

## EMPREENDEDORISMO

### Identificação de Oportunidades e Empreendedorismo

#### 1-Assinale a alternativa errada:

- A) Onde existe uma oportunidade de negócios encontra-se presente uma ameaça ao negócio.  
 B) O medo e a preocupação com a sobrevivência diante das dificuldades levam as pessoas a não verem com bons olhos as ameaças.  
**\*\*\* C) O medo e a preocupação com a sobrevivência diante das dificuldades do cotidiano levam as pessoas a valorizarem as oportunidades.**  
 D) O medo e a preocupação com a sobrevivência diante das dificuldades do cotidiano levam as pessoas a ver apenas dificuldades e riscos.  
 E) Nenhuma das alternativas anteriores.

#### 2-Assinale a alternativa correta:

- A) Para o aproveitamento de uma ameaça detectada é importante o desenvolvimento de ações de planejamento, acompanhamento e controle.  
**\*\*\* B) Planejar significa responder o que será feito, como será feito, quanto irá custar, quem irá fazer, por que será feito e quando será feito.**  
 C) O registro das informações possibilita a comparação entre o previsto e o idealizado.  
 D) O registro das informações serve de subsídios para a tomada de decisões referentes ao início das operações da empresa.  
 E) Nenhuma das alternativas anteriores.

#### 3-Qual das alternativas abaixo foi atribuída ao economista francês Jean Baptiste Say?

- \*\*\* A) O termo 'entrepreneur' significa alguém que 'empreende' um projeto ou uma atividade significativa. Mais especificamente passou a ser usado para identificar os indivíduos mais arrojados que estimulavam o progresso econômico ao descobrirem novas e melhores formas de fazer as coisas.**  
 B) A função dos empreendedores é reformar ou revolucionar o padrão de produção, podendo fazê-lo de várias formas, "através da exploração de uma invenção ou, mais genericamente, de uma possibilidade tecnológica ainda não experimentada para produzir um novo produto ou a produção de um já existente, mas de outra forma, através da abertura de novas fontes de abastecimento de materiais ou de um novo mercado para os produtos, através da reorganização de uma indústria, etc."  
 C) O empreendedor está sempre à procura da mudança, reage à mudança e explora-a como uma oportunidade.  
 D) Os empreendedores mobilizam os recursos de outros para alcançar os seus objetivos empreendedores, enquanto que os administradores deixam que os recursos de que dispõem e o tipo de trabalho lhes limitem as suas perspectivas e suas ações.  
 E) Nenhuma das alternativas anteriores.

#### 4-Qual das alternativas abaixo foi atribuída a Howard Stevenson?

- A) O termo 'entrepreneur' significa alguém que 'empreende' um projeto ou uma atividade significativa. Mais especificamente passou a ser usado para identificar os indivíduos mais arrojados que estimulavam o progresso econômico ao descobrirem novas e melhores formas de fazer as coisas.  
 B) A função dos empreendedores é reformar ou revolucionar o padrão de produção, podendo fazê-lo de várias formas, "através da exploração de uma invenção ou, mais genericamente, de uma possibilidade tecnológica ainda não experimentada para produzir um novo produto ou a produção de um já existente mas de outra forma, através da abertura de novas fontes de abastecimento de materiais ou de um novo mercado para os produtos, através da reorganização de uma indústria, etc."  
 C) O empreendedor está sempre à procura da mudança, reage à mudança e explora-a como uma oportunidade.  
**\*\*\* D) Os empreendedores mobilizam os recursos de outros para alcançar os seus objetivos empreendedores, enquanto que os administradores deixam que os recursos de que dispõem e o tipo de trabalho lhes limitem as suas perspectivas e suas ações.**  
 E) Nenhuma das alternativas anteriores.

#### 5-Qual das alternativas abaixo foi atribuída a Shumpeter?

- A) O termo 'entrepreneur' significa alguém que 'empreende' um projeto ou uma atividade significativa. Mais especificamente passou a ser usado para identificar os indivíduos mais arrojados que estimulavam o progresso econômico ao descobrirem novas e melhores formas de fazer as coisas.  
**\*\*\* B) A função dos empreendedores é reformar ou revolucionar o padrão de produção, podendo fazê-lo de várias formas, "através da exploração de uma invenção ou, mais genericamente, de uma possibilidade tecnológica ainda não experimentada para produzir um novo produto ou a produção de um já existente, mas de outra forma, através da abertura de novas fontes de abastecimento de materiais ou de um novo mercado para os produtos, através da reorganização de uma indústria, etc".**  
 C) O empreendedor está sempre à procura da mudança, reage à mudança e explora-a como uma oportunidade.  
 D) Os empreendedores mobilizam os recursos de outros para alcançar os seus objetivos empreendedores, enquanto que os administradores deixam que os recursos de que dispõem e o tipo de trabalho lhes limitem as suas perspectivas e suas ações.  
 E) Nenhuma das alternativas anteriores.

### Aspectos gerais do Plano de Negócios

#### 1-Assinale a alternativa correta:

- A) Os riscos inerentes à implantação de um novo negócio, ou à expansão de um já existente, podem ser minimizados através da realização de um estudo detalhado que contemple as qualificações de um empreendimento.  
 B) A atualização de um Plano de Negócios constitui um importante roteiro para se gerir as informações financeiras e de mercado.  
 C) Os riscos inerentes à implantação de um novo negócio, ou à expansão de um já existente, podem ser maximizados através da realização de um estudo detalhado que contemple as especificações de um empreendimento.  
 D) A elaboração de um Plano de Negócios constitui um importante roteiro para se gerir as informações financeiras e de mercado.  
**\*\*\* E) Os riscos inerentes à implantação de um novo negócio, ou à expansão de um já existente, podem ser minimizados através da realização de um estudo detalhado que contemple as especificações de um empreendimento.**

#### 2-Assinale a alternativa errada:

- I. O Plano de Negócios é um documento especial que deve refletir a realidade, as perspectivas futuras e as estratégias da empresa demonstrando o que, como e por que produz.  
 II. O Plano de Negócios contribui para a orientação do melhor caminho rumo a um presente promissor da empresa.  
 III. O Plano de Negócios é um documento especial que deve refletir a realidade, as retrospectivas e as estratégias da empresa demonstrando o que, como e por que produz.  
 IV. O Plano de Negócios contribui para a orientação do melhor caminho rumo a um futuro promissor da empresa.  
 V. É um elemento estratégico de conhecimento do negócio, no que se refere aos aspectos mercadológicos, financeiros e operacionais.  
 A) (I e II);  
 B) (I e III);  
**\*\*\* C) (II e III);**  
 D) (II e IV);  
 E) (II e V).

### 3-Todas as alternativas estão erradas, exceto:

- A) O Plano de Negócios é um elemento estratégico de conhecimento do negócio, no que se refere aos aspectos mercadológicos, financeiros e operacionais.
- B) Os diferentes públicos-alvo da empresa encontram no Plano de Negócio todas as informações necessárias para sua interação, de acordo com seus interesses próprios, com a referida empresa.
- C) O exercício da elaboração do Plano de Negócios permite a aquisição de conhecimentos pormenorizados de todas as situações e etapas do empreendimento.
- D) A estrutura de um Plano de Negócios consiste de diversas seções que se relacionam e que possuem propósitos específicos.

**\*\*\* E) Nenhuma das alternativas anteriores.**

### 4-O Sumário Executivo:

- A) É a primeira parte a ser visualizada, deve apresentar as informações de identificação da empresa.
- \*\*\* B) É a principal seção do Plano que, embora apresentada no início, deve sintetizar as informações contidas no plano e ser escrita por último, pois depende das demais para ser feita.**
- C) Apresenta o histórico, o crescimento, a razão social, a estrutura organizacional e a localização da empresa.
- D) Contém a definição do negócio, a missão, a visão, os valores da empresa, a análise dos ambientes internos e externos, os pontos fortes e os pontos fracos, as ameaças e as oportunidades, as características dos consumidores, etc.
- E) Nenhuma das alternativas anteriores.

### 5-A seção Planos estratégicos e de mercado:

**\*\*\* A) Contém a definição do negócio, a missão, a visão, os valores da empresa, a análise dos ambientes internos e externos, os pontos fortes e os pontos fracos, as ameaças e as oportunidades, as características dos consumidores, etc.**

- B) Apresentam como se pretende conquistar e manter clientes, as estratégias de comercialização, projeção de vendas, identificação de preços, estratégias de comunicação, promoção e publicidade.
- C) Apresenta em números os resultados do negócio. Identifica, especifica e quantifica as fontes de receitas e despesas, elabora e analisa fluxos de caixa e balanço visando garantir a viabilidade econômica do empreendimento.
- D) Descreve o processo produtivo, os recursos utilizados e os fatores tecnológicos envolvidos.
- E) Disponibiliza todas as demais informações relevantes para melhorar o entendimento do Plano de Negócios, como fotos de produtos, roteiros e resultados de pesquisas, *folders*, planilhas financeiras e outros documentos.

### Análise estratégica

#### 1-Assinale a alternativa que define a missão e a visão da empresa:

- I. Declaração do propósito e do alcance da empresa em termos de produto e de mercado; é definida em termos de satisfazer a alguma necessidade do ambiente interno, como funcionários, colaboradores, etc.
  - II. Refere-se àquilo que a organização deseja ser no futuro, deve refletir as aspirações e crenças dos clientes.
  - III. Declaração do propósito e do alcance da empresa em termos de produto e de mercado; é definida em termos de satisfazer a alguma necessidade do ambiente externo, como clientes, comunidade, etc.
  - IV. Refere-se àquilo que a organização deseja ser no futuro, deve refletir as aspirações e crenças da empresa.
  - V. Declaração do propósito e do alcance da empresa em termos de metas e resultados; é definida em termos de satisfazer a alguma necessidade do ambiente externo, como clientes, comunidade, etc.
- A) (I e II);
  - B) (I, III);
  - C) (II e III);
  - \*\*\* D) (III e IV);**
  - E) (II e V).

#### 2-O item referente à descrição da empresa deve conter: (Resp.???)

- A) Um breve histórico onde são colocados fatos mais relevantes e marcantes, como o nome, o tipo e o enquadramento da empresa;
- B) Dados relativos à natureza dos produtos e serviços fornecidos, sua equipe gerencial;
- C) Aspectos referentes à sua localização e sua estrutura legal;
- D) Explicações sucintas de saltos de faturamento, lançamento de novos produtos, montagem da estrutura de distribuição;
- E) Todas as alternativas anteriores.

#### 3-No cumprimento da missão, as organizações enfrentam ameaças e oportunidades do ambiente. Os componentes mais importantes que devem ser considerados no ambiente são: (Resp.???)

- A) Ramo de negócio, mudanças tecnológicas, ação e controle do governo, conjuntura econômica e sociedade.
- B) Ramo de negócio, continuidades tecnológicas, ação e controle do governo, conjuntura econômica e sociedade.
- C) Ramo de produção, mudanças tecnológicas, ação e controle do governo, conjuntura econômica e sociedade.
- D) Ramo de negócio, mudanças tecnológicas, ação e controle do governo, conjuntura ambiental e diversidades.
- E) Nenhuma das alternativas anteriores.

#### 4-O SWOT também fornece um panorama no qual é possível saber: (Resp.???)

- A) Como a empresa é vista por seus clientes e fornecedores;
- B) Quais vantagens possui perante seus concorrentes;
- C) Informações que devem priorizadas na gestão empresarial;
- D) Os objetivos e metas definidos com mais precisão e coerência;
- E) Todas as alternativas anteriores.

#### 5-Embora haja diversas opções de estratégias possíveis, três tipos genéricos, resumidos por Michael Porter, fornecem um ponto de partida para sua elaboração: (Resp.???)

- I. Liderança em custos;
  - II. Liderança em lucros;
  - III. Diferenciação;
  - IV. Diversificação;
  - V. Foco;
- A) (I, II e III);
  - B) (I, II e IV);
  - C) (I, III e V);
  - D) (II, III e IV);
  - E) (II, III e V).

## Produtos e serviços

**1-Algumas das informações merecem destaque na descrição dos produtos e serviços, principalmente considerando o ramo de atividade desenvolvido pela empresa, exceto:**

- A) O tipo de matéria-prima, a fonte de suprimentos e a qualificação/habilitação dos fornecedores selecionados;
- B) O local de produção/execução do produto ou serviço;
- C) Prazos para a execução e entrega dos produtos ou serviços;
- D) A declaração dos direitos autorais, patentes ou registros de marcas;

**\*\*\* E) Descrição da venda do produto a partir do material ou componente bruto até o item acabado.**

**2-É importante, também, ressaltar na descrição dos produtos e serviços, exceto:**

- A) A aplicação do produto ou do serviço;
- B) Para que serve o produto ou o serviço, a que necessidades ele atende, que versões são dirigidas a que grupos de clientes, as licenças para a venda e as garantias a serem oferecidas;

**\*\*\* C) As suas características, se de fácil utilização e manuseio, não conformidade com padrões e especificações oficiais;**

- D) Os serviços oferecidos no pós-vendas;
- E) Todas as alternativas anteriores.

**3-O ciclo de vida do produto, que pode ser assinalado por quatro estágios distintos:**

- I. Introdução. Neste período o produto apresenta-se em fase de lançamento no mercado e possui receita em crescimento lento, os lucros são praticamente inexistentes devido ao fato do grande investimento em sua introdução;
- II. Crescimento. Estágio onde as receitas aumentam rapidamente e os lucros tornam-se crescentes;
- III. Maturidade. É o período em que o crescimento de vendas torna-se menor, pois a maioria dos consumidores já adquiriu o produto;
- IV. Posteridade; Fase em que o produto fica na lembrança dos consumidores;
- V. Declínio. Nesta fase o produto inicia a redução de vendas e, conseqüentemente, a receita e a participação de faturamento da empresa diminuem.

A) (I, II, III e IV);

**\*\*\* B) (I, II, III e V);**

C) (I, II, IV e V);

D) (II, III, IV e V);

E) Nenhuma das alternativas anteriores.

**4-Assinale a alternativa correta:**

- A) Estas quatro fases podem ser compreendidas de modo que o resultado dessa interpretação seja a estratégia mais eficiente para a composição da sua carteira de produtos e serviços, a fim de atingir o objetivo maior, que é a minimização dos lucros da organização.
- B) Estas quatro fases podem ser compreendidas de modo que o resultado dessa interpretação seja a estratégia mais eficiente para a composição da sua carteira de produtos e serviços, a fim de atingir o objetivo menor, que é a maximização dos lucros da organização.
- C) Estas quatro fases podem ser compreendidas de modo que o resultado dessa interpretação seja a estratégia mais eficiente para a composição da sua carteira de produtos e serviços, a fim de atingir o objetivo maior, que é a maximização dos prejuízos da organização.

**\*\*\* D) Estas quatro fases podem ser compreendidas de modo que o resultado dessa interpretação seja a estratégia mais eficiente para a composição da sua carteira de produtos e serviços, a fim de atingir o objetivo maior, que é a maximização dos lucros da organização.**

E) Estas quatro fases podem ser compreendidas de modo que o resultado dessa interpretação seja a estratégia menos eficiente para a composição da sua carteira de produtos e serviços, a fim de atingir o objetivo maior, que é a maximização dos lucros da organização.

**5-Com relação à matriz BCB, assinale a alternativa errada:**

**\*\*\* A) Vaca leiteira: Produto líder em um mercado de alto crescimento;**

- B) Estrela: Gera receitas com altas margens e lucros;
- C) Oportunidade: Precisa investir grandes somas de recursos para seu desenvolvimento;
- D) Bicho de estimação: Consome muitos recursos e energia;
- E) Nenhuma das alternativas anteriores.

## Plano Operacional

**1-No plano operacional, que define os procedimentos necessários para a consecução dos objetivos da empresa, são explanados:**

- A) O histórico, a razão social, a estrutura matricial, a localização, parcerias e serviços customizados.
- B) O histórico, a razão social, a estrutura organizacional, a implantação, parcerias e serviços terceirizados.
- C) O histórico, a razão social, a estrutura matricial, a localização, parcerias e serviços terceirizados.
- \*\*\* D) O histórico, a razão social, a estrutura organizacional, a localização, parcerias e serviços terceirizados.**
- E) O histórico, a razão social, a estrutura organizacional, a implantação, parcerias e serviços customizados.

**2-Assinale a alternativa correta:**

- I. O projeto é entendido como um conjunto de ações, executadas de forma coordenada por uma organização, ao qual são alocados os insumos desnecessários para, em um dado prazo, atingir um objetivo.
- II. Um projeto é único, tem objetivos indefinidos e mensuráveis e tem um ciclo de vida.
- III. O projeto é entendido como um conjunto de ações, executadas de forma coordenada por uma organização, ao qual são alocados os insumos necessários para, em um dado prazo, atingir um objetivo.
- IV. Um projeto é único, tem objetivos definidos e mensuráveis e tem um ciclo de vida.
- V. O projeto é entendido como um conjunto de ações, executadas de forma descoordenada por uma organização, ao qual são alocados os insumos necessários para, em um dado prazo, atingir um objetivo.

A) (I e II);

B) (I, IV);

**\*\*\* C) (III e IV);**

D) (IV e V);

E) (II e V).

**3-Todas as alternativas estão erradas, exceto:**

- A) O ciclo de vida do produto possui uma seqüência de fases para criar e entregar o projeto, costuma ser considerado como parte do ciclo de vida do produto. Já o ciclo de vida do produto continua até que seja descontinuado, não podendo contar com novos projetos para atualização do produto.
- \*\*\* B) O ciclo de vida do projeto possui uma seqüência de fases para criar e entregar o produto, costuma ser considerado como parte do ciclo de vida do produto. Já o ciclo de vida do produto continua até que seja descontinuado, e poderá contar com novos projetos para atualização do produto.**
- C) O ciclo de vida do projeto possui uma seqüência de fases para criar e entregar o produto, costuma ser considerado como parte do ciclo de vida do produto. Já o ciclo de vida do projeto continua até que seja descontinuado, poderá contar com novos produtos para atualização do projeto.
- D) O ciclo de vida do projeto possui uma seqüência de fases para criar e entregar o produto, costuma ser considerado como parte do ciclo de vida do projeto. Já o ciclo de vida do produto continua até que o mesmo seja continuado, poderá contar com novos projetos para atualização do produto.
- E) Nenhuma das alternativas anteriores.

#### 4-O gerenciamento de projetos oferece:

**\*\*\* A) Uma grande variedade de princípios, procedimentos, habilidades, ferramentas e técnicas que são necessários para que possam atingir os objetivos previamente planejados.**

- B) Uma grande variedade de princípios, procedimentos, habilidades, ferramentas e técnicas que são necessários para que possam atingir os objetivos posteriormente planejados.  
 C) Uma grande variedade de princípios, procedimentos, habilidades, ferramentas e técnicas que são desnecessários para que possam atingir os objetivos previamente planejados.  
 D) Uma grande variedade de princípios, procedimentos, habilidades, ferramentas e técnicas que são necessários para que possam atingir os objetivos previamente implantados.  
 E) Nenhuma das alternativas anteriores.

#### 5-Riscos são:

A) Eventos ou condições que garantem a realização ou o resultado das atividades, podendo compensá-las.

**\*\*\* B) Eventos ou condições que afetam a realização ou o resultado das atividades, podendo ameaçá-las.**

- C) Eventos ou condições que garantem a realização ou o resultado das atividades, podendo ameaçá-las.  
 D) Eventos ou condições que afetam a realização ou o resultado das atividades, podendo compensá-las.  
 E) Nenhuma das alternativas anteriores

#### Organização e Gerencia

##### 1-As organizações se diferenciam em três níveis organizacionais. Assinale quais são os três níveis:

- I. O nível Institucional, que corresponde ao nível mais elevado, composto por diretores, proprietários ou acionistas e altos executivos. É denominado nível estratégico, pois é onde as decisões são tomadas e em que são estabelecidos os objetivos, bem como as estratégias para alcançá-los;  
 II. O nível Intermediário, tático ou gerencial, é onde estão os departamentos e as divisões da empresa. É constituído da média administração, ou seja, dos órgãos ou pessoas que não transformam as estratégias em programas de ação.  
 III. O nível Operacional, ou técnico, localizado nas áreas internas e inferiores da organização, onde as tarefas são executadas e as operações são realizadas.  
 IV. O nível Institucional, que corresponde ao nível mais elevado, composto por diretores, proprietários ou acionistas e altos executivos. É denominado nível estratégico, pois é onde as decisões são tomadas e em que são estabelecidos os objetivos, bem como as estratégias para alcançá-los;  
 V. O nível Intermediário, tático ou gerencial, é onde estão os departamentos e as divisões da empresa. É constituído da média administração, ou seja, dos órgãos ou pessoas que transformam as estratégias em programas de ação.  
 A) (I, II e III);  
 B) (II, III e IV);  
**\*\*\* C) (III, IV e V);**  
 D) (I, III e V);  
 E) (II, III e V).

##### 2-Assinale a alternativa correta:

- A) As organizações são também especificadas em funções normativas: produção, *marketing*, pesquisa e desenvolvimento, finanças e recursos humanos. Cabe à administração departamental a coordenação de todas essas funções especializadas.  
**\*\*\* B) As organizações são também divididas em funções específicas: produção, *marketing*, pesquisa e desenvolvimento, finanças e recursos humanos. Cabe à administração geral a coordenação de todas essas funções especializadas.**  
 C) As organizações são também divididas em cargos específicos: produção, *marketing*, pesquisa e desenvolvimento, finanças e recursos humanos. Cabe à administração geral a coordenação de todas essas funções genéricas.  
 D) As organizações são também divididas em funções específicas: produção, *marketing*, pesquisa e desenvolvimento, finanças e recursos humanos. Cabe à administração departamental a coordenação de todas essas funções genéricas.  
 E) Nenhuma das alternativas anteriores.

##### 3-Todas as alternativas estão corretas, exceto:

- A) A função de produção, ou operações fornece o produto ou o serviço da organização. No fornecimento de produtos, matérias-primas são transformadas por meio da aplicação de esforço de pessoas e de uso de máquinas.  
 B) A função de marketing estabelece e mantém a ligação entre a organização e seus clientes, consumidores, usuários ou público-alvo.  
 C) O objetivo da função de pesquisa e desenvolvimento é transformar as informações de *marketing*, as idéias criativas e os avanços da ciência em produtos e serviços.  
 D) A função financeira tem por objetivos proteger e utilizar eficazmente os recursos financeiros.  
**\*\*\* E) A função de recursos humanos tem como objetivos encontrar, atrair e dispensar as pessoas de que a organização necessita.**

##### 4-Assinale a alternativa correta:

- A) O processo organizacional exige a disposição de recursos em uma estrutura, classificação ou ordem, dentre as quais destaca-se a concentração do trabalho, que consiste na atribuição de tarefas especializadas a diferentes pessoas ou grupo de pessoas;  
 B) O processo organizacional exige a disposição de recursos em uma estrutura, classificação ou ordem, dentre as quais destaca-se a divisão do trabalho, que consiste na atribuição de tarefas comuns a diferentes departamentos ou grupo de pessoas;  
 C) O processo organizacional exige a disposição de recursos em uma estrutura, classificação ou ordem, dentre as quais destaca-se a divisão do trabalho, que consiste na atribuição de tarefas especializadas a diferentes departamentos ou grupo de departamentos;  
**\*\*\* D) O processo organizacional exige a disposição de recursos em uma estrutura, classificação ou ordem, dentre as quais destaca-se a divisão do trabalho, que consiste na atribuição de tarefas especializadas a diferentes pessoas ou grupo de pessoas;**  
 E) Nenhuma das alternativas anteriores.

##### 5-Assinale a alternativa correta:

- \*\*\* A) A autoridade, que é o direito legal que os gestores têm de dirigir ou comandar o comportamento dos integrantes de sua equipe, e o poder de utilizar os demais recursos da organização.**  
 B) A autoridade, que é o direito formal que os gestores têm de dirigir ou comandar o comportamento dos integrantes de sua equipe, e o poder de gerar os demais recursos da organização.  
 C) A autoridade, que é o direito legal que os funcionários têm de dirigir ou comandar o comportamento dos integrantes de qualquer equipe, e o poder de utilizar os demais recursos da organização.  
 D) A autoridade, que é o direito ilegal que os gestores têm de dirigir ou comandar o comportamento dos integrantes de sua equipe, e o poder de gerar os demais recursos da organização.  
 E) Nenhuma das alternativas anteriores.

#### Estratégia de Mercado e marketing

##### 1-A elaboração e a implementação de estratégias de mercado e de *marketing* devem ser fundamentadas:

- A) Em análise do panorama do mercado em que se pretende atuar.  
 B) Em análise do nicho de mercado escolhido.  
 C) Em análise do tamanho de mercado a ser atingido.  
 D) Em informações sobre clientes e concorrentes, dados demográficos, características e perfil do público-alvo.  
**\*\*\* E) Todas as alternativas anteriores.**

## 2-A estratégia de marketing deve definir os itens abaixo, exceto:

- A) O mercado-alvo, a posição planejada para as vendas do produto ou serviço.
- B) A participação no mercado, o lucro previsto para os primeiros anos.
- \*\*\* C) O preço estabelecido.
- D) A distribuição e o planejamento de marketing e vendas.
- E) O mix de marketing a ser desenvolvido.

## 3-Todas as alternativas estão corretas, exceto:

- A) Saber identificar um nicho de consumidores no mercado para determinar seu público-alvo é a melhor forma de especializar e fidelizar clientes oferecendo produtos e serviços 'sob-medida'.
- B) Dentre as ferramentas de marketing disponíveis estão a utilização das mídias on-line, a propaganda, o marketing direto, os programas de afiliação, as participações em eventos, a assessoria de imprensa, anúncios em jornais, revistas e outdoors, entre outras.
- C) É importante definir a melhor maneira de se atrair a atenção do público-alvo selecionado e como penetrar no mercado.
- \*\*\* D) Considerando que algumas formas de comunicação possuem custos, elevados ou não, estudos posteriores podem se realizados visando tirar proveito delas.
- E) Nenhuma das alternativas anteriores.

## 4-O Planejamento enfoca:

- \*\*\* A) A qualificação e o desenvolvimento de novos canais de vendas e distribuição do produto, a criação de novos produtos para a comercialização, o estabelecimento de práticas de pagamento e agregar novos serviços aos atuais produtos e serviços oferecidos.
- B) O direcionamento do produto ou serviço para atender a determinados nichos de mercado e determinar através de que segmentos penetrar no referido mercado, adequar o produto ou serviço às necessidades do mercado-alvo.
- C) O estabelecimento de parcerias com fornecedores, distribuidores, e empresas que podem complementar os produtos e serviços desenvolvidos.
- D) Preparar material de comunicação da oferta a clientes, canais de distribuição, à mídia e à imprensa.
- E) Todas as alternativas anteriores.

## 5-Assinale a alternativa errada:

- A) Através das estratégias de vendas é possível definir como e quais recursos utilizar para a colocação do produto ou serviço no mercado.
- \*\*\* B) Identificar e determinar os possíveis canais de distribuição são atividades desenvolvidas com a finalidade de minimizar as vendas, conquistar e manter nichos de mercado, ganhar a satisfação e a lealdade dos clientes.
- C) Os serviços de pós-vendas e garantias são percebidos de maneira positiva pelos clientes e se constitui em importante canal de comunicação da empresa com seu ambiente de negócios.
- D) As estratégias de preços adotadas pela empresa e as margens de lucros praticadas são decisivas para sua sobrevivência em um ambiente altamente competitivo.
- E) Nenhuma das alternativas anteriores.

## 6-Assinale a alternativa errada:

- \*\*\* A) A segmentação de mercado oferece restritas oportunidades para uma empresa.
- B) Saber identificar um nicho de consumidores no mercado para determinar seu público-alvo é a melhor forma de especializar e fidelizar clientes oferecendo produtos e serviços 'sob-medida'.
- C) Essa segmentação é dividida de forma a atingir variados tipos de consumidores
- D) É importante definir a melhor maneira de se atrair a atenção do público-alvo selecionado e como penetrar no mercado.
- E) Nenhuma das alternativas anteriores.

## 7-O Posicionamento do Produto significa:

- A) Enfocar a qualificação e o desenvolvimento de novos canais de vendas e distribuição do produto, a criação de novos produtos para a comercialização, o estabelecimento de práticas de pagamento e agregar novos serviços aos atuais produtos e serviços oferecidos.
- \*\*\* B) Direcionar o produto ou serviço para atender a determinados nichos e adequar o produto ou serviço às necessidades do mercado-alvo.
- C) Preparar material de comunicação da oferta a clientes, canais de distribuição, à mídia e à imprensa.
- D) Estabelecer parcerias com fornecedores, distribuidores e empresas que podem complementar os produtos e serviços desenvolvidos.
- E) Estabelecer prazos para a execução de cada atividade, bem como os valores dos investimentos previstos.

## 8-Todas as alternativas estão corretas, exceto:

- A) Através das estratégias de vendas é possível definir como e quais recursos utilizar para a colocação do produto ou serviço no mercado.
- B) O empreendedor deve explicitar o argumento central de venda que irá adotar, ou seja, o que será enfatizado no produto ou serviço como ponto forte para que ele seja atrativo.
- C) Identificar e determinar os possíveis canais de distribuição para melhor disponibilizar os produtos e serviços, no local, tempo e quantidades certos, são atividades desenvolvidas com a finalidade de maximizar as vendas.
- \*\*\* D) As estratégias de vendas adotadas pela empresa e as margens de lucros praticadas são decisivas para sua sobrevivência em um ambiente relativamente competitivo.
- E) Os serviços de pós-vendas e garantias são percebidos de maneira positiva pelos clientes e se constituem em importante canal de comunicação da empresa com seu ambiente de negócios.

## Planejamento Financeiro

### 1-Assinale a alternativa correta:

- A) No planejamento financeiro apresentam-se, em números, todas as ações planejadas para a empresa; são as projeções financeiras que devem ser demonstradas, em determinado período, visando a expectativa dos lucros e estimativa dos gastos.
- B) No planejamento financeiro apresentam-se, em números, todas as ações planejadas para a empresa; são as expectativas financeiras que devem ser demonstradas, em determinado período, visando a projeção dos custos e estimativa dos gastos.
- C) No planejamento financeiro apresentam-se, em números, todas as ações planejadas para a empresa; são as expectativas financeiras que devem ser elaboradas, em determinado período, visando a projeção dos lucros e estimativa dos gastos.
- \*\*\* D) No planejamento financeiro apresentam-se, em números, todas as ações planejadas para a empresa; são as expectativas financeiras que devem ser demonstradas, em determinado período, visando a projeção dos lucros e estimativa dos gastos.
- E) Nenhuma das alternativas anteriores.

### 2-O planejamento financeiro, no plano de negócios, deve demonstrar os seguintes itens, exceto:

- \*\*\* A) As fontes e as receitas dos recursos a serem investidos.
- B) O balanço patrimonial.
- C) Os resultados do exercício.
- D) As taxas de retorno sobre o investimento.
- E) A dimensão das necessidades de investimento.

### 3-As alternativas abaixo estão corretas, exceto:

- A) Os custos podem ser de natureza operacional, relativo às despesas fixas ocasionadas pelas operações da empresa; de pessoal, incluindo salários e benefícios a todos os funcionários; e os de infra-estrutura, referentes ao aluguel das instalações, compra ou locação de equipamentos, etc.  
 B) Balanço patrimonial reflete a situação financeira da empresa em determinado momento; é demonstrado pelos ativos e pelas pendências financeiras denominadas de passivo.

**\*\*\* C) Fontes e usos de recursos. Devem ser relacionados à origem dos custos, se próprios, de financiamentos, de risco, de outros investidores e etc. O quadro de usos deve explicitar a destinação das receitas.**

- D) Retorno sobre Investimento (ROI) é estabelecido a partir da quantia total investida e determinada, devendo esclarecer qual o rendimento fornecido pelo negócio.  
 E) Nenhuma das alternativas anteriores.

### 4-O Ponto de Equilíbrio e *pay-back* significam, respectivamente:

**\*\*\* A) O nível mínimo de vendas que a empresa deve manter para não operar no prejuízo e o tempo necessário para que os lucros da empresa se igualem ao capital investido.**

- B) O tempo necessário para que os lucros da empresa de igualem ao capital investido e o nível de vendas em que a despesa é igual à receita.  
 C) O nível de vendas em que a despesa é igual ao lucro e o tempo necessário para que as receitas da empresa se igualem ao capital investido.  
 D) O tempo necessário para que os lucros da empresa superem ao capital investido e o nível mínimo de vendas que a empresa deve manter para não operar no prejuízo.  
 E) Nenhuma das alternativas anteriores.

### 5-Assinale a alternativa correta:

- A) No planejamento financeiro apresentam-se, em relatórios, todas as ações planejadas para a empresa; são as expectativas financeiras que devem ser demonstradas, em determinado período, visando a projeção dos lucros e estimativa dos gastos.

**\*\*\* B) O planejamento financeiro deve demonstrar as fontes e os usos dos recursos a serem investidos, o balanço patrimonial, o demonstrativo dos resultados do exercício, taxas de retorno sobre o investimento e a dimensão das necessidades de investimento para viabilizar as ações propostas pela empresa.**

- C) No planejamento financeiro apresentam-se, em números, todas as ações desenvolvidas pela empresa; são as operações financeiras que devem ser demonstradas, em determinado período, visando a projeção dos lucros e estimativa dos gastos.  
 D) O planejamento financeiro deve demonstrar as fontes e os usos dos recursos a serem investidos, o balanço patrimonial, o demonstrativo dos resultados do exercício, taxas de retorno sobre o investimento e a dimensão das necessidades de investimento para operacionalizar as ações desenvolvidas pela empresa.  
 E) Nenhuma das alternativas anteriores.

### 6-As alternativas abaixo estão corretas, exceto:

- A) Investimento inicial. Deve cobrir, inclusive, os eventuais prejuízos dos primeiros anos de atividade da empresa.  
 B) Fluxo de Caixa. Com o fluxo de caixa o empreendedor tem condições de identificar a existência, ou não, de excedentes ou escassez durante o período em questão.

**\*\*\* C) Custos. Correspondem aos preços recebidos pela empresa pelos recursos utilizados na produção, divulgação e comercialização dos produtos ou serviços.**

- D) Fontes e usos de recursos. Devem ser relacionados a origem dos recursos, se próprios, de financiamentos, de risco, de outros investidores e etc.  
 E) Ponto de Equilíbrio. Indica o nível mínimo de vendas que a empresa deve manter para não operar no prejuízo.

### 7-Assinale a alternativa errada:

- A) Receitas. São representadas pela multiplicação dos volumes comercializados pelos preços praticados.  
 B) Demonstrativo de resultados. Representa o cômputo final das operações do negócio, incluindo receitas, custos, lucros ou prejuízos obtidos para cada ano de operação.  
 C) Balanço patrimonial. Possibilita a visualização das disponibilidades e obrigações de curto e longo prazo da empresa, e assim, uma avaliação de sua solidez.

**\*\*\* D) Retorno sobre Investimento. É estabelecido a partir da quantia total recebida e determinada, devendo esclarecer qual o rendimento fornecido pelo negócio.**

- E) Pay-back. Corresponde ao tempo necessário para que os lucros da empresa se igualem ao capital investido.