitos mitos têm surgido sobre o empreendedorismo, principalmente em razão da falta de conhecimento sobre o assunto.

Com relação aos empreendedores, é correto afirmar que eles

- a) são executores, não pensadores.
- b) não aprenderam a ser empreendedores, já nasceram sendo.
- c) têm um perfil muito específico.
- d) em geral, assumem riscos calculados.

39. Criada por Eric Ries, a metodologia *Lean Startup* é uma abordagem de gestão de negócios e desenvolvimento de produtos que visa aumentar a eficiência e reduzir os riscos de empreendimentos, especialmente em startups.

Conforme Kuratko (2017), são estágios do ciclo da metodologia *Lean Start-up*:

- a) planejar, organizar e avaliar.
- b) construir, medir e aprender.
- c) planejar, construir e avaliar.
- d) construir, organizar e aprender.

40. Leia o excerto a seguir:

“Os pesquisadores Dean A. Shepherd e Holger Patzelt definem empreendimento sustentável como aquele “centralizado na preservação da natureza, no apoio à vida e à comunidade na busca de oportunidades percebidas para trazer à existência futuros produtos, processos e serviços para o ganho, sendo que este ganho é interpretado de forma ampla, a fim de incluir ganhos econômicos e não econômicos para indivíduos, para a economia e para a sociedade.”

KURATKO, Donald F. **Empreendedorismo: teoria, processo e prática**. São Paulo, SP: Cengage Learning, 2017.

Conforme Kuratko (2017), o empreendedorismo sustentável inclui:

- a) Ecoempreendedorismo, Empreendedorismo Social e Responsabilidade Social Corporativa.
- b) Empreendedorismo Corporativo, Ecoempreendedorismo e Empreendedorismo Social.
- c) Ecoempreendedorismo, Intraempreendedorismo e Empreendedorismo Corporativo.
- d) Responsabilidade Social Corporativa, Intraempreendedorismo e Empreendedorismo Corporativo.

FOLHA DE RASCUNHO

21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20