

CADERNO DE QUESTÕES

Nome do(a) candidato(a): _____ Nº de inscrição: _____

CADASTRO DE RESERVA PARA ACESSO ÀS VAGAS REMANESCENTES DO 2º MÓDULO

Técnico em Comércio

Prezado(a) candidato(a):

Antes de iniciar a prova, leia atentamente as instruções a seguir e aguarde a ordem do Fiscal para iniciar o Exame.

1. Este caderno contém 30 (trinta) questões em forma de teste.
2. A prova terá duração de 4 (quatro) horas.
3. Após o início do Exame, você deverá permanecer no mínimo até as 15h30min dentro da sala do Exame, podendo, ao deixar este local, levar consigo este caderno de questões.
4. Você receberá do Fiscal a Folha de Respostas Definitiva. Verifique se está em ordem e com todos os dados impressos corretamente. Caso contrário, notifique o Fiscal, imediatamente.
5. Após certificar-se de que a Folha de Respostas Definitiva é sua, assine-a com **caneta esferográfica de tinta preta ou azul** no local em que há a indicação: "ASSINATURA DO(A) CANDIDATO(A)".
6. Após o recebimento da Folha de Respostas Definitiva, não a dobre e nem a amasse, manipulando-a o mínimo possível.
7. Cada questão contém 5 (cinco) alternativas (A, B, C, D, E) das quais somente uma atende às condições do enunciado.
8. Responda a todas as questões. Para cômputo da nota, serão considerados apenas os acertos.
9. Os espaços em branco contidos neste caderno de questões poderão ser utilizados para rascunho.
10. Estando as questões respondidas neste caderno, você deverá primeiramente passar as alternativas escolhidas para a Folha de Respostas Intermediária, que se encontra no final deste caderno de questões.
11. Posteriormente, você deverá transcrever todas as alternativas assinaladas na Folha de Respostas Intermediária para a Folha de Respostas Definitiva, utilizando **caneta esferográfica de tinta preta ou azul**.
12. Questões com mais de uma alternativa assinalada, rasurada ou em branco serão anuladas. Portanto, ao preencher a Folha de Respostas Definitiva, faça-o cuidadosamente. Evite erros, pois a Folha de Respostas não será substituída.
13. Preencha as quadrículas da Folha de Respostas Definitiva, com **caneta esferográfica de tinta preta ou azul** e com traço forte e cheio, conforme o exemplo a seguir:

A	B	C	D	E
---	---	---	---	---
14. Quando você terminar a prova, avise o Fiscal, pois ele recolherá a Folha de Respostas Definitiva, na sua carteira. Ao término da prova, você somente poderá retirar-se da sala do Exame após entregar a sua Folha de Respostas Definitiva, devidamente assinada, ao Fiscal.
15. Enquanto o candidato estiver realizando o Exame, é terminantemente proibido utilizar equipamento eletrônico, como calculadora, telefone celular, computador, tablet, reproduzidor de áudio, máquina fotográfica, filmadora, equipamento eletrônico do tipo vestível (como smartwatch, óculos eletrônicos, ponto eletrônico), radiocomunicador ou aparelho eletrônico similar, chapéu, boné, lenço, gorro, máscara fechada que impeça a visualização do rosto, óculos escuros, corretivo líquido/fita ou quaisquer outros materiais (papéis) estranhos à prova.
Quanto ao telefone celular (o(s) aparelho(s) deverá(ão) permanecer totalmente desligado(s), durante o exame, inclusive sem a possibilidade de emissão de alarmes sonoros ou não, nas dependências do prédio onde o Exame será realizado).
16. O desrespeito às normas que regem o presente Processo Seletivo, bem como a desobediência às exigências registradas na Portaria e no Manual do Candidato, além de sanções legais cabíveis, implica na desclassificação do candidato.
17. Será desclassificado do Processo Seletivo-Vestibulinho, do 2º Semestre de 2023, o candidato que:
 - não comparecer ao Exame na data determinada;
 - chegar após o horário determinado de fechamento dos portões, às 13h30;
 - realizar a prova sem apresentar um dos documentos de identidade originais exigidos ou não atender o previsto nos §§5º e 6º do artigo 21 da Portaria CEETEPS GDS que regulamenta o Processo Seletivo-Vestibulinho do 2º Semestre 2023;
 - não apresentar um dos documentos de identidade originais impressos exigidos ou não atender o previsto nos §§5º e 6º do artigo 21 da Portaria CEETEPS GDS que regulamenta o Processo Seletivo-Vestibulinho do 2º Semestre 2023;
 - retirar-se da sala de provas sem autorização do Fiscal, com ou sem o caderno de questões e/ou a Folha de Respostas Definitiva;
 - utilizar ou tentar utilizar de qualquer tipo de equipamento eletrônico, de comunicação e/ou de livros, notas, impressos e apontamentos durante a realização do exame;
 - retirar-se do prédio em definitivo antes de decorridas duas horas do início do exame, por qualquer motivo;
 - perturbar, de qualquer modo, a ordem no local de aplicação das provas, incorrendo em comportamento indevido durante a realização do Exame;
 - retirar-se da sala de provas com a Folha de Respostas Definitiva;
 - utilizar ou tentar utilizar meio fraudulento em benefício próprio ou de terceiros, em qualquer etapa do exame;
 - não atender as orientações da equipe de aplicação durante a realização do exame;
 - realizar ou tentar realizar qualquer espécie de consulta ou comunicar-se e/ou tentar comunicar-se com outros candidatos durante o período das provas;
 - realizar a prova fora do local determinado pela Etec / Extensão de Etec;
 - zerar na prova teste.

Gabarito oficial**Resultado****BOA PROVA!**

• O gabarito oficial da prova será divulgado a partir das 15 horas do dia **12/06/2023**, no site **vestibulinhoetec.com.br**

• Divulgação da lista de classificação geral a partir das 15 horas do dia **06/07/2023**, no site **vestibulinhoetec.com.br**

Etec**Etec**

Questão 01

Considere as seguintes informações sobre e-mail.

I.	O e-mail corporativo é uma versão condensada – e hoje bem mais frequente – da carta comercial.
II.	O e-mail tende a ser mais informal que a correspondência impressa, inclusive no âmbito empresarial.
III.	Em geral, depois de algumas trocas de e-mails, os interlocutores começam a utilizar uma linguagem menos formal.

Sobre veracidade das afirmações acima, assinale a alternativa correta.

- (A) Apenas a I é verdadeira.
- (B) Apenas a II é verdadeira.
- (C) Apenas a III é verdadeira.
- (D) Todas são verdadeiras.
- (E) Todas estão incorretas.

Questão 02

A carta corporativa, também chamada de carta comercial, é a correspondência travada entre duas empresas ou entre um particular e uma empresa, se diferencia da carta pessoal pela falta de proximidade entre os _____ e pelo _____, que normalmente se relaciona a negócios.

Assinale a alternativa que completa corretamente e na ordem em que aparecem as lacunas acima.

- (A) interlocutores – assunto
- (B) falantes – discurso
- (C) amigos – fala
- (D) amantes – discurso
- (E) redatores – redação

Questão 03

Considere o trecho a seguir sobre redundância.

Para evitar problemas comunicativos causados por ruídos, recomenda-se, em certos casos, os mecanismos de redundância. Redundância é o processo pelo qual se repetem informações em uma comunicação, com a intenção de evitar os ruídos e assegurar a clareza. Sendo assim, assinale a alternativa que **não** apresenta redundância.

- (A) Certamente o melhor a fazer é dividir a herança em duas metades iguais.
- (B) Neste ano, o Brasil exportou para fora bem menos que o ano passado.
- (C) O imperador romano teve sua cabeça decapitada.
- (D) Tão logo amanheceu o dia, saímos para passear.
- (E) Corte a grama, pois o verão chegou.

Questão 04

Por muito tempo, ética e negócios não combinavam entre si, uma vez que, no ramo empresarial, a lei da selva e um ambiente desleal eram comuns. Atualmente, esse contexto passa por sensíveis alterações. Nesse sentido, podemos afirmar que:

- (A) as profundas alterações no mundo dos negócios, ocorridas nas décadas de 1980 e 1990, ficaram no passado e não influenciam mais os negócios e o ramo empresarial.
- (B) há clara incompatibilidade entre os padrões éticos e as regras do mercado capitalista.
- (C) atualmente, a comunidade empresarial tenta incorporar os conceitos de ética, valores, integridade e responsabilidade nas suas relações corporativas.
- (D) nos dias de hoje, não existe uma relação de troca entre empresas e sociedade, o que nos faz concluir que os conceitos éticos devem ser totalmente desconsiderados.
- (E) os conceitos de ética, em termos de pessoas jurídicas, apenas é aplicável às empresas sem fins lucrativos, que agem em conformidade com os princípios morais e regras do bom proceder aceitas pela sociedade.

Questão 05

Em virtude do fenômeno da globalização, a responsabilidade empresarial engloba a sociedade como um todo. Essa responsabilidade, conseqüentemente, trouxe consigo reflexões sobre princípios éticos e valores morais. Nesse contexto, podemos afirmar que:

- (A) os conceitos de ética, cultura e valores morais são inseparáveis quando pensamos em responsabilidade social da empresa.
- (B) a ética independe das responsabilidades que uma determinada organização possui com seus interlocutores.
- (C) o debate sobre ética, valores e moral é irrelevante pois estes conceitos são inerentes a todo ser humano.
- (D) na seara empresarial, as questões de ética se resumem à elaboração e divulgação de um código de conduta.
- (E) as organizações devem se atentar a sua responsabilidade econômica, ficando para segundo plano as responsabilidades sociais.

Questão 06

O Código de Defesa do Consumidor fornece as normas de ordem pública e interesse social, proteção e defesa do consumidor. Para fins da legislação vigente, pode-se afirmar que:

- (A) Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, que desenvolve atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos.
- (B) o fornecedor de produtos e serviços potencialmente nocivos ou perigosos à saúde ou segurança não precisa informar a respeito da nocividade ou periculosidade e também não precisa adotar eventuais medidas cabíveis em cada caso concreto.
- (C) produto é qualquer bem, móvel, imóvel ou material.
- (D) consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final, inclusive a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.
- (E) serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo.

Questão 07

Leia o texto a seguir:

O comércio é uma atividade econômica que envolve a compra e venda de bens e serviços e tem como objetivo gerar lucro. A competição acirrada no mercado globalizado é um dos desafios enfrentados pelos comerciantes, que precisam investir em diferentes canais de venda, como lojas físicas e e-commerce. A personalização dos produtos e serviços também é uma tendência importante, assim como a adoção de práticas sustentáveis e o uso de tecnologias,

como a automação de processos e a inteligência artificial. Esses são recursos que permitem a coleta de dados dos clientes e o oferecimento de produtos e serviços personalizados. A gestão dessas informações é fundamental para a obtenção de uma vantagem competitiva no mercado.

Tendo o texto como referência, é válido afirmar que:

- (A) O comércio é uma tendência de atividade econômica que envolve a compra de bens e serviços e tem como objetivo gerar lucro.
- (B) A competição acirrada no mercado globalizado é um dos desafios enfrentados pelos comerciantes, que investem em lojas físicas.
- (C) A personalização de produtos e serviços, apesar de ser uma tendência importante no comércio atual, é irrelevante para os clientes.
- (D) As práticas sustentáveis terão impacto significativo na obtenção de uma vantagem competitiva no mercado, se a compra for efetivada.
- (E) O uso de tecnologias, como a automação de processos e a inteligência artificial, é uma tendência importante no comércio atual.

Questão 08

Leia o texto a seguir:

A terminologia técnico-científica da área de comércio se refere aos termos e conceitos específicos utilizados nessa área para descrever processos, técnicas, estratégias, regulamentações e outras informações relacionadas ao comércio.

Alguns exemplos de termos técnicos utilizados na área de comércio incluem: Marketing Mix, Logística, Balança Comercial, Merchandising, Câmbio e Mercado Financeiro.

Esses são apenas alguns exemplos de terminologia técnico-científica da área de comércio. Há muitos outros termos e conceitos importantes que são utilizados na área, dependendo do contexto específico da atividade comercial em questão.

Um desses termos se refere ao conjunto de técnicas utilizadas para tornar a exposição de produtos mais atraente e eficiente, em lojas e pontos de venda, visando aumentar as vendas e a lucratividade.

Assinale a seguir a alternativa que contém o termo referente a esse conjunto de técnicas:

- (A) Balança comercial.
- (B) Marketing Mix.
- (C) Mercado Financeiro.
- (D) Logística.
- (E) Merchandising.

Questão 09

A responsabilidade é a obrigação de assumir as consequências de nossas ações ou omissões. Em diferentes áreas da vida, como profissional, social ou pessoal, é importante ser consciente da nossa responsabilidade e agir de maneira adequada.

No âmbito profissional, a responsabilidade está relacionada à ética e à qualidade do trabalho realizado. Um profissional responsável deve cumprir suas obrigações, atender às expectativas dos clientes e fornecer um serviço ou produto de qualidade.

Analise a charge a seguir:



<https://i.pinimg.com/564x/57/85/a8/5785a8e15af4d3e95a0b6607aa374ffe.jpg>

Os personagens que seguram as placas, pedindo “mais educação” e “mais saúde” podem ser interpretados como demandas por direitos fundamentais e básicos, que devem ser garantidos pelo Estado. Porém, ao olharem para o terceiro personagem, o indígena que pede “mais floresta”, os dois primeiros personagens mostram uma expressão de interrogação, possivelmente questionando a importância dessa demanda em relação às outras.

Considerando o conceito de responsabilidade, no contexto da interpretação da charge apresentada, é válido o contido na alternativa:

- (A) A responsabilidade é a obrigação de assumir as consequências de nossas ações ou omissões, mas a ideia de “mais floresta” está fora desse contexto.
- (B) É preciso reconhecer a importância da preservação ambiental e dos direitos dos povos indígenas, assim como a importância da educação e saúde para a população em geral.
- (C) O fato de os dois primeiros personagens olharem para o indígena com cara de interrogação significa uma demonstração de total desprezo pela natureza.
- (D) A charge sugere que “mais educação” e “mais saúde” sejam questões importantes relacionadas ao meio ambiente e às comunidades indígenas esquecidas.
- (E) Os personagens que seguram as placas pedindo “mais educação” e “mais saúde” pedem por responsabilidades reais, enquanto o terceiro pede por uma ideologia.

Questão 10

Um dos princípios éticos mais importantes na área do comércio é a honestidade, que exige que os profissionais de comércio sejam transparentes em relação aos produtos e serviços oferecidos aos clientes. Outro princípio importante é o da lealdade, que exige que os profissionais de comércio coloquem os interesses dos clientes acima de seus próprios interesses. Por fim, o princípio da justiça estabelece que os profissionais de comércio devem tratar todos os clientes de forma equitativa e imparcial.

Analise as situações a seguir:

I.	Um vendedor de carros informa ao cliente que o veículo usado pela concessionária como carro de test-drive é zero quilômetro.
II.	O gerente de uma loja recomenda a um cliente um produto mais caro do que aquele que havia pedido, sabendo que o produto mais barato era de qualidade inferior.
III.	Um comerciante cobra preços mais altos de clientes que ele acredita que tenham maior poder aquisitivo.

Com base nos princípios éticos apresentados no texto, é válido afirmar que viola esses princípios o contido na alternativa:

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

Questão 11

As principais teorias administrativas podem ser divididas em diferentes períodos históricos e visões sobre a Administração. Analise, a seguir, itens contendo afirmações referentes a algumas das principais teorias administrativas:

I.	Teoria que tem como objetivo principal aumentar a eficiência e a produtividade das empresas por meio da padronização de processos e da divisão do trabalho.
II.	Teoria que enfatiza a importância da participação dos funcionários na definição das metas e na avaliação do desempenho, buscando promover a motivação e o engajamento dos colaboradores para atingir os objetivos estabelecidos.
III.	Teoria que sugere que não há uma única forma correta de gerenciar uma empresa, e que o estilo de administração deve ser adaptado às circunstâncias específicas de cada situação.

É válido afirmar que são referentes às teorias administrativas Clássica, da Administração por Objetivos e da Contingência, respectivamente, o contido em:

- (A) I – II – III
- (B) I – III – II
- (C) II – I – III
- (D) II – III – I
- (E) III – II – I

Questão 12

Leia o texto a seguir:

A avaliação de desempenho é um processo que visa avaliar a atuação de um colaborador em relação aos objetivos estabelecidos pela organização. Ela envolve a análise das habilidades, conhecimentos e comportamentos do colaborador, com base em critérios objetivos e pré-definidos. A avaliação de desempenho é uma ferramenta importante para a gestão de pessoas, pois ajuda a identificar pontos fortes e áreas que precisam ser melhoradas, fornecendo feedback para o colaborador e orientando decisões sobre promoções, aumento de salário e desenvolvimento de carreira.

Sobre tipos de avaliação de desempenho é válido afirmar que:

- (A) Avaliação 360 graus: é um tipo de avaliação que envolve a participação de várias pessoas, como colegas subordinados, superiores e clientes, que avaliam o desempenho do colaborador, impraticável em organizações pequenas com poucos funcionários.
- (B) Avaliação de resultados: embora seja uma abordagem comum, ela não se concentra apenas nos resultados alcançados pelo colaborador, mas também nas habilidades, conhecimentos e comportamentos necessários para alcançá-los.
- (C) Avaliação por competências: É uma abordagem que avalia as habilidades, conhecimentos e atitudes do colaborador em relação a um conjunto de competências pré-definidas pela empresa.
- (D) Avaliação por objetivos: é uma abordagem que define objetivos claros e mensuráveis para cada colaborador, que é avaliado ao longo do período determinado, permitindo limitadamente a avaliação dos resultados alcançados e tendo limitações para avaliar habilidades e comportamentos.
- (E) Avaliação comportamental: é uma avaliação que se concentra no comportamento do colaborador no ambiente de trabalho, independente das suas habilidades e conhecimentos técnicos relacionados à sua função.

Questão 13

A Bic lançou, em 1970, a caneta Bic 4 Cores, uma opção mais versátil para os consumidores. A caneta Bic 4 Cores permite aos usuários mudar facilmente a cor da tinta para escrever ou desenhar, tornando-a uma opção mais atraente para consumidores que precisam de uma caneta versátil para uso em diversas situações.

Sobre a empresa e o lançamento da Bic 4 Cores, é válido afirmar que a empresa utilizou:

- (A) Estratégia de preços baixos: A empresa reduz seus preços para atrair clientes, mantendo seus custos operacionais baixos. Essa estratégia é frequentemente usada por empresas que operam em setores altamente competitivos.
- (B) Estratégia de expansão de mercado: A empresa procura crescer por meio da introdução de novos produtos ou entrando em novos mercados geográficos.
- (C) Estratégia de liderança de custos: A empresa busca oferecer seus produtos ou serviços a preços mais baixos que seus concorrentes, mantendo a qualidade comparável. Isso pode ser alcançado por meio de um gerenciamento eficiente de custos e economias de escala.

- (D) Estratégia de desenvolvimento de produtos: A empresa investe em pesquisa e desenvolvimento para criar produtos ou aprimorar os já existentes, oferecendo opções mais avançadas ou inovadoras para os clientes.
- (E) Estratégia de diferenciação de produtos: A empresa procura diferenciar seus produtos dos concorrentes, oferecendo características únicas ou exclusivas que atendam às necessidades dos clientes. Essa estratégia pode incluir design, qualidade, funcionalidade, marca e atendimento ao cliente.

Questão 14

A cadeia de abastecimento, também conhecida como cadeia de suprimentos, é composta por todas as atividades e processos envolvidos na obtenção de matérias-primas, produção, armazenagem, transporte e entrega de produtos finais aos clientes. Ela começa com os fornecedores de matérias-primas e continua com os fabricantes, distribuidores, varejistas e, finalmente, os clientes.

Analise os itens a seguir:

I.	Fornecedores de qualidade e parcerias duradouras são fundamentais para garantir componentes consistentes ao longo da cadeia de suprimentos.
II.	A customização de processos pode agregar valor e criar vantagem competitiva na produção e serviços.
III.	Uma gestão integrada da cadeia de abastecimento pode aumentar a eficiência no transporte e logística desde o planejamento até a entrega final.

É válido afirmar que se referem a PRODUTO FINAL, ARMAZENAGEM e MATÉRIA-PRIMA, respectivamente, o contido em:

- (A) I – II – III
(B) II – III – I
(C) III – I – II
(D) I – III – II
(E) III – II – I

Questão 15

A blitz é uma forma versátil de trabalhar com marketing promocional.

Nesse tipo de estratégia, utilizada principalmente em datas comemorativas e períodos sazonais, equipes promocionais abordam os consumidores para divulgar uma marca, produto ou serviço. As ações devem ser pensadas de acordo com o público-alvo e objetivos pré-estabelecidos.

Sobre essa ação promocional, é válido afirmar que:

- (A) A escolha dos locais para a blitz deve ser aleatória e deixada ao critério do público.
(B) A blitz é uma ação de fácil desenvolvimento, pois dispensa o uso da criatividade.
(C) É importante definir objetivos claros para a ação de blitz promocional.
(D) O público deve ser bem treinado para participar de forma adequada.
(E) A distribuição de brindes se torna estratégia ineficaz em ações de blitz.

Questão 16

João, CEO da empresa “Golden Products”, decide focar no desenvolvimento de produtos e tecnologias para tornar sua empresa líder de mercado.

É válido afirmar que a ação de João está relacionada ao nível de planejamento definido na alternativa:

- (A) Planejamento Estratégico → É o nível mais alto de planejamento e envolve a definição da visão, missão e objetivos gerais de uma empresa ou organização.
- (B) Planejamento Tático → Este nível de planejamento está mais próximo da implementação do que o planejamento estratégico.
- (C) Planejamento Operacional → Este nível de planejamento é o mais detalhado e se concentra em atividades diárias e operacionais da empresa ou organização.
- (D) Planejamento Financeiro → Este nível de planejamento se concentra em gerenciar e controlar as finanças da empresa ou organização.
- (E) Planejamento de Recursos Humanos → Este nível de planejamento se concentra na gestão de pessoas e talentos na empresa ou organização.

Questão 17

Leia o texto, a seguir:

João é dono de uma loja de roupas ecológicas. Ele se preocupa em oferecer aos seus clientes peças de vestuário feitas com materiais sustentáveis e de alta qualidade. João sempre se certifica de que o cliente está satisfeito com as compras e oferece assistência técnica, caso seja necessário.

Um dos seus clientes, Maria, comprou uma blusa de algodão orgânico em sua loja. Ela adorou a peça, mas depois de algumas lavagens, notou que a cor começou a desbotar. Maria ficou preocupada, pois havia investido um pouco mais em uma peça ecológica e esperava que durasse mais do que as peças convencionais.

João sugeriu que Maria enviasse a blusa de volta para a loja para que ele pudesse avaliar o problema. Após analisar a peça, percebeu que havia um problema com a tinta utilizada na estampagem da blusa e decidiu reembolsar Maria ou oferecer uma nova peça.

João também se preocupou em garantir que a blusa não fosse descartada inadequadamente por Maria e a incentivou a doar a peça para uma instituição de caridade ou levá-la de volta à loja para que ele pudesse reciclá-la.

Tendo a situação apresentada como referência, é válido afirmar que João:

- (A) demonstrou um cuidado especial com o pós-consumo, oferecendo assistência técnica e garantindo a satisfação do cliente. Além disso, se preocupou com a renovação da peça de vestuário, demonstrando uma consciência ambiental e ofereceu opções para o consumo responsável.

- (B) se preocupou com o destino final da peça de vestuário, demonstrando uma consciência ambiental e oferecendo opções para o pós-venda responsável, demonstrou também um cuidado especial com o pós-consumo, oferecendo descarte consciente e garantindo a satisfação do cliente.
- (C) demonstrou um cuidado especial com o pós-venda, oferecendo assistência técnica e garantindo a satisfação do cliente. Além disso, ele se preocupou com o destino final da peça de vestuário, demonstrando uma consciência ambiental e oferecendo opções para o pós-consumo responsável.
- (D) demonstrou um cuidado especial com o pré-venda, oferecendo assistência técnica e garantindo a satisfação do cliente. Além disso, ele se preocupou com o destino final da peça de vestuário, demonstrando uma consciência ambiental e oferecendo opções para o pós-consumo responsável.
- (E) se preocupou com produção da peça de vestuário, demonstrando uma consciência ambiental e ofereceu opções para o consumo responsável. Além disso, demonstrou um cuidado especial com o pós-consumo, oferecendo assistência técnica e garantindo a satisfação do cliente.

Questão 18

Existem três níveis de planejamento comumente usados em empresas e organizações: Planejamento Estratégico, Planejamento Tático e Planejamento Operacional.

Veja as três definições a seguir:

I.	Nível de planejamento é, geralmente, de curto a médio prazo, e se concentra em como a empresa alcançará seus objetivos. Isso pode envolver a definição de metas específicas, a alocação de recursos e a identificação de medidas para monitorar o progresso.
II.	Nível de planejamento é mais detalhado e se concentra em atividades diárias e operacionais da empresa ou organização. Esse planejamento envolve a definição de tarefas específicas, cronogramas e recursos necessários para realizar as atividades. Esse tipo de planejamento é geralmente de curto prazo e tem como objetivo garantir que as tarefas sejam concluídas com eficiência e eficácia.
III.	Nível mais alto de planejamento e envolve a definição da visão, missão e objetivos gerais de uma empresa ou organização. Esse é o planejamento que, geralmente, é de longo prazo e envolve a tomada de decisões importantes sobre a direção geral da empresa.

Assinale a alternativa que representa, respectivamente, a relação correta entre Planejamento Estratégico, Planejamento Tático e Planejamento Operacional com as definições I, II e III apresentadas.

- (A) I – II – III
- (B) II – I – III
- (C) II – III – I
- (D) III – I – II
- (E) III – II – I

Questão 19

Leia o texto a seguir. Nele, contém lacunas que deverão ser preenchidas.

“Com o objetivo de aumentar suas vendas, uma determinada empresa decidiu investir em marketing digital. Para tanto, contratou uma agência _____ em SEO e criou uma campanha no Google Ads. Os resultados foram surpreendentes: em apenas dois meses, as visitas ao site aumentaram em mais de 50% e as _____ em vendas cresceram em 80%. Além disso, o _____ nas redes sociais também aumentou consideravelmente, o que demonstra a efetividade da estratégia adotada.”

Preenche corretamente as lacunas presentes no texto o contido na alternativa:

- (A) especializada – conversões – engajamento
- (B) engajada – inversões – investimento
- (C) concorrente – pesquisas – aparecimento
- (D) especializada – pesquisas – aparecimento
- (E) engajada – conversões – investimento

Questão 20

O profissional técnico em Comércio deve estar ciente dos impactos ambientais potenciais de produtos específicos e tomar medidas para minimizar esses impactos. A responsabilidade ética inclui a conscientização sobre a importância da sustentabilidade e a proteção do meio ambiente para as gerações futuras.

Analise os tópicos a seguir:

I.	Promoção de práticas de comércio justo e sustentável, por meio da seleção de fornecedores que respeitem a legislação ambiental e social e ofereçam produtos ecologicamente corretos e de baixo impacto ambiental.
II.	Desenvolvimento de ações de conscientização e treinamento para os funcionários, fornecedores e clientes em relação aos impactos ambientais negativos do comércio e das maneiras de minimizar esses impactos por meio de práticas sustentáveis.
III.	Adoção de políticas de gestão ambiental, como a implementação de programas de reciclagem, uso de energias renováveis e redução de resíduos, visando à preservação do meio ambiente e ao desenvolvimento do bem-estar comum a longo prazo.

É considerada prática relacionada ao bem-estar comum e à sustentabilidade, o contido na alternativa:

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

Questão 21

Para estruturar um relacionamento eficaz com o cliente, é importante entender as suas necessidades e expectativas, e então personalizar a sua abordagem de acordo com as preferências do cliente. Isso pode incluir a criação de programas de fidelidade, oferecendo promoções exclusivas, atendimento personalizado e de qualidade, ou mesmo solicitando feedback e sugestões para a melhoria contínua da experiência do cliente.

Com uma abordagem estruturada e consistente de relacionamento com o cliente, é válido afirmar que as empresas:

- (A) têm maior chance de construir uma base de clientes leais e engajados, que contribuem para o sucesso da empresa a longo prazo.
- (B) se mantêm informadas sobre as novidades da sua própria marca, produtos e serviços, para entender melhor as suas necessidades.
- (C) têm mais dificuldade para manter contato regular com os clientes por meio de diferentes canais, como e-mails, redes sociais ou aplicativos móveis.
- (D) se esforçam para entender as próprias necessidades, e então personalizar a sua abordagem de acordo com as preferências da empresa.
- (E) criam uma série de processos e estratégias que visam manter a empresa engajada com a concorrência, para que continuem a fazer negócios mútuos.

Questão 22

Empresas começaram a produzir sapatos específicos para idosos devido à necessidade de cuidados especiais com os pés. Sapatos para idosos têm características como solas antiderrapantes, maior amortecimento e melhor acomodação dos pés, visando à prevenção de quedas e lesões. A produção de sapatos para idosos se tornou uma oportunidade de mercado diante do aumento da população idosa e da necessidade de cuidados especiais com essa faixa etária. Empresas que antes produziam apenas sapatos comuns passaram a se especializar em sapatos para idosos, oferecendo produtos que atendem as necessidades específicas desse público.

Existem várias maneiras de impulsionar as vendas de sapatos específicos para idosos.

Analise os itens a seguir:

I.	Criar uma experiência de compra confortável
II.	Divulgar as características técnicas dos sapatos
III.	Oferecer atendimento personalizado

É válido, como técnica para impulsionar as vendas de calçados específicos para idosos, para esse público, o contido na alternativa:

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

Questão 23

Um empreendedor chamado João teve a ideia de abrir uma loja de roupas, e compartilhou a ideia com seus três amigos em um encontro casual. Eles concordaram em iniciar o negócio juntos, mas não elaboraram um contrato social formal nem fizeram um planejamento adequado. Além disso, os amigos tinham empregos em tempo integral em outras empresas e só podiam dedicar os sábados à loja. Como resultado, a sociedade fracassou e João ficou sem dinheiro. Depois de buscar orientação profissional, João decidiu criar uma cooperativa para continuar o negócio.

Tendo o texto como referência, dentre os tipos de cooperativas apresentados nas alternativas a seguir, para João continuar seu negócio, seria válido a Cooperativa de

- (A) Consumo.
- (B) Crédito.
- (C) Infraestrutura.
- (D) Produção.
- (E) Trabalho.

Questão 24

A Alegria das Crianças, uma empresa de brinquedos e jogos educativos, atua no mercado há mais de 10 anos. A empresa preza pela qualidade de seus produtos e serviços e busca sempre oferecer o melhor atendimento aos seus clientes.

Ana Luiza, gerente de RH, foi designada para contratar um fornecedor de serviços de logística para a distribuição dos produtos da Alegria das Crianças. Ela pesquisou e identificou uma empresa de transporte que oferecia um serviço de qualidade e com preços competitivos. Ana Luiza negociou as condições de fornecimento, elaborou e gerenciou o contrato de prestação de serviços, garantindo que os prazos fossem cumpridos e que a qualidade do serviço fosse mantida. Com o relacionamento de confiança desenvolvido com o fornecedor, Ana Luiza realizou ajustes e melhorias ao longo do tempo, garantindo a eficiência na distribuição e contribuindo para o aumento da satisfação dos clientes da Alegria das Crianças.

Tendo o texto como referência, é válido afirmar que o que motivou Ana Luiza a contratar a empresa de logística está contido na alternativa:

- (A) Segurança em relação às boas referências obtidas e ao contrato de prestação de serviços que estabeleceu com as condições dos fornecedores e a forma clara e transparente nas negociações.
- (B) Identificação de que a empresa oferecia um serviço de qualidade, com preços competitivos e uma infraestrutura adequada para atender as necessidades da Alegria das Crianças.
- (C) Estabelecimento de um contrato de prestação de serviços rápido e bem resumido, diminuindo a burocracia e agilizando o processo de gerenciamento do estoque e distribuição dos produtos da Alegria das Crianças.
- (D) Ter bem definidos os critérios de qualidade para a prestação de serviços, evitando, assim, a criação de exigências excessivas que possam prejudicar o relacionamento de confiança com fornecedores.
- (E) Condições favoráveis para fornecimento dos produtos pela empresa de logística, gerando um contrato de prestação de serviços com prazos cumpridos e qualidade do serviço mantida.

Questão 25

Para atender as necessidades do cliente, as empresas devem conhecê-lo bem, oferecer suporte personalizado e eficiente, ser ágil e responsiva, investir em tecnologia e treinar sua equipe de atendimento ao cliente.

Uma das habilidades do técnico em comércio é organizar estratégias para o atendimento das necessidades do cliente.

Sobre estratégias para o atendimento das necessidades do cliente é válido afirmar que:

- (A) Os clientes esperam que as empresas atendam rapidamente as suas concorrentes, com soluções eficientes e eficazes para os problemas dos clientes.
- (B) As empresas devem fazer esforços para coletar informações sobre seus concorrentes, como suas preferências, histórico de compras e outras informações relevantes.
- (C) É importante monitorar o *market share* e usar essas informações para melhorar a experiência da empresa em relação ao cliente.
- (D) As empresas devem usar as informações sobre seus clientes, personalizar a experiência de compra, oferecendo produtos que atendam as suas necessidades específicas.
- (E) A equipe de atendimento ao cliente é um componente crítico para o sucesso da estratégia de produção, assim, investir em treinamento é primordial.

Questão 26

Segmentação de clientes é o processo de dividir o mercado de uma empresa em grupos menores de consumidores com características e necessidades semelhantes. Esses grupos são chamados de segmentos de mercado e são compostos por clientes que compartilham as mesmas necessidades, interesses, comportamentos e hábitos de compra.

É válido afirmar que a segmentação de clientes:

- (A) permite que a empresa desenvolva estratégias de marketing eficientes e personalizadas, aumente a fidelidade e os lucros dos clientes.
- (B) tem como objetivo entender de forma eficaz as necessidades dos clientes em cada segmento, por meio da adaptação das ofertas de produtos e serviços.
- (C) deve ser utilizada para unir diferentes grupos de clientes em uma base única, permitindo que a empresa generalize sua estratégia de marketing.
- (D) é o processo de dividir a linha de produtos de uma empresa em categorias menores de acordo com as características dos clientes.
- (E) concentra-se em identificar categorias de produtos que atendam as necessidades e preferências dos diferentes segmentos de clientes.

Questão 27

Imagem da organização é a percepção que as pessoas têm de uma empresa ou organização, incluindo seus produtos, serviços, valores, cultura e reputação. Essa percepção pode ser influenciada por vários fatores, como a comunicação da empresa, as experiências dos clientes, as opiniões dos funcionários e a cobertura da mídia.

Em 2021, uma grande empresa de fast-food anunciou que iria testar embalagens recicláveis e de baixo carbono em alguns de seus restaurantes na Europa. A medida foi elogiada por ambientalistas e defensores da sustentabilidade, pois a empresa é uma das maiores redes de fast-food do mundo e pode influenciar outras empresas a seguir seu exemplo.

Analise os itens a seguir:

I.	Buscar certificação ABNT, que é uma norma brasileira que estabelece os requisitos para a fabricação de embalagens plásticas para alimentos. A certificação ABNT NBR 15943 é uma forma de demonstrar que a empresa atende a esses requisitos.
----	--

II.	Criar campanhas para promover as embalagens recicláveis e de baixo carbono em suas redes sociais e site. Isso poderia gerar buzz e engajamento dos consumidores, além de mostrar o compromisso da empresa com a sustentabilidade.
III.	Implementar programas de reciclagem em seus restaurantes para mostrar que está levando a iniciativa a sério e incentivar seus clientes a participarem da ação.

Após ter lido o texto e analisado os itens, é válido afirmar que está relacionado a promover a imagem da organização o contido na alternativa:

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

Questão 28

Luís é um jovem empreendedor que vive em uma pequena cidade do interior do Rio Grande do Sul e tem o sonho de abrir seu próprio negócio. Ao visitar um amigo em outra cidade, notou que havia uma grande demanda por alimentos orgânicos e saudáveis, mas percebeu que não havia por ali uma loja especializada nesse tipo de produto. Conversando com os moradores locais, constatou que muitos deles tinham que se deslocar para outras cidades para encontrar esses alimentos.

Luís decidiu fazer uma pesquisa de mercado e levantou dados sobre a população e seus hábitos de consumo. A partir dessas informações, elaborou um questionário para distribuir entre os moradores e, com base nas respostas, planejou seu empreendimento – uma loja de alimentos orgânicos e saudáveis, que atenderia a demanda local por esses produtos. Com muito trabalho e dedicação, Luís conseguiu abrir sua loja e se tornou um empreendedor de sucesso na região.

De acordo com o texto, é correto afirmar que Luís realizou uma pesquisa:

- (A) exploratória, para entender a demanda por alimentos orgânicos e saudáveis na região, a fim de identificar uma oportunidade de negócio.
- (B) informal, perguntando diretamente aos moradores locais sobre seus hábitos de consumo, sem utilizar um questionário estruturado.
- (C) primária, coletando dados diretamente da população local, por meio de questionários distribuídos aos moradores.

- (D) secundária, utilizando dados disponíveis em fontes já existentes, como estatísticas governamentais sobre a população local e seus hábitos de consumo.
- (E) qualitativa, indo diretamente à região para coletar informações sobre a demanda por alimentos orgânicos e saudáveis e sobre os hábitos de consumo dos moradores locais.

Questão 29

Ao criar uma atmosfera de compra agradável e acolhedora, os varejistas podem aumentar a probabilidade de os clientes permanecerem mais tempo na loja, fazerem compras adicionais, recomprarem no futuro e até mesmo indicarem a loja para amigos e familiares. A utilização estratégica desses elementos pode ajudar a criar uma experiência de compra memorável e satisfatória para os clientes, resultando em um impacto positivo nas vendas e no sucesso do negócio.

Analise, a seguir, os itens referentes a elementos que compõem a atmosfera de compra de uma loja:

I.	Pode ser usada para destacar produtos específicos ou áreas da loja, criar um ambiente acolhedor e confortável, ou até mesmo aumentar a sensação de espaço.
II.	A escolha adequada na decoração e design da loja pode influenciar o humor dos clientes e até mesmo afetar sua tomada de decisão.
III.	A disposição em forma de zigue-zague incentiva os clientes a explorarem mais a loja, enquanto, se for em linha reta, ajuda a direcionar o fluxo de tráfego da loja.

É válido afirmar que os itens I, II e III referem-se, respectivamente, aos elementos:

- (A) Layout – Música – Iluminação
- (B) Música – Cores – Aromas
- (C) Aromas – Iluminação – Cores
- (D) Iluminação – Cores – Layout
- (E) Música – Layout – Aromas

Questão 30

Para realizar a análise do potencial estratégico de um ponto comercial, os proprietários de negócios geralmente levam em consideração vários fatores, como a localização geográfica, o perfil do público-alvo, o tráfego de pedestres e veículos, a concorrência e as características do imóvel em si.

Sobre análise do potencial estratégico de ponto comercial, é válido afirmar que:

- (A) Ao escolher um ponto para uma loja de roupas de luxo, será vantajoso optar por um local próximo a empresas e escritórios, área de público corporativo.
- (B) Deve-se escolher um ponto comercial próximo a empresas e escritórios, se o negócio for voltado para o público corporativo, como uma escola de ensino médio.
- (C) Deve-se escolher um ponto para uma loja de roupas de luxo em centros comerciais ou áreas turísticas, onde o público tem mais poder de compra e busca qualidade.
- (D) A escolha errada do ponto comercial ajuda a maximizar seu potencial de vendas, a visibilidade da marca e, em última instância, alcançar o sucesso comercial.
- (E) A escolha de pontos como café ou restaurante, em áreas turísticas movimentadas ou próximas a empresas e escritórios, apresenta o mesmo potencial.

FOLHA DE RESPOSTAS INTERMEDIÁRIAS

Nome do(a) candidato(a): _____ Nº de inscrição: _____

Prezado(a) candidato(a),

1. Responda a todas as questões contidas neste caderno e, depois, transcreva as alternativas assinaladas para esta Folha de Respostas Intermediária.
2. Preencha os campos desta Folha de Respostas Intermediária, conforme o modelo a seguir:
 A B C D E
3. Não deixe questões em branco.
4. Marque com cuidado e assinale apenas uma resposta para cada questão.
5. Posteriormente, transcreva todas as alternativas assinaladas nesta Folha de Respostas Intermediária para a Folha de Respostas Definitiva, utilizando **caneta esferográfica de tinta preta ou azul**.

Etec

PROVA (30 RESPOSTAS)

RESPOSTAS de 01 a 10

01	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
02	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
03	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
04	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
05	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
06	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
07	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
08	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
09	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
10	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E

RESPOSTAS de 11 a 20

11	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
12	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
13	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
14	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
15	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
16	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
17	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
18	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
19	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
20	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E

RESPOSTAS de 21 a 30

21	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
22	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
23	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
24	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
25	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
26	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
27	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
28	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
29	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
30	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E

NÃO AMASSE,
NÃO DOBRE,
NEM RASURE
ESTA FOLHA.