



* G C 1 9 *

sinaes

Sistema Nacional de Avaliação
da Educação Superior

19

enade2022

Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes

19

Novembro | 22

TECNOLOGIA EM GESTÃO COMERCIAL

LEIA COM ATENÇÃO AS INSTRUÇÕES ABAIXO.

1. Verifique se, além deste Caderno, você recebeu o **CARTÃO-RESPOSTA**, destinado à transcrição das respostas das questões de múltipla escolha, das questões discursivas (D) e das questões de percepção da prova.
2. Confira se este Caderno contém as questões discursivas e as objetivas de múltipla escolha, 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	01 a 08	60%	
Componente Específico: Discursivas	D3 a D5	15%	75%
Componente Específico: Objetivas	09 a 35	85%	
Questionário de Percepção da Prova	01 a 09	-	-

3. Verifique se a prova está completa e se o seu nome está correto no **CARTÃO-RESPOSTA**. Caso contrário, avise imediatamente ao Chefe de Sala.
4. Assine o **CARTÃO-RESPOSTA** no local apropriado, com caneta esferográfica **de tinta preta, fabricada em material transparente**.
5. As respostas da prova objetiva, da prova discursiva e do questionário de percepção da prova deverão ser transcritas, com caneta esferográfica de tinta preta, fabricada em material transparente, no **CARTÃO-RESPOSTA** que deverá ser entregue ao Chefe de Sala ao término da prova.
6. Responda cada questão discursiva em, no máximo, 15 linhas. Qualquer texto que ultrapasse o espaço destinado à resposta será desconsiderado.
7. A prova terá duração de quatro horas. Lembre-se de reservar um período para transcrição das respostas para o **CARTÃO-RESPOSTA**.
8. Ao terminar a prova, acene para o Chefe de Sala e aguarde-o em sua carteira. Ele então irá proceder à sua identificação, recolher o seu material de prova e coletar a sua assinatura na Lista de Presença.
9. Atenção! Você deverá permanecer na sala de aplicação por, no mínimo, uma hora a partir do início da prova e só poderá levar este Caderno quando faltarem 30 minutos para o término da prova.



* R 1 9 2 0 2 2 1 *



enade2022

FORMAÇÃO GERAL

QUESTÃO DISCURSIVA 01

TEXTO 1

A Fiocruz é uma instituição de ciência, saúde e educação, vinculada ao Ministério da Saúde, que completou 120 anos. Com várias ações de pesquisa, de desenvolvimento de tecnologias, de produção de vacinas e medicamentos, a Fiocruz se dedica a enfrentar grandes desafios sanitários. Seu trabalho é fundamental para pensarmos em um país com mais justiça e equidade.

Disponível em: <https://www.anped.org.br/News/sbpc-divulga-manifesto-em-defesa-da-educação-da-ciencia-eda-democracia>.
Acesso em: 8 ago. 2022 (adaptado).

TEXTO 2

Com a pandemia do novo coronavírus, intensificaram-se as dificuldades e limitações físicas, orçamentárias e estruturais para a pesquisa científica. Durante o período de isolamento social, com o fechamento das salas de aula e dos laboratórios, as universidades, com seus professores, acadêmicos e funcionários, precisaram se reinventar. O fazer ciência é um processo complexo que envolve pesquisadores, acadêmicos, estrutura física, horas de dedicação, testes, erros e acertos. Muitas vezes, é preciso também recomeçar, buscar novas metodologias, olhar o resultado por outro viés e reaprender a ler o que se descobriu. Por tudo isso, a pesquisa não é algo que se faz da noite para o dia, e produzi-la é ainda mais desafiador.

Disponível em: <https://www.upf.br>. Acesso em: 6 jun. 2022 (adaptado).

TEXTO 3

A tabela a seguir apresenta a variação do orçamento federal nos anos de 2020 e 2021.

Pasta	Orçamento Federal em 2021 (em bilhões de R\$)	Variação (2020 - 2021)
Agricultura	10,42	- 0,2%
Cidadania	103,9	+ 22,1%
Ciência, Tecnologia e Inovações	8,36	- 28,7%
Defesa	65,33	- 9,8%
Desenvolvimento Regional	10,68	+ 23,6%
Economia	569,49	- 4,6%
Educação	74,56	- 27,1%
Infraestrutura	17,29	- 8,1%
Justiça e Segurança Pública	11,46	- 11,7%
Meio Ambiente	2	- 25,1%
Minas e Energia	8,94	+ 44,2%
Mulher, Família e Direitos Humanos	0,52	+ 44,4%
Relações Exteriores	1,97	- 17,2%
Saúde	136,23	+ 4,8%
Turismo	1,73	- 5,5%

PLOA – PLN 28/2020, com as alterações do Congresso Nacional e Consultoria de Orçamento do Senado Federal. Agência Senado.

Com base nas informações dos textos e da tabela apresentados e considerando o contexto da pandemia de Covid-19, faça o que se pede nos itens a seguir.

- a) Discuta por que os investimentos públicos em educação, ciência, tecnologia e inovação são estratégicos e contribuem para o desenvolvimento científico de um país. (valor: 5,0 pontos)
- b) Explique como o fomento público ao desenvolvimento científico pode atender à justiça social e à equidade, em contextos como o da pandemia de Covid-19. (valor: 5,0 pontos)

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

Área livre 

**QUESTÃO DISCURSIVA 02**

O patriarcado (ou dominação masculina) é composto por diferentes estruturas que se conectam na reprodução das desvantagens e da vulnerabilidade das mulheres nas sociedades contemporâneas. A violência sexual é uma delas; a exclusão política é outra. Embora essas não esgotem todas as estruturas de dominação, são elas que, em conjunto com a divisão sexual do trabalho, são mais determinantes. Ambas se alimentam e, ao mesmo tempo, ativam estereótipos de gênero em que o feminino convencional está associado à domesticidade e à aceitação, pelas mulheres, da autoridade masculina.

Algumas farsas ocupam papel importante na justificação da violência contra as mulheres, tanto na violência da exclusão política quanto na sexual. Uma dessas farsas é a de que as mulheres não se interessam pela política. Nesse sentido, estaríamos diante da autoexclusão. A outra é que as mulheres seriam as culpadas pela violência sexual que sofrem sistematicamente. Aqui, o problema seria que elas estão onde não deveriam estar, se vestem como não deveriam, isto é, se comportam *como se fossem* livres.

BIROLI, F. **Mulheres, política e violência**. Disponível em: <https://blogdabotempo.com.br>. Acesso em: 18 jul. 2022 (adaptado).

Com base no texto apresentado, faça o que se pede nos itens a seguir.

- a) Discorra sobre a relação entre o patriarcado estrutural e a desigualdade entre homens e mulheres. (valor: 5,0 pontos)
- b) Proponha duas ações do Estado para o enfrentamento dos diferentes tipos de violência contra a mulher. (valor: 5,0 pontos)

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

QUESTÃO 01**TEXTO 1**

A democracia representativa exige, para o seu funcionamento, um conjunto de características, as quais podem ser compreendidas como instituições. São elas: Funcionários eleitos; Eleições livres, justas e frequentes; Sufrágio inclusivo; Direito de concorrer a cargos eletivos; Liberdade de expressão; Fontes de informação diversificadas; Autonomia para as associações. Entre as categorias mencionadas, destacam-se duas como pilares do regime democrático.

Liberdade de expressão: os cidadãos têm o direito de se expressar, sem o perigo de punições severas, quanto aos assuntos políticos de uma forma geral, o que inclui a liberdade de criticar os funcionários do governo, o governo em si, o regime, a ordem socioeconômica e a ideologia dominante.

Fontes de informação diversificadas: os cidadãos têm o direito de buscar fontes de informação, alternativas, diversificadas e independentes. Ademais, a existência de fontes de informação alternativa deve ser protegida por lei.

DAHL, R. A. *Sobre a democracia*, EDU: UnB, 2001 (adaptado).

TEXTO 2

Embora os regimes políticos possam ser derrubados e as ideologias criticadas e destituídas de sua legitimidade, por trás de um regime e de sua ideologia há sempre um modo de pensar e de sentir, uma série de hábitos culturais, uma nebulosa de instintos obscuros e de pulsões insondáveis.

ECO, U. O Fascismo Eterno. In: *Cinco Escritos Morais*. Editora Record: Rio de Janeiro, 2002 (adaptado).

TEXTO 3

A figura a seguir exemplifica algumas condutas que, segundo Umberto Eco, podem ser consideradas contraditórias aos princípios democráticos.



Disponível em: <https://www.facebook.com/EditoraRecord/photos>. Acesso em: 18 ago. 2022 (adaptado).

Com base na concepção de regimes políticos, abordada pelos autores, avalie as afirmações a seguir.

- I. A democracia é o sistema que se propõe a assegurar aos seus cidadãos uma liberdade pessoal mais ampla do que outros modelos.
- II. A liberdade de expressão no sistema democrático garante que a manifestação de um agente político e de um cidadão possuam repercussões equivalentes.
- III. As *fake news* são manifestações relacionadas à categoria de fontes de informação diversificadas e podem ser utilizadas como estratégia para fragilizar o sistema democrático de governo.
- IV. O direito à liberdade de expressão permite a emissão de opinião crítica e discursos contrários à democracia e aos direitos humanos.

É correto apenas o que se afirma em

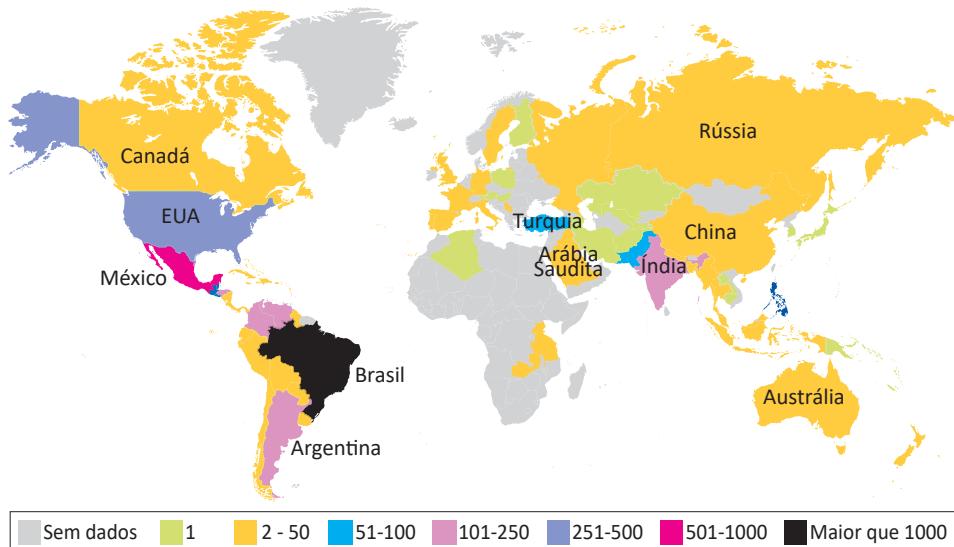
- A** I e II.
- B** I e III.
- C** II e IV.
- D** I, III e IV.
- E** II, III e IV.

QUESTÃO 02

TEXTO 1

Dados do levantamento feito pelo *TransgenderEurope* (TGEU) mostram que o Brasil permaneceu pelo 13º ano consecutivo como o país que mais mata pessoas transgêneros.

Mortes de Transgêneros - Por Países de 2008 a 2021 (Números Absolutos)

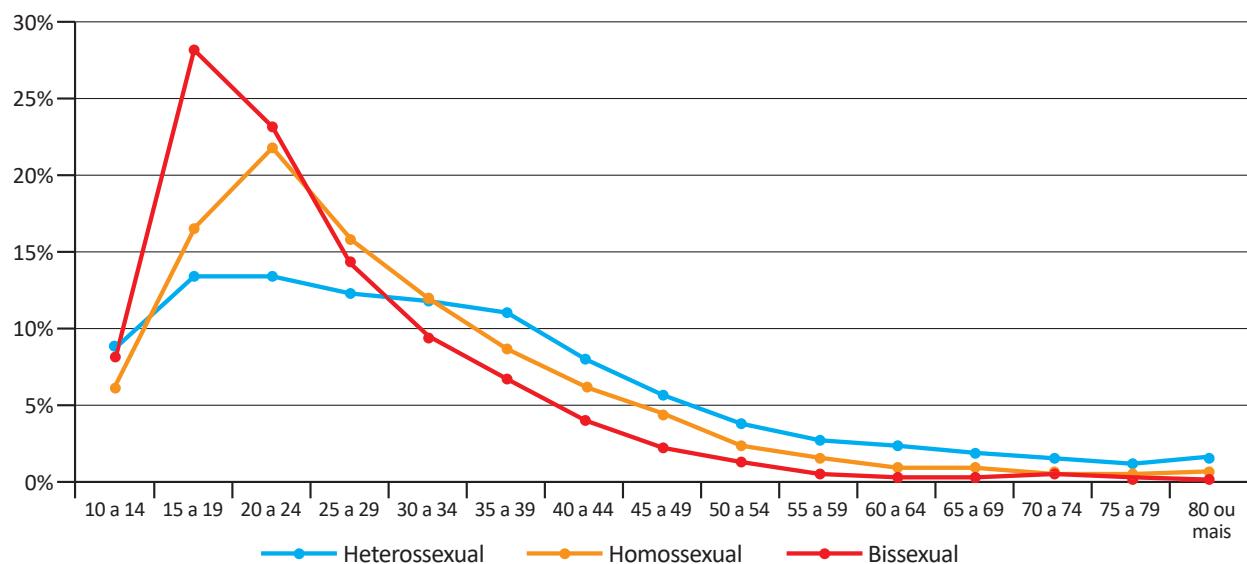


TRANSGENDER EUROPE (TGEU). Disponível em: <https://transrespect.org>. Acesso em: 5 jul. 2022 (adaptado).

TEXTO 2

De acordo com dados do Sistema de Informação de Agravos de Notificação (Sinan), do Ministério da Saúde, houve um crescimento bruto de 5% nas violências contra homossexuais e 37,1% nas violências contra bissexuais, passando de 4 855 registros em 2018 para 5 330 em 2019. No gráfico a seguir são apresentados os dados percentuais de casos notificados em 2019, de acordo com a orientação sexual das vítimas de violência.

Brasil: Perfil de Pessoas Homossexuais e Bissexuais Vítimas de Violência, por Orientação Sexual, por Faixa Etária (2019)



CERQUEIRA, D. et al. **Atlas da Violência 2021**. São Paulo: FBSP/IPEA, 2021.

Considerando as informações apresentadas no mapa e no gráfico, bem como a situação social dos grupos LGBTQIAPN+, avalie as afirmações a seguir.

- I. Os discursos e as práticas contra a diversidade sexual e de gênero são incompatíveis com as premissas éticas e dos direitos humanos que regem as sociedades democráticas.
- II. A violência contra os grupos LGBTQIAPN+ é histórica, simbólica, psicológica e física, ocorrendo em razão de estereótipos e estigmas vigentes na sociedade e por meio de repressões e abusos.
- III. A partir dos 40 anos de idade, há uma maior incidência de violência sobre pessoas heterossexuais em relação aos outros grupos, o que indica que a vulnerabilidade independe da orientação sexual.
- IV. O Brasil é o país onde se identifica o maior número de mortes de pessoas *trans* entre os países analisados, situação que revela a necessidade de uma política pública mais assertiva de combate aos crimes cometidos contra os grupos LGBTQIAPN+.

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 03



Em 2019, a violência armada foi três vezes maior para a população negra, em comparação com a não negra, tanto para a população geral quanto para o grupo jovem (entre 15 e 29 anos de idade). Quanto à taxa de mortalidade por 100 mil habitantes no grupo de pessoas com até 14 anos de idade, destaca-se, da mesma forma, a desigualdade na vitimização de crianças e adolescentes negros por agressão com arma de fogo, com taxa 3,6 vezes maior do que a de não negros em 2019.

INSTITUTO SOU DA PAZ. **Violência armada e racismo:** o papel da arma de fogo na desigualdade racial.
Disponível em: <https://soudapaz.org>. Acesso em: 6 jul. 2022 (adaptado).

Considerando as informações apresentadas, avalie as asserções a seguir e a relação proposta entre elas.

- I. O fator racial é um importante condicionante na análise de dados relativos a homicídios e violência no Brasil na população de adolescentes e jovens.

PORQUE

- II. A população negra sofre mais violência do que a população não negra, em razão do racismo estrutural existente no país, além de outras vulnerabilidades sociais associadas a essa forma de preconceito.

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 04

Foto: Renato Soares. Disponível em: <http://conexaoplaneta.com.br>. Acesso em: 22 ago. 2022 (adaptada).

TEXTO 1

Além de tramitar no Judiciário um processo a respeito do Marco Temporal, há também, na Câmara dos Deputados, um projeto em que se tenta transformar a tese do Marco Temporal em lei. Trata-se do Projeto de Lei n. 490/2007, que determina que devem ter direito às terras consideradas ancestrais somente os povos que as estivessem ocupando no dia da promulgação da Constituição Federal, em 5 de outubro de 1988.

Disponível em: <https://g1.globo.com>. Acesso em: 21 jun. 2022 (adaptado).

TEXTO 2

O assassinato do indigenista Bruno Pereira e do jornalista Dom Phillips expôs ao mundo a importância da demarcação dos territórios indígenas, assegurada pela Constituição Federal de 1988. Os territórios indígenas, além de preservarem identidades, modos de vida, tradições e culturas desses povos, também são fundamentais para a preservação ambiental. Eles contribuem para conter as emissões de gases de efeito estufa, promover a biodiversidade e potencializar sistemas.

Se mantido o critério do Marco Temporal, a guerra fundiária poderá ser intensificada. Os territórios se tornarão zonas de mais conflitos entre fazendeiros, mineradores, garimpeiros, grileiros, produtores rurais, narcotraficantes, comerciantes de peixes, caçadores e madeireiros, o que resultará na morte de indígenas e de defensores da floresta e, por extensão, dos territórios indígenas.

Com base nos textos e na imagem apresentados, avalie as afirmações a seguir.

- I. Os territórios indígenas, com a regulamentação do Marco Temporal, ficarão formalmente protegidos de invasões, e os povos originários poderão manter suas tradições culturais.
- II. As ações de grupos de garimpeiros, de pescadores ilegais, de desmatadores e de alguns setores das atividades agropecuárias vêm confrontando os povos originários em disputas territoriais.
- III. O aumento da criminalidade nos territórios indígenas está associado aos interesses econômicos de exploração insustentável do meio ambiente, como os relacionados aos garimpos ilegais e ao desmatamento de florestas.
- IV. A existência dos movimentos sociais indígenas é essencial para a luta por direitos sociais, culturais e de acesso à terra pelos povos originários, assim como para a preservação do meio ambiente e do modo de vida dos indígenas.
- V. O Estado brasileiro está impedido de intervir nas demarcações de territórios indígenas, em respeito à autonomia, à autogestão e à livre determinação dos povos originários, segundo a Constituição Federal de 1988.

É correto apenas o que se afirma em

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

QUESTÃO 05

Pesquisa realizada pelo Observatório Brasileiro de Políticas Públicas da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) aponta que a população em situação de rua aumentou no Brasil em 2022. De janeiro a maio deste ano, mais de 26 mil novas pessoas nessa situação foram registradas no Cadastro Único (CadÚnico) do Governo Federal. No país, mais de 180 mil pessoas estão registradas no CadÚnico.

Disponível em: <https://g1.globo.com>. Acesso em: 6 jul. 2022 (adaptado).

Considerando as informações apresentadas, avalie as asserções a seguir e a relação proposta entre elas.

- I. A existência de pessoas em situação de rua no Brasil deriva, sobretudo, das desigualdades sociais oriundas da pandemia de Covid-19.

PORQUE

- II. Um dos efeitos da pandemia de Covid-19 foi a ampliação do número de pessoas em situação de rua no Brasil, o que evidencia a segregação socioespacial das cidades brasileiras.

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 06

Ao final de 2021, cerca de 89,3 milhões de pessoas estavam deslocadas em todo o mundo, em decorrência de violência, perseguições, violações dos direitos humanos ou outros conflitos em seus locais de origem. Esse contingente de deslocamentos forçados já alcançava mais de 100 milhões de pessoas em maio de 2022, sendo motivados por instabilidades como as ocorridas no Afeganistão, em alguns países africanos e nas regiões da Ucrânia ocupadas pela Rússia, além de outros locais onde já perduravam confrontos armados, como, por exemplo, na Síria.

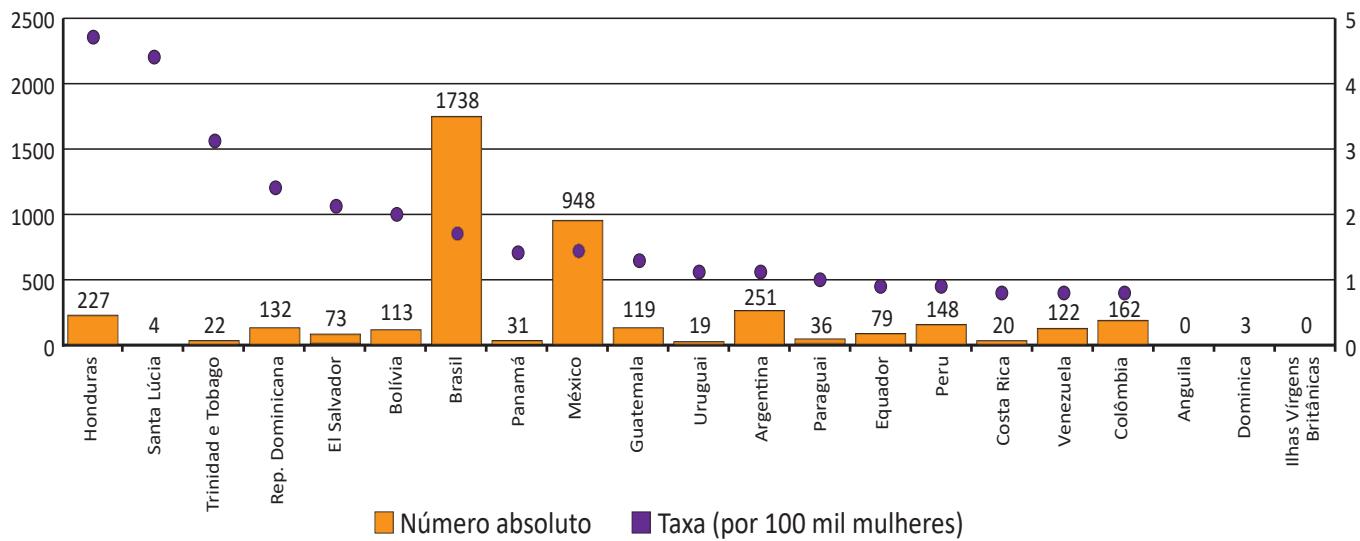
Disponível em: <https://www.acnur.org>. Acesso em: 21 jun. 2022 (adaptado).



Disponível em: <https://operamundi.uol.com.br>. Acesso em 24 de jun. de 2022.

Com relação às atuais migrações internacionais forçadas, assinale a opção correta.

- A** Os interesses em relação ao tipo de tratamento dispensado aos imigrantes no mundo independem de seus países de origem.
- B** A xenofobia, que consiste no preconceito contra estrangeiros, deve-se à falta de normas internacionais para o tratamento de situações de imigração.
- C** Os refugiados são migrantes de países subdesenvolvidos que se deslocam para países centrais do capitalismo global a fim de servir de mão de obra barata.
- D** As migrações internacionais forçadas surgem da globalização econômica, cujos processos são responsáveis pelo aumento do número de refugiados no mundo.
- E** A condição de migrante internacional forçado diferencia-se da condição geral de imigrante na medida em que se refere ao deslocamento motivado por fatores involuntários, que fogem ao controle do migrante e de sua família.

QUESTÃO 07**TEXTO 1**
América Latina, Caribe (21 países): Feminicídio ou femicídio (2021)
(Em números absolutos e taxas por 100 mil mulheres)

 Disponível em: <https://olg.cepal.org>. Acesso em: 20 abr. 2022.
TEXTO 2

Resultados de pesquisa da Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (CEPAL), vinculada à Organização das Nações Unidas (ONU), apontam que, além do feminicídio íntimo, aquele perpetrado por parceiros ou ex-parceiros da vítima, e do feminicídio sexual sistêmico, em que a vítima é sequestrada e estuprada, há o feminicídio lesbofóbico ou bifóbico, configurado quando a vítima é bissexual ou lésbica e é assassinada porque o agressor entende que deve puni-la por sua orientação sexual.

 Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br>. Acesso em: 22 ago. 2022 (adaptado).

A partir do gráfico e das informações do texto, assinale a opção correta.

- A** O gráfico apresentado ranqueia os países a partir de um cálculo de proporção e, nessa perspectiva, Santa Lúcia apresenta uma das taxas mais baixas de feminicídio na região.
- B** As políticas públicas voltadas às mulheres partem do pressuposto de que elas devem ser as principais responsáveis por sua própria segurança, evitando comportamentos de risco.
- C** Os países da América Latina que apresentam as maiores taxas de ocorrência de feminicídios a cada 100 mil mulheres, de acordo com o gráfico apresentado, são Brasil, México e Argentina.
- D** As formas de violência que afetam as mulheres são determinadas não somente pela condição sexual e de gênero, mas também por diferenças econômicas, etárias, raciais, culturais e religiosas.
- E** O número relativo a cada 100 mil mulheres vítimas de feminicídio no Brasil explica a posição elevada do país no ranking, diferentemente de Honduras, que registra, relativamente, menos ocorrências que o Brasil.

QUESTÃO 08



Grafite: Eduardo Kobra. Foto: Charles Humpreys. São Paulo. Disponível em: <https://www.bbc.com>. Acesso em: 22 ago. 2022.

Inicialmente, a natureza transgressora do grafite foi encarada pelo Estado como vandalismo no espaço público e como um perigo para a conservação da propriedade privada, devendo-se, portanto, combatê-lo. Com o tempo, contudo, essa concepção marginal transformou-se, incidindo em uma valorização aceitável pelo Estado e positiva para a sociedade. Essa transição do grafite, de arte marginal para manifestação artística reconhecida e aceita, tem revelado aspectos importantes não somente para os profissionais do grafite, mas para a sociedade como um todo, pois incorpora a possibilidade de ele ser um produto artístico de valor cultural, econômico e ideológico.

PIRES, E. M.; SANTOS, F. A. A cidade de São Paulo e suas dinâmicas: graffiti, Lei Cidade Limpa e publicidade urbana. *Anais do Museu Paulista: História e Cultura Material*. v. 26, São Paulo, 2018 (adaptado).

Considerando-se o texto e a imagem apresentados, é correto afirmar que o grafite consiste em uma

- A** expressão popular associada à contestação e, por isso, não é reconhecido como arte.
- B** expressão convencional de hierarquias consolidadas ao longo do tempo e ainda presentes na sociedade.
- C** expressão cultural que problematiza os valores e as relações da sociedade com os espaços onde é produzida.
- D** intervenção urbana que traz prejuízos para a sociedade porque gera conflitos latentes entre diferentes classes sociais.
- E** intervenção estética realizada com o propósito de embelezamento padronizado dos espaços urbanos pelo uso de cores intensas e contrastantes.



COMPONENTE ESPECÍFICO

QUESTÃO DISCURSIVA 03

TEXTO 1

A gestão de vendas pode ser entendida como um processo sistêmico que abrange, entre outros, a previsão de vendas que se espera realizar. A empresa precisa desenhar a história de como as pessoas encontram uma marca e os passos que dão para avaliar, comprar e se relacionar com ela. O marketing ou as pesquisas de opinião não conseguem fazer isso de maneira isolada. Para influenciar a decisão do consumidor é necessário um trabalho multidisciplinar, que envolve diversas áreas da empresa.

CHIAVENATO, I. **Gestão de vendas:** uma abordagem introdutória transformando o profissional de vendas em um gestor de vendas. 3. ed. Barueri: Manole, 2014 (adaptado).

TEXTO 2

Uma empresa de pequeno porte, do ramo de temperos e especiarias, tem um portfólio de 20 itens embalados para o consumidor final, comercializados em supermercados e mercearias locais, em embalagens de 20 a 50 gramas, conforme o produto.

Sua abrangência é local e de municípios vizinhos, pois ela não tem a capacidade de distribuição das marcas concorrentes.

Para competir em seu mercado, a organização precisa se aproximar dos clientes, oferecendo produtos customizados, desde que possam ser acondicionados nas embalagens e no maquinário disponível na empresa, bem como expor nos pontos de venda já existentes.

A partir das informações apresentadas, faça o que se pede nos itens a seguir.

- Identifique duas estratégias de atuação, junto aos supermercados e mercearias clientes da empresa, que subsidiem uma previsão de possíveis novos produtos demandados por parte da clientela. (valor: 5,0 pontos)
- Estabeleça uma estratégia de comunicação junto ao consumidor no ponto de venda, de maneira que ele tome conhecimento de novo produto e o experimente. (valor: 5,0 pontos)

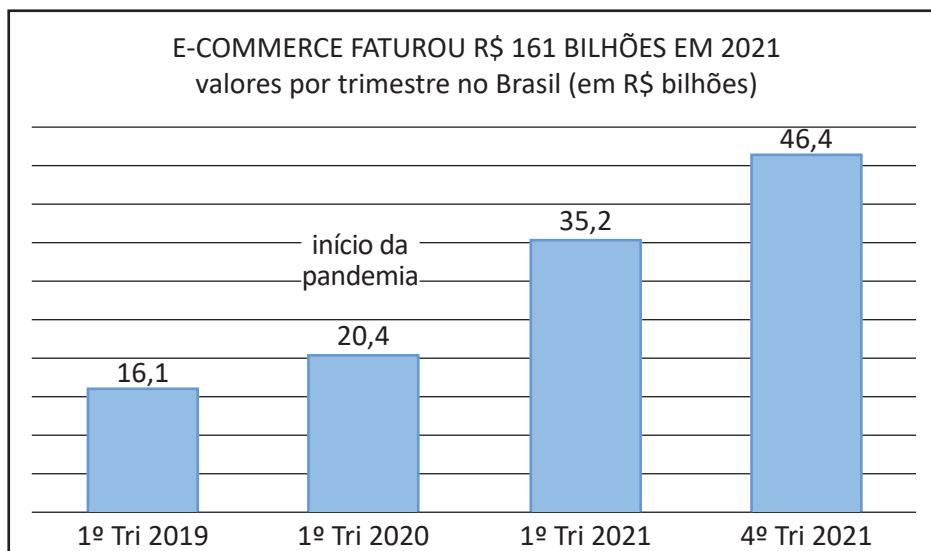
RASCUNHO

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

QUESTÃO DISCURSIVA 04

Dois anos de pandemia mudaram o comportamento da maioria dos consumidores, que passaram a fazer suas compras, cursos e afins virtualmente, transformando o modo de consumo. Para se ter uma ideia, o indicador de consumo MCC-ENET, em parceria com a Companhia Compre & Confie e a Câmara Brasileira de Economia Digital, divulgou dados que demonstram um aumento de 20,56% nas vendas por *e-commerce* no início de 2022 em relação a 2021. Em razão desse movimento, empresas dos mais diversos portes e segmentos incluiram vendas on-line em suas estratégias. Essa tendência veio para ficar e se expandir. É o que está acontecendo com as redes sociais e a adesão ao comércio eletrônico. A expansão do *e-commerce* para as mídias tornou o *s-commerce*, ou comércio social, a mais nova vanguarda de estratégia de vendas. Vender diretamente pelas redes sociais é mais simples, fácil e implica socialização virtual, o que humaniza as marcas. Nas plataformas, produtos encontram pessoas, influenciadores atraem clientes, relacionamentos são mantidos por meio de interações, usuários influenciam seu público, recomendações e inspirações são bem-vindas. A experiência de compra é única, direta e autêntica. É preciso entender que hábitos de consumo mudaram e as tecnologias acompanharam essa evolução.

LOURES, A.; CASTRO, F. **A experiência do comércio eletrônico invade as mídias sociais.** Disponível em: <https://exame.com/bussola/a-experiencia-do-comercio-eletronico-invade-as-midias-sociais/>. Acesso em: 12 jul. 2022 (adaptado).

Faturamento do *e-commerce* 2019-2021

Considerando as informações apresentadas, acerca da expansão do *e-commerce* para as mídias digitais e do comportamento do consumidor, faça o que se pede nos itens a seguir.

- Discorra sobre os impactos da pandemia de Covid-19 na gestão mercadológica das organizações e sua influência no comportamento do consumidor, comparando os dados do 1º trimestre de 2019 e do 4º trimestre de 2021 demonstrados no gráfico. (valor: 5,0 pontos)
- Sobre os fatores intrínsecos e extrínsecos que influenciam o comportamento do consumidor, explique se estes são diferentes para consumidores presenciais e virtuais. Descreva como os fatores confiabilidade, prazo de entrega e pós-vendas influenciam o comportamento do consumidor virtual. (valor: 5,0 pontos)

RASCUNHO

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

**QUESTÃO DISCURSIVA 05**

Das dez bases legais para o processamento que a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) estabelece, o consentimento é a primeira delas. O consentimento pode ser revogável a qualquer momento e deve ser fornecido pelo titular dos dados de forma inequívoca, manifesta e livre, podendo ser retirado a qualquer tempo. Ao processar dados pessoais, um site, empresa ou organização deve apresentar uma base legal específica ou tratar devidamente o consentimento do titular dos dados pessoais. Todo o processamento de dados pessoais deve ser documentado desde a coleta inicial até o término. Também é obrigatória a apresentação de um relatório de impacto à proteção de dados, no qual constarão a descrição de que tipo de dados são coletados, o objetivo da coleta e processamento, seu tempo de retenção e com quem os dados podem ser compartilhados. Isso também deve fazer parte de uma política de privacidade de fácil acesso aos titulares de dados pessoais.

CELIDONIO, T.; NEVES, P. S.; DONÁ, C. M. Metodologia para mapeamento dos requisitos listados na LGPD (Lei Geral de Proteção de Dados do Brasil número 13.709/18) e sua adequação perante a lei em uma instituição financeira: um estudo de caso.

Brazilian Journal of Business, Curitiba, v. 2, n. 4, p. 3.626-3.648, out./dez. 2020. Disponível em: <https://brazilianjournals.com/ojs>. Acesso em: 16 ago. 2022 (adaptado).

Considerando as ideias apresentadas e a implementação da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), redija um texto acerca das transformações geradas pela referida lei nas práticas publicitárias e nas relações de consumo. (valor: 10,0 pontos)

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

Área livre

QUESTÃO 09

Atualmente, algumas ferramentas são essenciais para que o empreendedor possa projetar e simular um negócio antes da implementação. Independentemente do tipo e tamanho do negócio, o plano de negócios (PN) é uma das ferramentas que se destaca dentre os empreendedores. O PN representa a descrição da oportunidade que o candidato a empreendedor pretende desenvolver. Em geral, procura reproduzir possíveis situações na empresa antes que ela entre em operação.

DEGEN, R. J. **O empreendedor:** empreender como opção de carreira. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009 (adaptado).

Nesse contexto, uma das principais funções de um plano de negócios é

- A** descrever e projetar metas de baixa complexidade.
- B** avaliar o potencial de lucro e crescimento do negócio.
- C** implementar o fluxo de caixa no lugar do plano financeiro completo.
- D** relatar o perfil do empreendedor que garanta o sucesso do negócio.
- E** testar estratégias de controlar a demanda para aumentar as vendas.

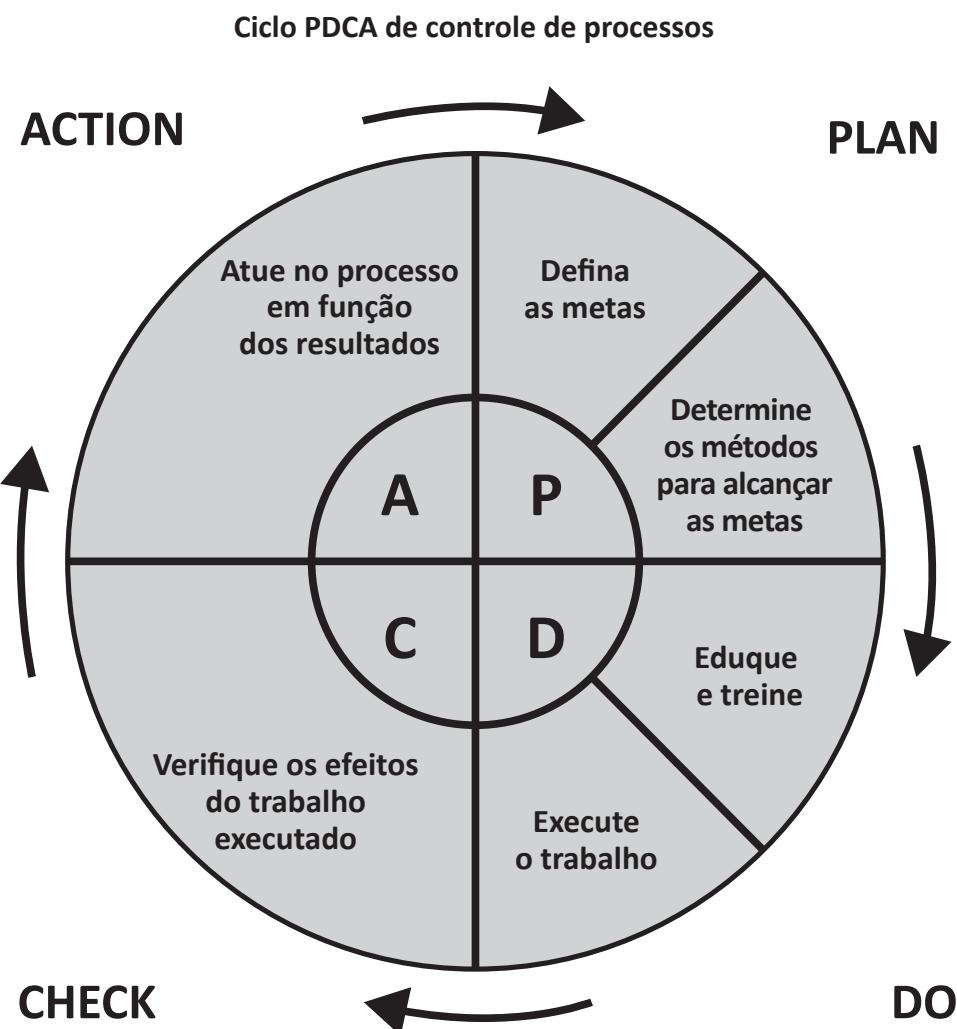
Área livre

QUESTÃO 10

A razão de vida da organização está intrinsecamente ligada a suas estratégias. Daí a afirmação de que os processos têm vida e estão em constante transformação. Isso quer dizer que qualquer oscilação do ambiente externo, por exemplo, pode gerar mudanças de estratégia e, certamente, dos processos. Nesse contexto, um dos maiores erros das organizações na implantação da gestão de processos é a não consideração de suas estratégias. Muitas vezes, pensam primeiro na obtenção de resultados fáceis e ganhos rápidos em detrimento da razão de ser da organização, o que certamente compromete o sucesso de um projeto.

O fato é que, sem estabelecer e conhecer os objetivos e as definições estratégicas, é pouco provável que um projeto de gestão de processos consiga melhorar o desempenho dos processos e agregar algum tipo de valor à organização. É importante salientar que os processos passam constantemente por melhorias contínuas e, para garantir o sucesso dessas melhorias, uma das ferramentas que podem ser utilizadas pelas organizações é o ciclo PDCA.

ARAUJO, L. C. G. D.; GARCIA, A. A.; MARTINES, S. **Gestão de processos:** melhores resultados e excelência organizacional. 2. ed. São Paulo: Grupo GEN, 2016. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br>. Acesso em: 13 jul. 2022 (adaptado).



WERKEMA, C. **Métodos PDCA e Demaic e suas ferramentas analíticas.** São Paulo: Grupo GEN, 2012. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br>. Acesso em: 13 jul. 2022 (adaptado).

A partir do exposto e sobre o uso do ciclo PDCA, seja para promoção de melhorias na estrutura organizacional, na gestão de processos ou mesmo na gestão estratégica das organizações, avalie as afirmações a seguir.

- I. O ciclo PDCA é uma ferramenta de gestão que apresenta um caminho a ser seguido para o alcance das metas almejadas, servindo como um programa de gestão e monitoramento de ações determinadas.
- II. De maneira contínua, a primeira etapa do ciclo PDCA consiste em planejar os cursos da gestão de uma empresa, isto é, estabelecer metas a serem alcançadas e, também, os meios para que a empresa as alcance.
- III. Embora seja um processo cíclico, a última etapa do PDCA consiste em atuar a partir dos resultados obtidos, isto é, se a meta inicial foi alcançada, adota-se o plano como referência, caso contrário, atua-se sobre as causas que influenciaram o não alcance da meta.

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 11



Chegou até a gerente de atendimento de uma empresa especializada na produção e comercialização de produtos fitoterápicos, uma grave reclamação: “um cliente ligou para a ouvidoria informando que o vendedor ao lhe atender exigiu que fizesse compra casada (quando se vende um produto somente se outro for comprado junto) para se continuar tendo os descontos de praxe da companhia”.

Diante disso, a gerente da área de atendimento marcou uma reunião com o gerente comercial e, depois de terminada, concluíram que

- A** a falta de treinamento sobre ética, moral e valores da equipe comercial teria contribuído para aquela postura do vendedor.
- B** a melhor forma e mais eficiente para resolver a situação era demitir o vendedor que não seguia a política da empresa.
- C** a mudança da política da empresa era uma saída e, com isso, instituir a venda casada, o que aumentaria o faturamento no médio prazo.
- D** a obrigação de venda casada não era comprometedora aos valores da empresa, embora não fizesse parte de sua política.
- E** a entrega do código de conduta a todos da área comercial seria uma forma de forçá-los a apresentar comportamentos esperados pela organização.

Área livre





QUESTÃO 12

Uma empresa demonstra a seguinte movimentação de custos e despesas referente ao mês de outubro de 2022.

Movimentação	Valor R\$
Custos diretos	300 000,00
Mão de obra direta	90 000,00
Material indireto	50 000,00
Despesas de comissões	20 000,00
Mão de obra indireta	40 000,00
Seguros da administração	10 000,00
Salários da administração	35 000,00
Seguros de fábrica	30 000,00
Outros custos indiretos	55 000,00

Durante esse mês, foram produzidas e vendidas 25 000 unidades de um determinado produto, cada uma pelo preço de R\$ 45,00 líquidos de impostos.

Nesse caso, o valor em reais da margem de contribuição unitária é de

- A** 19,80.
- B** 22,40.
- C** 23,60.
- D** 26,00.
- E** 29,40.

Área livre

QUESTÃO 13

Dois irmãos são proprietários de uma loja de material médico no centro de uma cidade. Ultimamente, as vendas vêm caindo de forma significativa, sem que eles pudessem identificar as causas. Então, o irmão mais velho desenvolveu uma pesquisa interna, com os clientes, para entender a situação, enquanto sua irmã começou uma pesquisa junto aos concorrentes, como cliente oculto. Passados quase trinta dias, os dois irmãos reuniram-se para analisar todas as informações e dados coletados. Nessa análise, perceberam que o seu segmento de negócios é de extrema necessidade e que existe a tendência de os clientes sempre comprarem produtos médicos para atender a necessidades urgentes. A conclusão que os dois irmãos obtiveram foi que é primordial a construção de um relacionamento duradouro com os clientes, pois essas não são compras eventuais, e sim para demandas específicas. Portanto, a necessidade de aumentar a fidelização de clientes valiosos tem feito com que estratégias de vendas pessoais sejam utilizadas em conjunto com programas específicos.

Considerando a situação descrita, assinale a opção que apresenta corretamente a ferramenta que os irmãos devem implementar na empresa.

- A** Marketing direto.
- B** Técnicas de vendas.
- C** *Business-to-business*.
- D** Distribuição integrada.
- E** CRM (*Customer Relationship Management*).

QUESTÃO 14

A janela de oportunidade é uma metáfora que descreve o período de tempo em que uma empresa pode, de fato, entrar em um novo mercado. Quando o mercado para um novo produto está estabelecido, a janela de oportunidade se abre e novas empresas entram. Em determinado ponto, o mercado fica maduro e a janela de oportunidade se fecha.

FERREIRA, M. F. et al. *Ser empreendedor*: pensar, criar e moldar a nova empresa. São Paulo: Saraiva, 2010 (adaptado).

A partir da leitura do texto, na fase de planejamento de um novo negócio, um empreendedor precisa identificar janelas de oportunidade com base em

- A** fontes oficiais e qualificadas, como juntas comerciais e institutos públicos, a fim de se verificar de forma minuciosa e específica as tendências de determinado negócio.
- B** informações que levem em conta a evolução de determinado mercado e potencial de crescimento, em uma perspectiva ampla.
- C** sua intuição de empreendedor, que, considerando sua propensão ao risco, busca taxas de retorno mais altas.
- D** pesquisas com critérios estatisticamente válidos, que permitam projetar o fluxo de caixa do novo negócio.
- E** recursos financeiros disponíveis, sejam eles próprios ou de terceiros, para uma rápida entrada no mercado.



QUESTÃO 15

Sistemas Integrados de Gestão Empresarial (SIG) são sistemas de informação que integram todos os dados e processos de uma organização em um único sistema. A integração pode ser vista sob a perspectiva funcional (sistemas de finanças, contabilidade, recursos humanos, produção, marketing, vendas e compras) e sob a perspectiva sistêmica (sistema de processamento de transações, sistemas de informações gerenciais e sistemas de apoio a decisão).

LAUDON, K. C.; LAUDON, J. P. **Sistemas de informação gerenciais:** administrando a empresa digital.
9. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010 (adaptado).

Com base no texto apresentado, avalie as afirmações a seguir.

- I. Os sistemas *Enterprise Resource Planning* (ERP), Planejamento dos Recursos Empresariais, são pacotes de softwares de gestão ou sistemas integrados, com recursos de automação e informatização, cujo objetivo é contribuir com o gerenciamento dos negócios empresariais.
- II. Os sistemas *Customer Relationship Management* (CRM), Gerenciamento do Relacionamento com o Cliente, constituem uma abordagem que coloca o cliente como principal foco dos processos de negócio, com o intuito de perceber e antecipar suas necessidades e, então, atendê-lo da melhor forma.
- III. Os sistemas *Supply Chain Management* (SCM), Gerenciamento da Cadeia de Suprimento, constituem o gerenciamento de uma rede interna de negócios envolvidos na provisão final de produtos e serviços da empresa, permitindo que a empresa tenha maior efetividade no controle de estoques.
- IV. Os sistemas *Business Intelligence* (BI), Inteligência nos Negócios, referem-se a aplicações e tecnologias empregadas para coletar, disponibilizar e analisar dados e informações sobre as operações das empresas, permitindo que elas obtenham um conhecimento mais abrangente sobre métricas de vendas, produção e operações internas.
- V. Os sistemas CRM, SCM e BI complementam os sistemas ERP; enquanto os sistemas ERP são voltados para os processos externos com fornecedores e clientes, os sistemas CRM, SCM e BI são voltados aos processos internos.

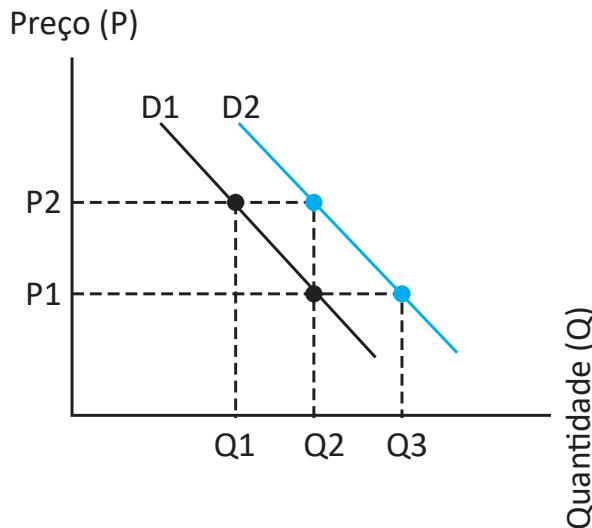
É correto apenas o que se afirma em

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

Área livre

QUESTÃO 16

O gráfico a seguir exibe a demanda por motocicletas em um determinado mercado. No gráfico, a curva D1 representa a demanda por esse tipo de veículo antes da ocorrência de um cenário de frequentes aumentos no preço dos combustíveis, e a curva D2 representa a situação durante o cenário de frequentes aumentos nos preços dos combustíveis.



Considerando as curvas da demanda D1 e D2 no gráfico apresentado, avalie as asserções a seguir e a relação proposta entre elas.

- I. O preço e a demanda de motocicletas sofreram alterações.

PORQUE

- II. O aumento no preço dos combustíveis provocou um deslocamento da curva da demanda por motocicletas.

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 17

Praticar a responsabilidade social empresarial (RSE) requer atenção a múltiplas exigências referentes às relações de parceria entre clientes e fornecedores, produção de qualidade, contribuições para o desenvolvimento da comunidade, investimentos em pesquisa tecnológica, preservação do meio ambiente, redução de ações predatórias, participação dos trabalhadores nos resultados organizacionais, qualificação profissional, respeito ao cidadão etc. Ao praticar conduta ética e socialmente responsável, a organização conquista o respeito das pessoas e das comunidades que atinge, envolvendo seus colaboradores e consumidores. A atuação socialmente responsável da empresa depende diretamente do modelo de gestão implementado. Quando o modelo e as diretrizes estratégicas são pautados pela responsabilidade social, as pessoas envolvidas primarão pela ética e ações sociais, visto que o próprio ambiente as conduz nessa direção.

AMORIM, T. N. G. F. Responsabilidade social corporativa. In: ALBUQUERQUE, J. L. (org.) *Gestão ambiental e responsabilidade social: conceitos, ferramentas e aplicações*. São Paulo: Atlas, 2009 (adaptado).

Com base no texto, é correto afirmar que uma empresa cumpre seu papel social com êxito quando

- A** o respeito pelas pessoas e pelas comunidades antecede a prática empresarial, considerando que a responsabilidade social é uma exigência imposta pelo mercado e pelos fornecedores.
- B** o modelo de gestão for pautado tanto pela responsabilidade social quanto pela atmosfera interna e, assim, contribua para a prevalência de condutas éticas, respeito às pessoas e engajamento dos colaboradores.
- C** a preservação do meio ambiente é atendida por ela, pois é um fator que amplia a sua participação no mercado, considerando que esse é um dos problemas contemporâneos que mais exige atenção das organizações.
- D** a participação dos trabalhadores nos resultados organizacionais reflete o engajamento deles no conjunto dos procedimentos internos, ao primarem pela ética e pelas ações sociais, fortalecendo, assim, a imagem pública da empresa.
- E** a preferência dos consumidores e o engajamento dos colaboradores não são influenciados pelo modelo de gestão implementado pela empresa, que prioriza as múltiplas exigências nas relações que mantém com clientes e fornecedores.

Área livre

QUESTÃO 18

Determinada organização, atuante no setor de varejo de vestuário há 19 anos, possui uma unidade voltada ao público masculino e outra ao público feminino. Tem como objetivo proporcionar conforto e estilo a seus clientes, levando produtos atuais e inovadores da moda. Trata-se de uma organização cuja receita vem crescendo ao longo dos anos, proporcionando sustentabilidade financeira e consolidação de negócios. Nessa organização, há dez empregados que atendem nas unidades e o gestor, que é proprietário do estabelecimento e possui um perfil democrático de liderança. Entretanto, há muitos conflitos entre os empregados, sobretudo relacionados à disputa por clientes, devido às comissões pagas e a ruídos na comunicação. Como causa desses conflitos está o desejo do êxito econômico e de *status* por parte da equipe de vendas.

FARIAS, A. P. S. et al. **Gestão de conflitos: um estudo de caso numa organização do setor de vestuário.** CONGRESSO NACIONAL DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO, *Anais [...]* Pernambuco, 08 e 09 de agosto de 2014. Disponível em:<http://www.inovarse.org/sites/>. Acesso em: 15 jul. 2018 (adaptado).

Considerando que os conflitos entremeiam as relações humanas, em um processo natural e imprescindível para o crescimento dos grupos, é papel do gestor

- A** delegar a mediação a um dos empregados, visto que eles, por vivenciarem a situação, têm mais condições para resolver os conflitos.
- B** agir como intermediário, incentivando a disputa entre os empregados, para aumentar as vendas e, consequentemente, o lucro da empresa.
- C** determinar as principais fontes de conflito na organização, para atuar de forma eficaz em sua solução, demitindo os empregados causadores.
- D** identificar os conflitos na organização, para atuar de forma eficaz em sua solução, confrontando seus causadores diante do grupo para desacreditá-los.
- E** atuar como mediador, na tentativa de minimizar ou evitar os efeitos negativos, potencializando os efeitos positivos que poderão advir dos conflitos.

Área livre



QUESTÃO 19

Negociação é a possibilidade de fazer algo melhor por meio de uma ação conjunta e, ainda, o modo mais eficiente para conseguir algo desejado. Entretanto, há dois tipos de negociação com diferentes resultados. Na negociação competitiva, tem-se para cada ganho uma perda correspondente. É o jogo do ganha-perde. Na negociação cooperativa, tem-se que cada parte oferece um ponto para o oponente e vice-versa. É o jogo do ganha-ganha e corresponde a uma negociação com ganhos mútuos.

DUZERT, Y.; SPINOLA, A.; BRANDÃO, A. *Negociação*. 3. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2010 (adaptado).

Com base no conceito de negociação cooperativa e no relacionamento observado entre os setores de marketing e produção, avalie as afirmações a seguir.

- I. Na prestação de serviços, o marketing precisa ser desenvolvido paralelamente com o sistema operacional que presta os serviços, ou seja, a entrega é acompanhada da produção, porque a avaliação que o cliente faz sobre a qualidade do serviço é baseada na forma pela qual ele percebe o sistema e na maneira como ele participa da produção do serviço que recebe.
- II. A previsão de vendas a longo prazo e a previsão de vendas a curto prazo são necessárias, respectivamente, para o planejamento da capacidade produtiva e para o planejamento da produção, os quais, por sua vez, permitem o planejamento dos estoques e, consequentemente, um melhor atendimento ao cliente.
- III. Quando uma empresa se encontra em um mercado com declínio de demanda, muitas vezes uma vasta linha de produtos é questão de sobrevivência na visão de marketing e muito provavelmente o gerente de marketing deve insistir nesse procedimento, o que acarreta aumento dos custos e perda de eficiência para a produção.

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

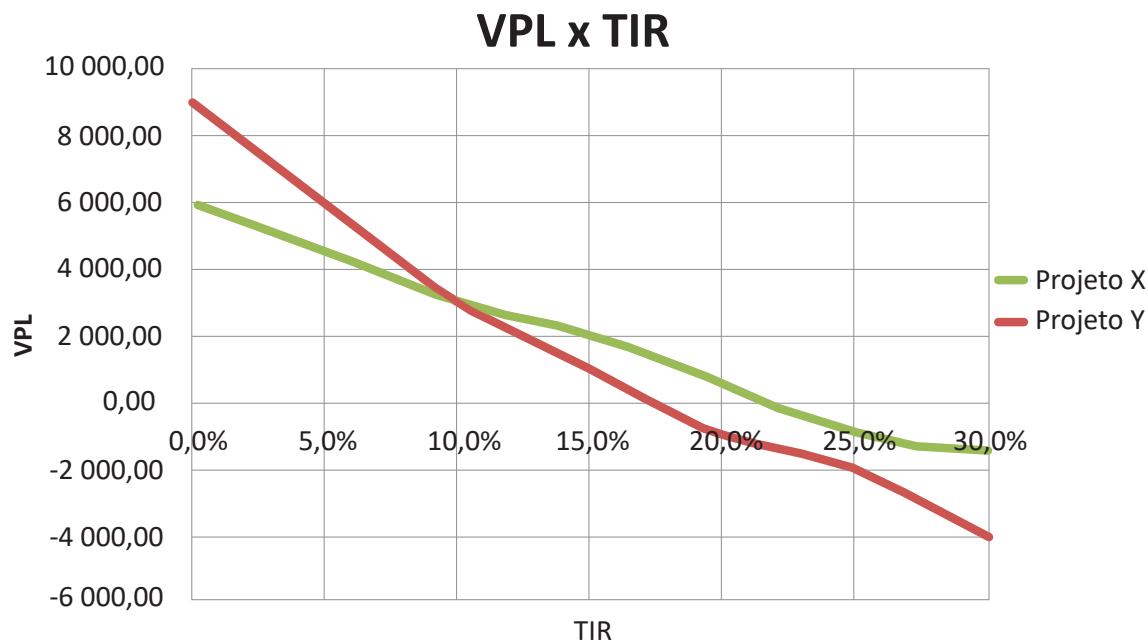
QUESTÃO 20

O empreendedor deve ser capaz de analisar um projeto de investimento mediante um conjunto de técnicas para a determinação de sua viabilidade econômico-financeira. Para tanto, normalmente são utilizadas as técnicas de *payback*, valor presente líquido (VPL) e taxa interna de retorno (TIR).

O *payback* é considerado uma técnica não sofisticada, caracterizada pelo período de tempo exato necessário para a empresa recuperar seu investimento inicial em um projeto, a partir das entradas de caixa líquidas. O VPL, assim como a TIR, é considerado uma técnica sofisticada, uma vez que desconta as entradas de caixa a uma taxa especificada, o custo do capital, e se refere ao retorno mínimo que deve ser obtido por um projeto, de forma a manter inalterado o valor de mercado da empresa. A TIR é a taxa de desconto que faz o VPL de uma oportunidade de investimento igualar-se a zero.

GITMAN, L. J.; ZUTTER, C. J. *Princípios de Administração Financeira*. 14. ed. São Paulo: Person, 2018 (adaptado).

Considerando o texto apresentado, observe o seguinte gráfico, que apresenta o VPL de dois projetos distintos: o projeto X (em verde) e o projeto Y (em vermelho).



A partir das informações do texto e dos dados apresentados no gráfico, avalie as afirmações a seguir.

- O *payback* ocorrerá simultaneamente nos projetos X e Y.
- Para um custo de capital de 10%, os projetos X e Y gerarão a mesma riqueza.
- O projeto X passará a ser melhor que o projeto Y quando a taxa de desconto for superior a 10%.
- O projeto X, quando comparado ao projeto Y, precisa de uma taxa de desconto menor para tornar-se inviável.

É correto o que se afirma em

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



QUESTÃO 21

As empresas começam a exigir de seus clientes, parceiros, empregados e fornecedores, o *compliance* digital e a aplicação da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). Nesse contexto da era da informação e da transparência, o *compliance* digital ganha notoriedade e significa seguir as regras digitais de determinada empresa.

CRUZ, C. O *compliance* digital e a Lei Geral de Proteção de Dados brasileira. Disponível em: <https://mascaro.com.br/boletim/boletim-226/compliance-digital-e-lgpd/>. Acesso em: 29 jun. 2022 (adaptado).

A partir do texto apresentado, sobre *compliance* e LGPD, avalie as afirmações a seguir.

- I. O *compliance* objetiva a proteção dos direitos fundamentais de liberdade, a privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural.
- II. A LGPD se aplica a toda e qualquer operação de tratamento de dados pessoais realizada em território nacional por pessoa natural ou por pessoa jurídica de direito público ou privado.
- III. O *compliance* deve ser compreendido de maneira sistêmica para além do cumprimento de regras formais, a fim de mitigar riscos, preservar valores éticos e de sustentabilidade corporativa, visando a continuidade do 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

QUESTÃO 22

A pandemia de Covid-19 transformou significativamente a maneira como as empresas trabalham. Antes da pandemia, era comum que apenas *freelancers* ou algumas categorias profissionais trabalhassem em *home office*. Agora, essa é uma realidade para profissionais das mais diversas áreas, e a tendência é que o *home office* e o trabalho remoto continuem em alta. Um estudo realizado pela Fundação Getulio Vargas (FGV), por exemplo, concluiu que essa prática deve crescer em 30% após a pandemia. Isso porque tanto as empresas quanto os colaboradores perceberam que vários são seus benefícios. Não se pode, contudo, desconsiderar os desafios encontrados por ambas as partes. Por um lado, as empresas tiveram de remodelar suas estratégias de gestão para garantir a sustentabilidade do negócio, sendo a gestão de pessoas responsável por garantir a produtividade e o desempenho dos colaboradores fora dos limites organizacionais. Estes, por sua vez, tiveram de se adaptar a uma nova rotina, conciliando as tarefas do trabalho e as domésticas em um mesmo ambiente.

Disponível em: <https://www.florence.edu.br/blog/home-office/>. Acesso em: 30 jun. 2022 (adaptado).

A partir do exposto, sobre gestão de pessoas e equipes no *home office*, avalie as asserções a seguir e a relação proposta entre elas.

- I. Com os colaboradores trabalhando em *home office*, a gestão de pessoas deve preocupar-se em tornar a comunicação cada vez mais assertiva e em manter a equipe informada sobre as estratégias e os procedimentos de gestão para além de informações relativas apenas às entregas diárias.

PORQUE

- II. Um dos grandes desafios da gestão de pessoas é assegurar que os colaboradores, mesmo em casa, cumpram suas metas, permaneçam motivados, colaborativos, integrados e pertencentes à organização, garantindo, assim, a lucratividade e a sustentabilidade do negócio.

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 23****TEXTO 1**

Cotidianamente, as empresas passam por modificações de posicionamento diante do mercado para atender demandas e exigências cada vez maiores. Ocorre que a estrutura das organizações é composta por pessoas, que possuem diferentes características e ambições.

GALVÃO, A. C. Q. Relação entre fatores de clima organizacional e motivação do colaborador no ambiente de trabalho.
In: BEHNKE, M. T. (org.). *Gestão de Pessoas*: artigos reunidos. Curitiba: InterSaber, 2014, 69-70 (adaptado).

TEXTO 2

Disponível em: <http://chargesdodenny.blogspot.com/2018/01/>. Acesso em 17 jun. 2022.

Com relação a motivação das pessoas, o clima e a cultura organizacional, avalie as afirmações a seguir.

- I. As recompensas não financeiras, como transportes, alimentação, assistência médica e oportunidades de crescimento profissional, não influenciam a motivação das pessoas.
- II. O *turnover* (rotatividade) e o absenteísmo podem indicar insatisfação, falta de comprometimento e de motivação dos colaboradores com seu trabalho e empresa.
- III. As recompensas financeiras são pagamentos que o funcionário recebe em forma de dinheiro, bônus, prêmios e comissões e podem estar diretamente relacionados com a motivação dos trabalhadores.
- IV. O clima organizacional e a cultura organizacional são fatores diretamente ligados e podem alterar o nível de motivação das pessoas no trabalho.

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 24

Uma empresa apresenta as seguintes informações obtidas em seu departamento de custos, sabendo que os custos fixos totalizam R\$ 35 000,00.

Preço de Venda R\$ 50,00 – unidade

Custos Variáveis R\$ 25,00 – unidade

Devido ao crescimento de mercado, a empresa planeja comercializar seus produtos a R\$ 60,00 a unidade com seu custo variável sendo de R\$ 32,00. Ela planeja obter lucro líquido de R\$ 7 000,00.

Nessa situação, sabendo que os custos fixos não sofrem alterações, o novo ponto de equilíbrio contábil será de

- A** 1 250 unidades.
- B** 1 400 unidades.
- C** 1 500 unidades.
- D** 1 650 unidades.
- E** 1 680 unidades.

QUESTÃO 25

No processo de marketing, os 4Ps (produto, preço, praça e promoção) formam o *mix* de marketing, uma ferramenta que auxilia no planejamento de como os produtos e serviços serão oferecidos aos consumidores. No comércio eletrônico, o *mix* de marketing chega aos consumidores por meio de seus dispositivos eletrônicos, como computadores, *smartphones*, *tablets* e TVs.

Para conhecer melhor os consumidores e levar a eles o *mix* de marketing mais adequado, no comércio eletrônico, faz-se uso de

- A** *layout* responsivo, que adapta as características visuais dos sites aos dispositivos utilizados pelos consumidores.
- B** shopping virtual, formado por sites que reúnem várias lojas virtuais atendendo a diversas necessidades de diferentes consumidores.
- C** *cookies*, que são pequenos arquivos de computador, que registram a navegação dos usuários em diversos sites da internet.
- D** marketing viral, que viabiliza a divulgação de vários tipos de produtos e serviços, funcionando como o marketing boca a boca nas redes sociais virtuais.
- E** *banners*, que são elementos gráficos exibidos em uma página web, utilizados para propaganda de diferentes produtos e serviços no comércio eletrônico.

Área livre



QUESTÃO 26

Uma determinada empresa, no mês de fevereiro, projetou, para o mês de março, as seguintes transações.

DATA	MOVIMENTO	VALOR (R\$)
05/03/2022	Compra de mercadorias, vencimento em 30 dias	25 000,00
06/03/2022	Venda de mercadorias à vista	6 000,00
06/03/2022	Pagamento de salários	12 000,00
06/03/2022	Despesas de materiais de escritório à vista	300,00
07/03/2022	Venda de mercadorias, recebimento em 30 dias	48 000,00
07/03/2022	Recebimento de vendas mês anterior	25 000,00
07/03/2022	Pagamento de fornecedores	20 000,00
13/03/2022	Despesas com energia elétrica à vista	500,00
14/03/2022	Despesas com água e esgota à vista	200,00
20/03/2022	Vendas de mercadorias à vista	12 000,00
21/03/2022	Compra de mercadorias, vencimento em 30 dias	30 000,00
28/03/2022	Compra de mercadorias à vista	10 000,00
29/03/2022	Venda de mercadorias, recebimento em 45 dias	18 000,00

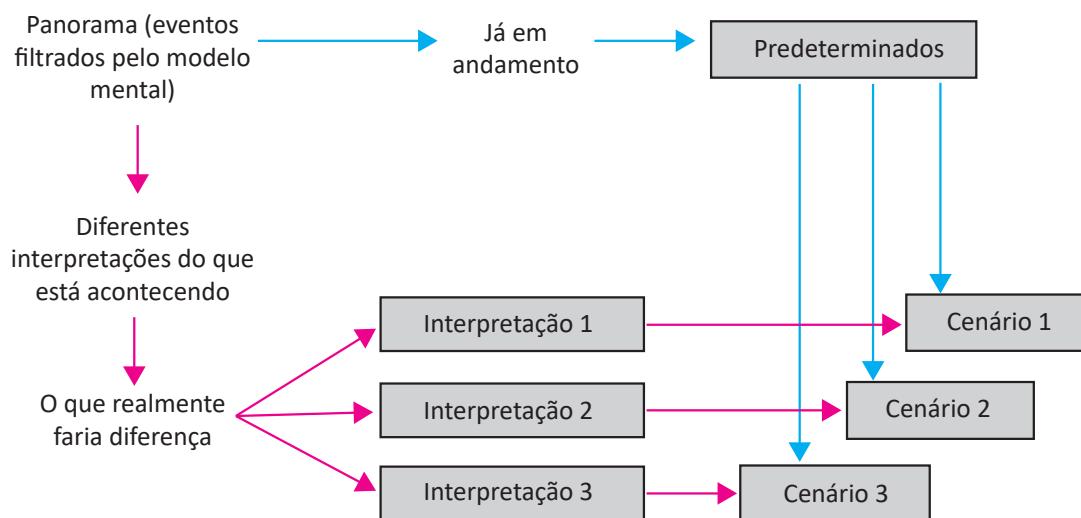
Considerando que a empresa tenha saldo inicial de caixa de R\$ 20 000,00, pode-se apurar, ao final do mês de março, um saldo de caixa de

- A** R\$ 20 000,00.
- B** R\$ 40 000,00.
- C** R\$ 78 000,00.
- D** R\$ 111 000,00.
- E** R\$ 131 000,00.

Área livre

QUESTÃO 27

O exercício de construir cenários para diferenciados setores de atuação de pequenas empresas pode ser um dos mais estratégicos aspectos adotados por elas para sua sobrevivência e competitividade no mercado. Contudo, não há de se contestar o quanto é difícil, especialmente para as pequenas empresas, praticar o exercício de criar e analisar cenários, tendo que se desprender de crenças e atitudes enraizadas em processos institucionalizados e, muitas vezes, obsoletos. Sabe-se, no entanto, que somente por meio da análise contínua das interações entre as empresas e o seu ambiente é possível estabelecer objetivos adequados e melhor aproveitar seus recursos.



FALLER, L. ALMEIDA, M. I. R. *Planejamento por cenários: preparando pequenas empresas do varejo de móveis planejados para um futuro competitivo*, 2014 (adaptado).

A partir das informações apresentadas sobre a prospecção e interpretação de cenários, avalie as afirmações a seguir.

- I. A construção de cenários é considerada uma ferramenta relevante na identificação e análise de acontecimentos possíveis e importantes dentro dos diferentes setores de atuação dos empreendimentos, dando subsídios aos profissionais para soluções e alternativas consistentes.
- II. Com a prospecção e interpretação de cenários, as empresas tornam-se obsoletas e até mesmo perdem seu espaço para empreendimentos maiores e com mais capital, pois, com o que é despendido nas referidas projeções, a empresa deixa de assimilar o que realmente está acontecendo no mercado econômico.
- III. Mesmo com a crise deflagrada pela pandemia da Covid-19, houve empresas que conseguiram driblar o cenário negativo do mercado brasileiro mediante algumas estratégias, como a renegociação dos preços com fornecedores, a diversificação dos produtos, os investimentos em marketing, entre outros.

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 28**

A Academia Lord Prime Ltda. atua de forma inovadora com pessoas da terceira idade. Em âmbito municipal, tornou-se referência no serviço especializado e adaptado às necessidades desse público. Entre as diversas ações e facilidades que oferece, destaca-se o sistema de transporte adaptado ao que seus clientes precisam. Ela não é a única em seu mercado de atuação. Outras três academias focam o mesmo público-alvo e todas, inclusive a Lord Prime, dispõem de profissionais qualificados para trabalhar com seus clientes de modo individualizado. A Lord Prime gostaria de estar instalada na avenida principal do bairro, mas uma lei de zoneamento urbano impede a construção de novos pontos comerciais nessa avenida.

Isso traz alguns problemas para a academia, já que suas concorrentes estão localizadas em espaços mais visíveis, como shoppings, por exemplo. Outro fator é que a prefeitura está construindo um centro de convivência para a terceira idade, onde oferecerá, gratuitamente, além de outros serviços, uma academia. No entanto, após pesquisa, verificou-se que 70% da população local da terceira idade não trocaria uma academia paga por uma gratuita. Com o objetivo de entender e melhorar a estratégia da empresa, seu gestor e a sua equipe de trabalho realizaram uma análise do ambiente interno e do ambiente externo, utilizando, para isso, a matriz SWOT.

Após a análise e o mapeamento de ambiente, o gestor e a sua equipe concluíram que

- A** o ponto fraco são os 30% da população da terceira idade da cidade, que irão optar pelo centro de convivência da prefeitura.
- B** a empresa tem como oportunidade o diferencial de oferecer a seus clientes um sistema de transporte adaptado ao seu público-alvo.
- C** o ponto forte são os 70% do público-alvo fidelizado, que não estão dispostos a trocar o serviço pago pela alternativa do serviço gratuito.
- D** a lei de zoneamento urbano da cidade é uma ameaça porque impede a Lord Prime de se instalar na avenida principal do bairro, o que prejudica sua visibilidade.
- E** a localização da Lord Prime fora da avenida principal do bairro constitui uma ameaça, porque funcionará em local de menor visibilidade que o de suas concorrentes, e isso é um ponto fraco.

Área livre

QUESTÃO 29

Um barzinho comercializa mensalmente 4 000 latas e 5 000 garrafas de cerveja. Os valores pagos ao distribuidor são R\$ 0,45 a lata e R\$ 0,60 a garrafa. São vendidas por R\$ 1,00 a lata e R\$ 1,50 a garrafa. Ambas são acondicionadas na mesma geladeira e uma garrafa ocupa o espaço de duas latas.

O proprietário do bar percebeu a possibilidade de aumentar as vendas. No entanto, está disposto a oferecer quantidade adicional de apenas um desses produtos. O espaço ocioso é suficiente para acomodar 400 latas.

Considerando o custo, o valor de venda e o espaço ocupado por cada embalagem, avalie as afirmações a seguir.

- I. A embalagem de lata tem um custo menor que a de garrafa em 75%.
- II. A embalagem de lata tem margem de contribuição maior que a embalagem de garrafa.
- III. A embalagem de garrafa tem uma margem de venda de 50% acima da margem da embalagem de lata, embora o custo de venda seja apenas 33% acima do custo da embalagem de lata.

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 30**

A técnica de *cross-selling* é a venda de produtos complementares ao produto que está sendo adquirido, ou seja, o vendedor faz uma venda cruzada após oferecer ao cliente outros produtos ou serviços que complementam o que o comprador acabou de adquirir. Já *up-selling* é a ação de oferecer produtos ou serviços de maior valor ao cliente, ou seja, o comprador acaba adquirindo produtos mais caros após ser apresentado às vantagens que estes trazem em detrimento dos produtos ou serviços de menor valor, que originalmente se propôs a adquirir.

LAUDON, K.; LAUDON, J. *Sistemas de Informações Gerenciais*. 7. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2007 (adaptado).

Considerando os conceitos de *cross-selling* e *up-selling* descritos, avalie as afirmações a seguir.

- I. A aquisição da garantia estendida pelo cliente que acabou de comprar uma TV de 42 polegadas é um exemplo de *cross-selling*.
- II. A empresa de cartão que persuade o cliente a fazer *upgrade* de um cartão de crédito convencional para um cartão "*platinum*", com maior limite de crédito e serviços adicionais, está utilizando a ferramenta de *up-selling*.
- III. A seguradora de veículos que sugere ao cliente o pacote que inclui a proteção de lanternas e faróis por um adicional de setenta reais no valor do seguro está utilizando a ferramenta de *cross-selling*.
- IV. A venda de um título de capitalização ou um financiamento imobiliário a um cliente que abriu uma conta-corrente é um exemplo de *up-selling*.

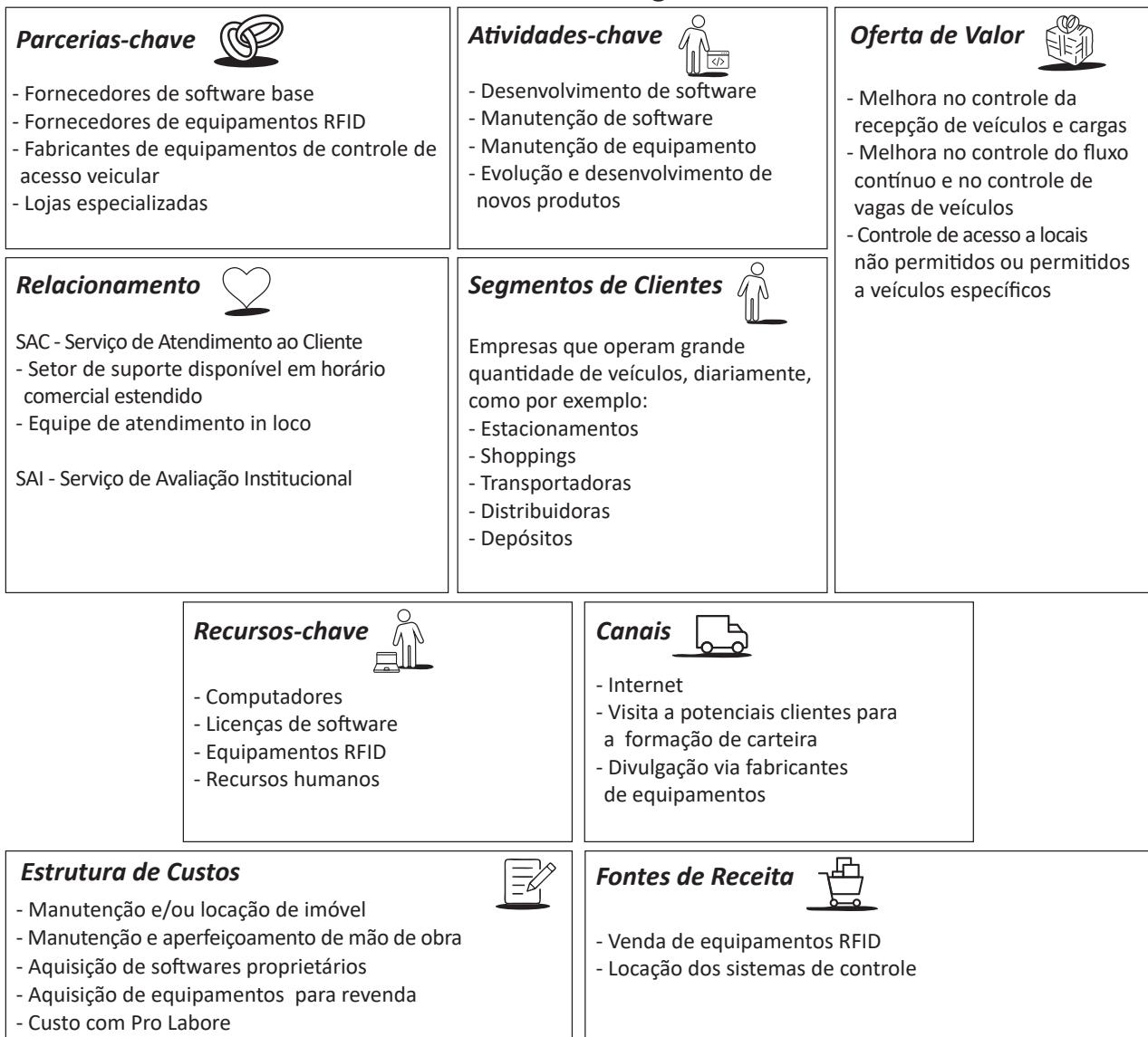
É correto apenas o que se afirma em

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

**QUESTÃO 31**

A terceirização logística é uma prática empresarial adotada por um número cada vez maior de organizações. Porém, uma escolha errada pode se tornar uma fonte de insatisfação e provocar falhas corporativas com elevação do custo logístico, além de afetar a competitividade e a imagem da empresa. São inúmeros os casos de insucesso nos acordos de terceirização, sendo a maioria atribuída a deficiências no processo decisório. Logo, fica evidente a complexidade da decisão de terceirização logística e a falta de compreensão, por parte dos executivos, dos fatores que realmente devem ser analisados durante o processo decisório.

Por ser estratégico para as organizações, a construção do modelo de negócios entende que os “Canais” são instrumentos importantes para a gestão, distribuição e para a consolidação do planejamento da organização. A figura a seguir ilustra essa realidade sob a ótica de uma empresa de softwares.

Modelo de Negócios

OSTERWALDER, A.; PIGNEUR Y. **Business model generation**: inovação em modelos de negócio – um manual para visionários, inovadores e revolucionários. 1. ed. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011 (adaptado).

Considerando a relação entre os canais e a Logística como atividade estratégica para a organização, avalie as asserções a seguir e a relação proposta entre elas.

- I. Os canais, em se tratando do Modelo de Negócios, indicam os meios pelos quais o negócio vai manter as relações com o cliente e como o produto será entregue ao consumidor, permitindo a criação da interface entre a empresa e o seu segmento de atuação.

PORQUE

- II. Ao criar uma proposta de um modelo de negócio, a organização deve abrir mão da terceirização de seu processo logístico, sob o argumento de que o elevado custo desse aspecto pode inviabilizar a competitividade de determinado produto.

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 32**

Uma empresa comercializa colchões desde 2010. Inicialmente, adquiria os colchões de um fornecedor/distribuidor que os entregava no prazo de três dias, enquanto o fornecedor/fabricante realizava a entrega após 30 dias. Ao priorizar o prazo de entrega, a empresa deixou de analisar diferenças importantes de custo, como o preço unitário do colchão e o valor cobrado de frete (o preço do distribuidor chegou a ser 22% superior ao preço do fabricante — considerando o preço unitário do colchão). Ao contratar um gestor financeiro, a empresa passou a pesquisar e realizar o controle dos custos fixos (CF) e variáveis (CV) envolvidos nas compras e demais atividades do estabelecimento. A realização de uma boa compra refletia diretamente no preço de venda (PV), pois outras informações deveriam ser consideradas para a precificação do item: como o valor dos impostos pagos (IMP) e a margem de lucro estabelecida para os produtos (ML).

Nessa situação, o gestor financeiro explicou que, para calcular o preço ideal, era preciso aplicar a fórmula

- A** $PV = (CF + CV) / [1 - (IMP + ML)]$.
- B** $PV = (CF + IMP) / [1 - (ML + CV)]$.
- C** $PV = (CF + IMP) / [1 + (CV - ML)]$.
- D** $PV = (CF + ML) / [2 - (IMP + CV)]$.
- E** $PV = (CF + ML) / [2 - (IMP + CV)]$.

Área livre**QUESTÃO 33**

Para seu crescimento contínuo, as empresas realizam investimentos em bens e serviços, objetivando agregar valor. Portanto, a análise de viabilidade de projetos de investimento é uma preocupação dos empresários. As empresas não devem assumir riscos que afetem seus negócios ou que não lhes permitam honrar compromissos. Também é importante conhecer alternativas que minimizem esses riscos.

Considerando a importância da análise de viabilidade de um projeto, avalie as afirmações a seguir.

- I. O conhecimento sobre os fatores de risco inflacionário, conjuntural e financeiro é uma alternativa para minimizar os riscos de um projeto; portanto, o levantamento desses fatores deve ser realizado para verificar sua viabilidade.
- II. O prazo de retorno do investimento inicial (*payback*), a taxa interna de retorno (TIR) e o valor presente líquido (VPL) são alguns dos parâmetros utilizados para mensurar a viabilidade de um projeto.
- III. A análise de sensibilidade visa aferir em que medida a rentabilidade de um projeto se altera em consequência de sua modificação.

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 34

Osvaldo assumiu a gestão da área comercial há cerca de quatro meses e, com isso, o desafio de melhorar o desempenho de vendas. Durante esse período, ele tem se dedicado a observar o comportamento e a forma de trabalho de cada profissional e identificou que os vendedores não têm atuado em equipe, mas, sim, em grupo. Como forma de inovar e melhorar a produtividade do setor, Osvaldo tem organizado e planejado a implementação de um modelo de trabalho em equipe, e, para que possa alcançar sucesso nessa iniciativa, ele deverá cuidar de alguns aspectos essenciais.

OLIVEIRA, M. A. **Comportamento organizacional para a gestão de pessoas:** como agem as empresas e seus gestores. São Paulo: Saraiva, 2010 (adaptado).

Sobre o desenvolvimento de equipes comerciais, avalie as afirmações a seguir.

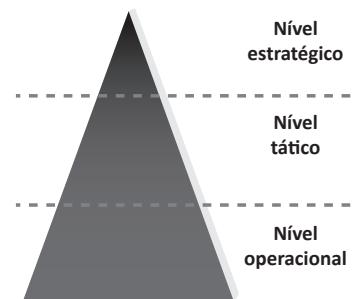
- I. A comunicação entre os membros deverá ser bem trabalhada, de forma a criar um compromisso unificado em relação aos objetivos.
- II. As habilidades de negociação do gestor serão fundamentais para o alcance de um consenso quanto aos objetivos a serem alcançados.
- III. O gestor deverá assumir uma liderança capaz de impulsionar e alavancar as pessoas, gerando apoio interno e assumindo a frente em conexões com as demais áreas da organização.
- IV. Os membros precisarão desenvolver as habilidades necessárias para realizar todas as tarefas do setor, pois somente dessa forma o trabalho em equipe ocorrerá de maneira satisfatória.

É correto o que se afirma em

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

QUESTÃO 35

A estratégia organizacional auxilia uma empresa a se posicionar no segmento de mercado em que atua, pois planeja e implanta ações sistematizadas para alcançar um objetivo. Assim, a estratégia deve guiar a organização para obter os resultados esperados e superar a concorrência. Nesse contexto, estratégias e planejamentos de gestão podem ser organizados em função dos níveis hierárquicos de uma organização. A figura a seguir ilustra esses níveis hierárquicos.



NOGUEIRA, C. S. (Org.). **Planejamento estratégico.** São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2014 (adaptado).

A partir das informações apresentadas, avalie as afirmações a seguir.

- I. O nível estratégico é composto pelos gestores da cúpula de uma organização, sendo responsável pela articulação e execução nos diversos departamentos, como financeiro, de marketing e de recursos humanos.
- II. O nível tático representa o nível gerencial de uma organização, sendo responsável pela implementação das decisões estratégicas definidas no nível acima, em que estratégias e objetivos são focados em médio prazo.
- III. O nível operacional é responsável pela realização de tarefas rotineiras, definindo procedimentos e processos específicos com detalhamento de atividades operacionais para os funcionários realizarem seu serviço.

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.

**QUESTIONÁRIO DE PERCEPÇÃO DA PROVA**

As questões abaixo visam conhecer sua opinião sobre a qualidade e a adequação da prova que você acabou de realizar.

Assinale as alternativas correspondentes a sua opinião nos espaços apropriados do **CARTÃO-RESPOSTA**.

AVALIAÇÃO GLOBAL DA PROVA**QUESTÃO 01**

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.

QUESTÃO 02

Em relação ao tempo total de aplicação, você considera que a prova foi

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

QUESTÃO 03

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 04

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 05

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.

FORMAÇÃO GERAL**QUESTÃO 06**

Qual o grau de dificuldade das questões de Formação Geral?

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

QUESTÃO 07

Os enunciados das questões de Formação Geral estavam comprehensíveis e objetivos?

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

COMPONENTE ESPECÍFICO**QUESTÃO 08**

Qual o grau de dificuldade das questões do Componente Específico?

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

QUESTÃO 09

Os enunciados das questões do Componente Específico estavam comprehensíveis e objetivos?

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