



QUESTÕES VÁLIDAS APLICADAS NA PROVA DO EDITAL 41.2022

Questão 1.1.1 Gestão Mercadológica

As expectativas dos clientes, segundo Correa e Caon (2002) e Téoul (1999) são fundamentadas em comportamentos dos consumidores que deixam-nos mais propensos a gerar respostas. Esta respostas surgem a partir das impressões sobre alternativas de compra, em experiências passada, nas promessas explícitas e nas promessas implícitas.

As expectativas são estruturadas em dois níveis, que é o desejado e o adequado. O serviço desejado é o que o cliente espera receber, é o previsto. As expectativas adequadas são aquelas que o cliente considera aceitável, ela fica em uma certa zona de tolerância. (YI; LA, 2004).

Complete a frase abaixo:

As [[1]] poderão ser melhores conceituadas como a percepção de requisitos mínimos para atendimento de sacrifícios e [[2]] mínimos recebidos. A experiência recebida, em função das expectativas pode ser classificada como neutra, negativa ou positiva e, servem [[3]] para se avaliar as experiências e a satisfação dos clientes.

Opções de marcação: atendimento, de desconirmação, valores, expectativas, de forma inesperada, de valor recebido, compras, necessidades, de referência, benefícios, meios.

Alternativa correta: [1] expectativas, [2] benefícios, [3] de referência

Questão 1.1.3 Gestão Mercadológica

Necessidade é um requisito mínimo de algo que seja essencial. Para o ser humano a necessidade é atribuída à um determinado benefício que não se tem. As necessidades mais básicas das pessoas, segundo Maslow (1943) são as necessidades fisiológicas, que relacionam-se com elementos essenciais à sobrevivência. As pessoas têm necessidades fisiológicas de alimentação, respiração, descanso, hidratação e higiene, são essenciais à sua sobrevivência, lhes atribuindo um benefício central de atendimento. O marketing trabalha a partir dos desejos e expectativas, ou seja, comunicando e gerenciando atributos de benefícios e valor agregado ao que pode ser agregado valor.

O marketing molda as necessidades e os desejos dos consumidores?

O marketing molda os desejos, mas não altera as necessidades. Os desejos são todas as possibilidades de se ter benefícios ou capacidade de aquisição de bens e serviços direcionados pela cultura e personalidade dos indivíduos, conforme o contexto social;

O marketing molda as necessidades, uma vez que, a partir de ações diretas e pontuais do marketing, as necessidades dos consumidores são direcionadas para determinados padrões de compra e consumo;

O marketing não molda os desejos, pois eles são requisitos mínimos de algo que é essencial para o ser humano. Geralmente o desejo é atribuído a um determinado benefício;

O marketing não molda as necessidades, pois as necessidades são complexas e, muitas vezes os profissionais não conseguem estabelecer quais são e, portanto, não há como atuar diretamente e, de forma rentável;

Questão 1.2.1 Gestão Estratégica

O processo de administração estratégica é o conjunto completo de compromissos, decisões e ações necessários para que a empresa obtenha vantagem competitiva e retornos acima da média.

Fonte: Hitt, Ireland, Hoskisson (2011, p. 6)

Para que a empresa realize a administração estratégica, faz-se necessário o conhecimento teórico para sua aplicabilidade prática. Diante disso, marque a opção de resposta, dentre as abordagens da administração, aquela que melhor contempla esse modelo de gestão:

Abordagem Sistêmica

Abordagem Clássica

Abordagem Humanística

Abordagem Estruturalista

Questão 1.2.3 Gestão Estratégica

Desde os ataques terroristas de 11 de setembro de 2001, todo o setor sofreu uma queda geral nas receitas devido à diminuição do tráfego aéreo no mundo inteiro. Da mesma forma, como o preço do petróleo aumentou consideravelmente, os custos do combustível para as companhias aéreas também se elevaram. No entanto, estas empresas não conseguiram aumentar os preços, por causa da excessiva capacidade na indústria. Além disso, as companhias aéreas, principalmente as empresas tradicionais tais como a United, Delta, American e a U.S. Airways, sindicalizaram a mão-de-obra com mais tempo de serviço; desse modo, tem sido difícil reduzir os custos com mão-de-obra. Consequentemente, novos entrantes com baixo custo fizeram com que a estrutura de custos das antigas empresas parecesse intimidadora.

Fonte: Influências Ambientais Gerais e Competitivas nas Companhias Aéreas Norte-Americanas. Hitt, Ireland, Hoskisson (2011, p. 33)

O breve relato demonstra como o ambiente externo afeta tanto o crescimento quanto a lucratividade empresarial. Diante disso, marque a afirmativa verdadeira:

Independentemente do tipo de empresa, o ambiente externo é fundamental para o êxito das empresas

- O ambiente externo está associado às forças e oportunidades para a empresa
- São exemplos de condições externas que afetam os resultados da empresa: relação com o cliente, preço dos produtos etc.
- O ambiente externo pode ser controlado pela empresa

Questão 1.2.4 Gestão Estratégica

Devido à necessidade de inovar para continuar competitiva, a Nokia reorganizou suas operações comerciais em quatro plataformas: telefones móveis, multimídia, redes e soluções empresariais. Os executivos achavam que esses negócios tinham potencial de crescimento e queriam que eles recebessem mais ênfase e autonomia para inovar. Um conselho de estratégia global revisa as ideias de novos produtos, propostas para assegurar que elas correspondam à visão da empresa, porém as áreas de negócios recebem uma flexibilidade considerável para atender seus clientes com ofertas de novos produtos. Espera-se que cada divisão atue como uma incubadora de novos produtos e obtenha insights dos clientes para assegurar que os novos produtos sejam bem recebidos no mercado. Essas medidas visam ajudar a empresa a obter ou sustentar sua vantagem competitiva. A Nokia sofre grande concorrência da Motorola e da Microsoft, o que a força a se tornar mais inovadora ou perder participação de mercado.

Fonte: A Capacitação de Inovar: uma Fonte Essencial para Vantagem Competitiva. Hitt, Ireland, Hoskisson (2011, p. 69) As vantagens competitivas de uma empresa têm vida útil limitada. Diante disso, aponte a opção que **não corresponde** aos fatores que sustentam essa afirmativa.

- Empresas referência não perdem mercado
- As empresas tornam-se obsoletas devido às mudanças
- Outras empresas surgem com produtos substitutos com qualidade igual ou melhor
- As empresas concorrentes tendem a imitar os produtos

Questão 1.3.2 Gestão de Pessoas

As dinâmicas sociais despontam como na contemporaneidade como forma das pessoas se organizarem, se orientarem e atuarem em grupos dentro e fora das organizações. Existe uma pluralidade de conceitos de liderança e eles evoluem juntamente com as novas relações que as pessoas desejam para si nos ambientes que frequentam, especialmente o laboral.

Analise as seguintes afirmativas:

- I. A abordagem clássica de liderança, a dos traços, concentrou-se na identificação de qualidades e características pessoais que distinguem líderes de não líderes;
- II. A abordagem de estilos passou a enfatizar questões como os comportamentos e estilos dos líderes mais direcionados para as necessidades e características dos liderados;
- III. A abordagem contingencial concedeu um caráter multidimensional à liderança, enfatizando as características do líder, das equipes, da tarefa e do contexto que passaram a figurar no rol de fatores que enfatizam o papel da liderança em catalisar resultados;
- IV. As abordagens contemporâneas de liderança caracterizadas pela liderança inspiracional, autocrática e reforçada pela dinâmica motivacional entre líderes e liderados.

É correto o que se afirma em:

- I, II, III e IV
- I e III, apenas
- I e II, apenas
- I, II e III

Questão 1.3.3 Gestão de Pessoas

A cultura organizacional está contida no ambiente de negócios e se relaciona com a liderança organizacional. Em um primeiro momento ela se concebe na perspectiva de um sistema sociocultural e num segundo momento ela não representa apenas padrões de comportamentos, mas um conjunto de mecanismos de controle para modelar tais comportamentos (BARRETO et al., 2012, p.35).

Está correto afirmar que na composição do processo de liderança descrito por Kotter (2000) destacam-se os seguintes pilares:

- A) Planejamento e Desenvolvimento da visão;
- B) Organização do pessoal voltado padronização e para o cumprimento de tarefas;
- C) Direção e encaminhamento das pessoas para emancipação e autonomia.

Marque a resposta correta:

- Todas as alternativas são falsas
- Apenas a alternativa B é falsa
- Apenas a alternativa A é falsa
- Apenas a alternativa C é falsa

Questão 1.3.5 Gestão de Pessoas

Muito embora as organizações compreendam que são constituídas de pessoas, que a sucessão naturalmente precisará ser tratada em algum momento, esse assunto é sensível à organização. O processo sucessório pode ser dividido em três momentos distintos, são eles:

- I. A primeira fase é a pré-sucessão na qual ocorre a avaliação dos cenários e a preparação da organização para a sucessão. A dinâmica do negócio, as possíveis mudanças de padrão e a cultura corporativa são desafios que caminham concomitantemente ao processo sucessório. Nesse sentido, comunicar os critérios e as regras de como ocorrerá a sucessão são fatores importantes no estabelecimento do processo. Essa delimitação é importante para estabelecer "as competências esperadas para cada posição, evitando uma competição destrutiva entre potenciais candidatos.
- II. Na segunda fase ocorre a análise e avaliação dos candidatos. Essa etapa é importante e algumas vezes a mais longa porque inclui resoluções de problemas, cases e projetos especiais que podem ser experienciados pelos candidatos de modo a destacar seu desempenho. Além dos resultados, muitas habilidades e competências e capacidade de

engajamento da equipe e dos atores de mercado são observadas.

III. Por fim, a preparação do sucessor escolhido. Cabe aos acionistas definir o novo mandato, os objetivos, as expectativas de desempenho, os indicadores de performance e acompanhar o novo presidente, dando-lhe condições políticas e materiais para avançar na nova função com segurança.

Marque a resposta correta:

- Todas as três afirmativas são falsas
- Duas afirmativas são falsas
- Todas as três afirmativas são verdadeiras
- Duas afirmativas são verdadeiras

Questão 1.3.6 Gestão de Pessoas

Na administração contemporânea, gerir pessoas requer mapeamento de todo escopo de informações, conhecimento, habilidades, competências e atitudes que formam o ser social em si. Especificamente quando se trata de gestão por competências, a abordagem se utiliza de diferentes estratégias e instrumentos, com o intuito de identificar, desenvolver e mobilizar competências necessárias à consecução dos objetivos organizacionais. BRANDÃO, H. P. Mapeamento de competências: métodos, técnicas e aplicações em gestão de pessoas. São Paulo: Atlas, 2012 (adaptado).

Com base nesses textos, avalie as afirmações a seguir.

- I. O propósito da gestão de pessoas ao explorar a abordagem por competências é o de revelar o potencial humano, visando ao recrutamento e à seleção de profissionais capazes de atender aos objetivos organizacionais.
- II. Alocação assertiva de colaboradores e a interação do conhecimento humano e organizacional podem ser destacados como resultados da prática de se gerir por competências;
- III. Práticas participativas de gestão dependem da implementação da gestão por competências, já que esta constitui uma expressão do conhecimento coletivo organizacional.

É correto o que se afirma em:

- I, apenas
- III, apenas
- I e II, apenas
- II e III, apenas

Questão 1.4.1 Empreendedorismo e Inovação

Empreendedorismo para Visionários – Desenvolvendo Negócios Inovadores para um Mundo em Transformação (2ª edição) é uma obra inédita que apresenta uma perspectiva contemporânea do mundo dos negócios. O livro oferece ao leitor as ferramentas para seu desenvolvimento como empreendedor e para que realize o sonho de iniciar o próprio negócio. O conteúdo está sistematizado para os mais variados propósitos de leitura: sequencial ou fragmentada; como livro de apoio para disciplinas universitárias e cursos técnicos; e também como guia de estudo individual aos interessados em descobrir e desenvolver habilidades empreendedoras.

Extraído de <https://www.josedornelas.com.br/livros/empreendedorismo-para-visionarios-2a-edicao>. 30 nov. 2022

Nas características empreendedoras, podemos dizer que, os empreendedores são pessoas visionárias. Eles criam cenários de como será o futuro do seu negócio. Assinale a alternativa que não consta habilidades propostas para o empreendedor:

- Influenciar sua equipe e impor sua opinião
- Saber mapear processos de informações
- Empreender e ter inteligência múltipla
- Resolução de conflitos

Questão 1.4.4 Empreendedorismo e Inovação

Leia o texto abaixo:

"Nos últimos anos, ela se tornou uma das tecnologias mais importantes do século XXI. Agora que podemos conectar objetos do cotidiano eletrodomésticos, carros, termostatos, babás eletrônicas - à Internet por meio de dispositivos incorporados, é possível uma comunicação perfeita entre pessoas, processos e outras coisas.

Por meio da computação de baixo custo, nuvem, big data, análise avançada e tecnologias móveis, coisas físicas podem compartilhar e coletar dados com o mínimo de intervenção humana. Nesse mundo hiperconectado, os sistemas digitais podem gravar, monitorar e ajustar cada interação entre itens conectados. O mundo físico encontra o mundo digital, e eles trabalham em conjunto.

Os especialistas preveem que 22 bilhões de dispositivos estejam conectados em 2025."

Extraído de <https://www.oracle.com> 30 nov. 2022

De acordo com o texto acima e em relação ao seu conhecimento sobre tecnologia e inovação no ambiente empreendedor, esse sistema se chama:

- internet das coisas (IoT)
- impressão 3D
- web profunda
- rede mundial de computadores

Questão 1.4.5 Empreendedorismo e Inovação

Leia o texto abaixo:

Arranjos Produtivos Locais (APLs) são aglomerações de empresas e empreendimentos, localizados em um mesmo território, que apresentam especialização produtiva, algum tipo de governança e mantêm vínculos de articulação, interação, cooperação e aprendizagem entre si e com outros atores locais, tais como: governo, associações empresariais, instituições de crédito, ensino e pesquisa. Para CASSIOLATO, J. E. e LASTRES, H.M.M (2003), os sistemas e arranjos produtivos locais fundamentam-se na visão evolucionista sobre inovação e mudança tecnológica.

O apoio ao desenvolvimento de Arranjos Produtivos Locais – APL no Brasil vem ganhando cada vez mais espaço como importante instrumento estratégico de desenvolvimento regional. Sobre esse tema, analise os itens a seguir.

I - Uma das principais vantagens do foco em APL está no fato de ser uma abordagem que estabelece um nexo efetivo entre as atividades produtivas e o território.

II - O conceito de APL envolve a existência de um aglomerado de empresas com especialização produtiva e com vínculos entre si, portanto governos e instituições de ensino e pesquisa não integram esses arranjos.

III - APL refere-se à concentração de quaisquer atividades similares ou interdependentes no espaço, não importando o tamanho das empresas e a natureza da atividade econômica desenvolvida.

Estão corretos os itens:

- I e III
- I e II
- II e III
- I, II e III

Questão 1.4.6 Empreendedorismo e Inovação

Leia o conceito que se segue abaixo:

A propriedade industrial é o ramo da propriedade intelectual que resguarda as criações intelectuais voltadas às atividades industriais, abrangendo, por exemplo, o autor de determinado processo, invenção, modelo, desenho ou produto, também chamado de obras utilitárias, que são protegidas por meio de patentes e registros. Outra função da propriedade industrial é reprimir a concorrência desleal. Além da Lei da Propriedade Industrial, o direito é submetido aos atos e resoluções do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), uma autarquia federal vinculada ao Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços, responsável pelo aperfeiçoamento, disseminação e gestão do sistema brasileiro de concessão e garantia de direitos de propriedade intelectual para a indústria.

Extraído de Agência CHJ de Notícias <https://www.cnj.jus.br/cnj-servico-o-que-e-direito-autoral-e-propriedade-industrial/#:~:text=Propriedade%20Industrial%20%E2%80%93%20A%20propriedade%20industrial,utilit%C3%A1rias%20em%2029%20nov.%202022.>

Relacione os termos a seguir, com seus respectivos conceitos.

- (PI) Patente de Invenção
- (MU) Patente de Modelo de Utilidade
- (CE) Certificado de Adição de Invenção
- Objeto de uso prático, ou parte deste, suscetível de aplicação industrial, que apresente nova forma ou disposição, envolvendo ato inventivo, que resulte em melhoria funcional no seu uso ou em sua fabricação. Sua validade é de 15 anos a partir da data do depósito.
- Produtos ou processos que atendam aos requisitos de atividade inventiva, novidade e aplicação industrial. Sua validade é de 20 anos a partir da data do depósito.
- Aperfeiçoamento ou desenvolvimento introduzido no objeto da invenção, mesmo que destituído de atividade inventiva, porém ainda dentro do mesmo conceito inventivo. O certificado será acessório à patente e com mesma data final de vigência desta.
- MU – PI - CE
- MU – CE - PI
- PI – CE – MU
- CE – MU – PI

Questão 1.5.1 Economia

Qual a alternativa que representa o monopólio?

- É um tipo de mercado em que uma empresa é predominante em relação às demais empresas do setor;
- É um tipo de mercado em que só existe uma única empresa que oferta determinado produto ou serviço;
- É um tipo de mercado em que, se houver um produto concorrente semelhante, mas não igual, posso considerar como monopólio;
- É um tipo de mercado em que, se há uma concessão pública de um serviço para uma única determinada empresa, não posso considerar como monopólio.

Questão 1.5.3 Economia

Sobre a lei de oferta e procura, é possível afirmar que:

- A demanda e a oferta são forças complementares, e não antagônicas, na definição dos preços e da quantidade
- Preço e quantidade demandada são variáveis diretamente proporcionais
- Preço e quantidade ofertada são variáveis inversamente proporcionais
- O único ponto em que as curvas de demanda e oferta se cruzam é onde o preço define apenas uma quantidade de equilíbrio

Questão 1.5.4 Economia

O que se pode dizer sobre o processo inflacionário?

- É um processo que reflete principalmente o aumento de renda das pessoas
- As principais causas de inflação são a demanda e os preços
- É um processo que pode ser mensurado pela variação de preços de vários segmentos da economia em conjunto
- Quando há aumento na demanda, entre outros fatores que se alteram, a taxa de inflação fica positiva

Questão 1.5.5 Economia

Sobre o mercado de câmbio, é correto afirmar que:

- Ele é composto por demandantes, ofertantes e intermediários como em outros mercados
- Quanto maior a taxa de câmbio entre uma moeda local e uma estrangeira, menor é o impacto no crescimento do PIB local
- Quanto menor a taxa de câmbio entre uma moeda local e uma estrangeira, menor é o impacto nas importações do

país

() Quanto maior a demanda por moeda estrangeira, menor é a taxa de câmbio

Questão 1.6.1 Gestão de Custos e Formação de Preços

As indústrias podem ser classificadas em função do ritmo de fabricação de produtos em Sazonais, Contínuas ou Mistas e seus processos de fabricação podem ser Simples ou Complexo. Independentemente do tipo de indústria, na fabricação de produtos alguns insumos são necessários como matéria prima, mão de obra direta e indireta e outros custos indiretos para a fabricação.

Na classificação desses insumos, em uma indústria sazonal e de produção simples, pode-se considerar como CORRETA a seguinte afirmativa:

(X) Vidro moído, bolinhas de plástico, bolinhas de isopor e fitilhos brilhantes são considerados Matéria Prima na fabricação de enfeites de Natal

() Óleo de semente de uva, perfumes, creme base para hidratante e espessantes são considerados Matéria Prima na fabricação de Cosméticos

() Alumínio, latão, cobre, nylon, ferro, plástico, resina, fibra de vidro e fibra de carbono são consideradas Matéria Prima na fabricação de peças Automotivas

() Chocolate, leite, aromatizantes, emulsificantes, açúcar, manteiga de cacau, grãos são considerados Matéria Prima na fabricação de chocolates

Questão 1.6.3 Gestão de Custos e Formação de Preços

Adaptado de Ferrari (2015)

Uma indústria mineira de laticínios produz requeijão e manteiga no mesmo processo produtivo. As informações são:

* Em março/2022 consumiu 4.000.000 litros de leite (MP) na produção dos co-produtos;

* Há no processo de produção uma perda normal de 25% da MP;

* O custo unitário da MP é R\$ 2,00 /litro;

* O total da produção do mês foi de 2.000.000 Kg de requeijão e 1.000.000 Kg de manteiga;

* Os demais custos conjuntos de produção do período foram de R\$ 4.000.000,00;

O preço de venda unitário do requeijão é R\$ 12,00/kg e da manteiga, R\$ 8,00/Kg.

Com base nas informações da empresa, o valor do custo conjunto atribuído a manteiga, pelo método de apropriação do valor de mercado é:

(X) R\$ 3.000.000,00

() R\$ 9.000.000,00

() R\$ 4.000.000,00

() R\$ 8.000.000,00

Questão 1.6.6 Gestão de Custos e Formação de Preços

Adaptado de Ferrari (2015)

A empresa Forno Brasil Ltda. tem disponíveis 3.600 horas de capacidade de produção para produzir dois produtos: H1J e K2K, com as seguintes características:

	H1J	K2K
Preço de Venda Unitário	R\$ 40,00	R\$ 30,00
Custo Variável por unidade	R\$ 30,00	R\$ 15,00
Volume de produção por hora	8 unidades	4 unidades

Qual deve ser o produto priorizado para produção?

(X) H1J

() K2K

() Os dois produtos

() Nenhum deles

Questão 1.7.1 Gestão de Operações e Logística

Segundo Mintzberg (2004), o planejamento é um procedimento formal para produzir um resultado articulado, na forma de um sistema integrado de decisões. Para o autor, existem três razões que levam os gestores a planejarem suas decisões: (1) coordenação, (2) controle, (3) racionalização e (4) previsão.

MINTZBERG, Henry. Ascensão e queda do planejamento estratégico. Bookman editora, 2004.

Assim como em outras esferas da gestão, as decisões tomadas no planejamento das atividades logísticas estão divididas em três níveis, sendo eles:

(X) Estratégico, tático e operacional

() Cultural, estrutural e processual

() Externo, organizacional e departamental

() Missão, visão e valores

Questão 1.7.3 Gestão de Operações e Logística

Segundo Ballou (2006), o objetivo do estoque de segurança é reduzir os riscos da falta ou ruptura de estoque diante da incerteza da demanda pelo produto ou do lead time.

BALLOU, R.H. Gerenciamento da cadeia de suprimentos/logística empresarial. 4 ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

O termo "lead time" se refere ao:

(X) Tempo entre a colocação e o recebimento de um pedido pelo cliente final

() Tempo de transporte do pedido do fornecedor ao cliente final

() Tempo em que um pedido leva para ser consumido

() Tempo para preparar um pedido

Questão 1.7.6 Gestão de Operações e Logística

Para Ballou (2006), existem várias razões que levam as empresas a manter estoques, dentre as quais, a possibilidade de se beneficiar da economia de escala.

BALLOU, R.H. Gerenciamento da cadeia de suprimentos/logística empresarial. 4 ed. Porto Alegre: Bookman, 2006

O conceito de economia de escala está presente na situação:

- (X) Estratégia de operar com lotes de compra maiores para diluir os custos fixos do pedido
- () Estratégia de produção por demanda para redução dos níveis e custos de estoque
- () Estratégia de produção em massa para redução dos custos variáveis de operação
- () Estratégia de flexibilizar e compartilhar os recursos produtivos para aumentar a variedade de produtos produzidos

Bambuí, 27 de outubro de 2023.



Documento assinado eletronicamente por **Erik Campos Dominik**, **Coordenador(a) Geral**, em 27/10/2023, às 19:24, conforme Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site <https://sei.ifmg.edu.br/consultadocs> informando o código verificador **1719633** e o código CRC **0CDE01E8**.

23209.004296/2023-00

1719633v1