

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

21. Em relação às Teorias Administrativas, observe as assertivas abaixo:

I- A Administração Científica teve seu início nas idéias de Taylor, que foi o participante mais destacado.

II- Sloan, que criou o estudo de tempos e movimentos e o estudo da fadiga, foi um dos seguidores de Taylor.

III- Um dos principais objetivos da Administração Científica era combater os métodos científicos utilizados nas empresas para a seleção e contratação de pessoal.

IV- A Administração Científica ocupou-se, inicialmente, em atacar o problema dos salários, pois o trabalhador acreditava que o seu esforço beneficiava somente o patrão.

V- Gantt, que criou o gráfico que leva o seu nome e o treinamento profissionalizante, foi um dos seguidores de Taylor.

Estão corretas as assertivas:

- a) Apenas I, II e IV.
 - b) Apenas I, IV e V.
 - c) Apenas II, III e IV.
 - d) Apenas I, II, IV e V.
 - e) Apenas I, II e V.
-

22. Fayol (1990) sugeriu Princípios Gerais de Administração. Com base nesses princípios, sugeridos pelo autor, observe as assertivas abaixo:

I- O número de princípios não é limitado. No entanto, Fayol apresentou quatorze princípios que são os que aplicou com mais frequência.

II- O princípio da Unidade de Direção ressalta que um agente não deve receber ordens senão de um só chefe.

III- O princípio da Subordinação do Interesse Particular ao Interesse Geral postula que, em uma empresa, o interesse de um agente ou de um grupo de agentes não pode prevalecer sobre o interesse da empresa.

IV- O princípio da Produção Enxuta ressalta a necessidade da eliminação dos erros do processo produtivo, para que os custos de produção das empresas possam ser reduzidos.

V- O princípio da Divisão do Trabalho tem por finalidade produzir mais e melhor, com o mesmo nível de esforço.

Estão corretas as assertivas:

- a) Apenas I, II e V.
 - b) Apenas I, III e V.
 - c) Apenas I, II, III e V.
 - d) Apenas I, II, IV e V.
 - e) Apenas II, III e V.
-

23. Em relação à Administração Estratégica, Mintzberg, Ahlstrand e Lampel (2000) propõem a existência de dez escolas referentes à formulação estratégica, sendo que elas são dispostas em três agrupamentos. Selecione a alternativa que apresenta o agrupamento das escolas de natureza prescritiva:

- a) Escolas de Configuração, de Aprendizado e do Planejamento.
 - b) Escolas do Planejamento, Cognitiva, de Aprendizado e do Posicionamento.
 - c) Escolas do Planejamento, Ambiental, de Configuração e do Posicionamento.
 - d) Escolas do Design, de Configuração e do Planejamento.
 - e) Escolas do Design, do Planejamento e do Posicionamento.
-

24. Observe as assertivas abaixo, em relação ao Empreendedorismo, conforme os conceitos propostos por Chiavenato (2006):

I- Existem três características básicas para um empreendedor: necessidade de realização, disposição para assumir riscos e autoconfiança.

II- Existe um tipo de empreendedor chamado refugiado corporativo, que foge do ambiente corporativo burocrático das grandes e médias empresas, iniciando negócios por conta própria.

III- Empreendedor artesão é aquele que tem uma noção estética apurada. Por esse motivo, inicia negócios relacionados às artes e à beleza, como,

por exemplo: galerias de arte, feiras relacionadas às artes ou lojas de vendas de discos (CDs ou DVDs).

IV- Um dos aspectos que levam o sucesso aos empreendimentos é a sorte.

V- Um dos elementos do processo empreendedor é o planejamento. Deve ser realizado após o negócio ser aberto, envolvendo definição de elementos estratégicos como: missão, visão, princípios e objetivos estratégicos da empresa.

Estão corretas as assertivas:

- a) Apenas I, III e V.
 - b) Apenas I, II, III e IV.
 - c) Apenas I, II e IV.
 - d) Apenas I, II, IV e V.
 - e) Apenas II, III e V.
-

25. Observe as sentenças abaixo, relacionadas à departamentalização:

I- Um dos tipos de departamentalização é a denominada “por quantidade”. Para uma empresa trabalhar com esse tipo de departamentalização, deve agrupar um certo número de pessoas não diferenciáveis que terá a obrigação de executar tarefas sob as ordens de um superior. Uma variação desse tipo é a chamada departamentalização “por turno”.

II- Na departamentalização matricial há uma sobreposição de dois ou mais tipos de departamentalização, sendo a mais comum a existência das estruturas funcional e por projetos. Tendo em vista a característica do compartilhamento de responsabilidades, exige o comprometimento, a confiança e até a improvisação para se solucionarem os problemas.

III- A departamentalização mista é pouco frequente, pois há maior dificuldade na elaboração de diferentes tipos de departamentalização em uma mesma empresa.

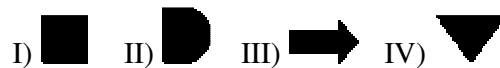
IV- Uma das vantagens da departamentalização por projetos é que, geralmente, ela apresenta um sistema adequado de comunicação e tomada de decisões em que as equipes estão integradas e trocando informações dos diversos projetos.

V- Um dos princípios para o estabelecimento da melhor departamentalização para a empresa é denominado de supressão da concorrência.

Estão corretas as sentenças:

- a) Apenas I, II e V.
 - b) Apenas I, III e IV.
 - c) Apenas I, II, III e V.
 - d) Apenas II, III e V.
 - e) Apenas II, IV e V.
-

26. Observe as figuras abaixo, relacionadas aos Fluxogramas:



Assinale a alternativa que apresenta corretamente as descrições da simbologia do fluxograma vertical, respectivamente, de acordo com as figuras:

- a) I-Execução ou inspeção; II-Demora ou Atraso; III-Transporte; IV-Arquivo Provisório.
 - b) I-Execução ou inspeção; II-Arquivo Provisório; III-Replicação; IV-Demora ou Atraso.
 - c) I-Demora ou Atraso; II-Arquivo Definitivo; III-Transporte; IV-Arquivo Provisório.
 - d) I-Execução ou inspeção; II-Demora ou Atraso; III-Transporte; IV-Arquivo Definitivo.
 - e) I-Demora ou Atraso; II-Arquivo Provisório; III-Replicação; IV-Execução ou inspeção.
-

27. O relacionamento das organizações com o mercado pode utilizar diversas abordagens. Uma das mais utilizadas é o Marketing de Relacionamento. Assinale a alternativa que melhor descreve esse conceito.

- a) O Marketing de Relacionamento ocupa-se fundamentalmente com as atividades de serviços, sendo aplicado somente em empresas que trabalham com prestação de serviços.

b) O Marketing de Relacionamento é responsável por contratar, treinar e motivar funcionários capazes que queiram atender bem os clientes.

c) O Marketing de Relacionamento tem como principal foco os contextos ético, ambiental, legal e social das atividades e dos programas de Marketing.

d) O Marketing de Relacionamento tem como principais tarefas delinear atividades de Marketing e montar programas de Marketing totalmente integrados para criar, comunicar e entregar valor aos consumidores.

e) O Marketing de Relacionamento tem como meta construir relacionamentos de longo prazo mutuamente satisfatório com partes-chave, tais como clientes, fornecedores, distribuidores e outros parceiros de Marketing.

28. Empresas agroindustriais possuem diversas estratégias para alcançar seus objetivos. Cada opção estratégica gera uma série de ações de curto, médio e longo prazo, que possibilitam o sucesso de sua implantação. Assim, as empresas podem utilizar uma estratégia ou a combinação de mais de uma simultaneamente. Observe as afirmativas a seguir quanto às estratégias:

I- Especialização: consiste basicamente em desconcentrar as atividades da empresa. Muito utilizada por grandes empresas.

II- Diversificação: ocorre exclusivamente em mercados que a empresa já atua, utilizando os mesmos produtos ou produtos diferentes.

III- Inovação: ocorre através do desenvolvimento de novas idéias ou tecnologias em determinado setor.

IV- Integração Vertical: está associada à apropriação de lucros dos mercados situados à montante e à jusante da atividade original da empresa e/ou ao controle destes mercados com o objetivo de favorecer sua atividade original.

V- Estratégias de corte: está associada a situações de grave crise na empresa. As ações podem variar quanto a sua profundidade e extensão.

Estão corretas as afirmativas:

a) Apenas I, III e IV.

b) Apenas I, IV e V.

c) Apenas I, II e V.

d) Apenas II, III e IV.

e) Apenas III, IV e V.

29. De acordo com Batalha et al. (2008), o Composto Mercadológico ou Marketing Mix pode ser entendido como um conjunto das variáveis mercadológicas que a empresa planeja, implementa e controla de modo a satisfazer o seu mercado-alvo, dentro de um prazo predeterminado. Um dos componentes desse composto mercadológico é o Composto de Comunicação, que inclui elementos como:

a) Canais de distribuição, promoção de vendas, venda pessoal, embalagem e mercado.

b) Propaganda, venda pessoal, canais de distribuição, embalagem e relações públicas.

c) Propaganda, promoção de vendas, *merchandising*, venda pessoal e relações públicas.

d) Venda pessoal, embalagem, canais de distribuição, venda pessoal e relações públicas.

e) Venda pessoal, canais de distribuição, embalagem, mercado e promoção de vendas.

30. A marca pode ser constituída por uma letra, palavra, símbolo ou qualquer combinação de elementos, adotada para identificar produtos e serviços. Entre os tipos de marcas, pode-se destacar aquela que designa um produto e pode ser expressa em palavras. Esse conceito refere-se à:

a) marca de família.

b) marca nominal.

c) marca de fabricante.

d) marca própria.

e) marca registrada.

31. De acordo com Kotler e Keller (2006), um segmento de mercado consiste em um grande grupo de consumidores que possuem as mesmas

preferências. Após identificar os segmentos de mercado potenciais, uma empresa deve decidir quantos e quais deseja focar. Para serem úteis, os segmentos de mercado devem atender favoravelmente cinco critérios, sendo que um deles apresenta a seguinte definição: os segmentos devem ser grandes e rentáveis o suficiente para serem atendidos. Um segmento deve ter o maior grupo homogêneo possível e um programa de marketing bem desenvolvido. Essa definição refere-se ao critério:

- a) diferenciáveis.
 - b) mensuráveis.
 - c) acessíveis.
 - d) substanciais.
 - e) acionáveis.
-

32. A área de Logística possui uma interface bastante acentuada com as áreas de Produção e Marketing. A área de Produção tem a responsabilidade de gerar os produtos da empresa, e seu foco é concentrado nas atividades que afetam a manufatura, incluindo aquelas do canal de suprimentos. A área de Marketing preocupa-se com as atividades que geram faturamento, e seu interesse é nas atividades que afetam as vendas, incluindo as do canal de distribuição. Assinale a alternativa que apresenta atividades de interface entre as áreas de Produção e Logística.

- a) Programação da produção, localização das fábricas e compras.
 - b) Localização dos depósitos, embalagem e nível de serviço ao cliente.
 - c) Gestão de estoques, pesquisa de mercado e embalagem.
 - d) Programação da produção, compras e gestão de estoques.
 - e) Localização das fábricas, compras e pesquisa de mercado.
-

33. Batalha *et al.* (2008) definem Plano Mestre de Produção como sendo o registro das decisões sobre quais produtos serão fabricados, em quais quantidades e em que períodos, de forma a usar da melhor forma possível os recursos produtivos

e o capital investido, atendendo satisfatoriamente às previsões de demanda e/ou pedidos e necessidades já existentes. Fatores de um Plano Mestre de Produção que impõem características de industrialização às atividades rurais são definidos a seguir, EXCETO:

- a) momento de plantio.
 - b) definição de locais de plantio.
 - c) comercialização dos produtos obtidos.
 - d) momento da colheita.
 - e) tipos de sementes ou matrizes utilizadas.
-

34. Como forma de atuação, a Gestão da Qualidade utiliza-se de estratégias que, além de se mostrarem de simples concepção e implantação, têm se mostrado altamente eficientes. Uma das estratégias se destina à análise de operações e situações típicas do processo produtivo. Seu esquema de apresentação é semelhante à espinha de um peixe, onde o eixo principal representa um fluxo básico de dados e as espinhas caracterizam elementos que confluem para esse fluxo fundamental. A ferramenta de que esse conceito trata é:

- a) Histograma.
 - b) Diagrama matriz.
 - c) Diagrama de Pareto.
 - d) Diagrama de causa e efeito.
 - e) Diagrama de dependência.
-

35. Além de determinar quais são os objetivos de desempenho mais importantes, Slack (1996) afirma que as estratégias de produção estabelecem a direção geral para cada uma das áreas de decisão da produção. Entre essas se destacam as estratégias que influenciam o planejamento e controle. Essas estratégias definem sistemas, procedimentos e políticas que determinam a forma como a operação ocorrerá, além da forma de alocação dos recursos e das decisões de programação da produção. Assinale a alternativa INCORRETA quanto às estratégias na área de decisão de planejamento e controle.

- a) Estratégia de ajuste da capacidade.
- b) Estratégia de instalações.

- c) Estratégia de desenvolvimento de fornecedores.
 - d) Estratégia de estoques.
 - e) Estratégia de sistemas de planejamento e controle.
-

36. O transporte é um fator-chave para o bom desempenho da cadeia de suprimentos, fazendo com que os gerentes tomem decisões cruciais quanto ao meio a ser utilizado para o deslocamento dos produtos de um ponto a outro na rede da cadeia de suprimentos. A seguir apresentam-se cinco opções básicas de meios de transporte, com algumas características.

I- Via aérea: meio mais caro, mas também mais rápido.

II- Caminhão: meio relativamente rápido e barato, com baixos níveis de flexibilidade.

III- Trem: meio caro, utilizado para grandes quantidades.

IV- Navio: o meio mais lento, mas, muitas vezes, a única opção econômica para grandes transportes para o exterior.

V- Dutos: usados principalmente para transportar óleo e gás.

Assinale a alternativa que possui as características corretas em relação ao meio de transporte:

- a) Apenas I, II e IV.
 - b) Apenas I, III e V.
 - c) Apenas I, IV e V.
 - d) Apenas II, III e IV.
 - e) Apenas III, IV e V.
-

37. O treinamento, segundo Chiavenato (2008), é um esforço contínuo para melhorar as competências das pessoas e, conseqüentemente, o desempenho organizacional. Assim, o treinamento é um processo cíclico e contínuo composto de quatro etapas, que são:

- a) indicação das pessoas, mapeamento, execução do treinamento e avaliação.
- b) diagnóstico, desenho, implementação e avaliação.
- c) identificação, definição da técnica, execução do treinamento e controle.

d) indicação das pessoas, definição da técnica, implementação e avaliação.

e) diagnóstico, mapeamento, análise do treinamento e controle.

38. Os processos de agregar pessoas constituem as formas de ingresso das pessoas nas organizações. Um dos processos de agregar as pessoas é a seleção, que, para Chiavenato (2008), consiste no processo de escolher o melhor candidato para o cargo. Então, pode-se afirmar que a seleção de pessoal é um sistema de comparação e, para tanto, deve-se apoiar em algum critério de referência. Assim, considere as seguintes afirmativas que constituem bases para a seleção de pessoas:

I- Descrição e análise do cargo.

II- Técnica dos incidentes críticos.

III- Requisição de pessoal.

IV- Análise do cargo no mercado.

V- Hipótese de trabalho.

Estão corretas:

- a) Todas as afirmativas.
 - b) Apenas I, II, III e V.
 - c) Apenas I e III.
 - d) Apenas II, III e IV.
 - e) Apenas II, IV e V.
-

39. Um determinado defensivo agrícola é vendido em uma agropecuária pelo preço de R\$ 425,00 à vista. O comprador pode pagar em um único pagamento após dois meses, ou seja, a prazo. Considerando os conceitos de valor futuro e valor presente, qual será o valor da prestação se a taxa de juros cobrada no financiamento é de 6% ao mês?

- a) R\$ 450,50
 - b) R\$ 455,50
 - c) R\$ 477,53
 - d) R\$ 482,04
 - e) R\$ 488,65
-

40. A análise econômico-financeira de projetos envolve a decisão de fazer investimentos de capital que envolve a geração e avaliação de diversas alternativas que atendam as especificações técnicas dos investimentos. Um dos indicadores mais importantes para mensurar a viabilidade financeira de certo projeto de investimento, que consiste na diferença entre o valor investido e o valor dos benefícios esperados, descontados para uma data inicial, usando como taxa de desconto a Taxa de Mínima Atratividade (TMA), é:

- a) Índice Benefício/Custo (IBC).
 - b) Período de Recuperação do Investimento (PRI).
 - c) Custo de Oportunidade.
 - d) Taxa Interna de Retorno (TIR).
 - e) Valor Presente Líquido (VPL).
-

41. Analise as afirmativas a seguir sobre as técnicas de análise de investimentos de projetos:

I- Um projeto de R\$ 140.000,00 de investimento inicial e Valor Presente Líquido (VPL) de R\$ 25.590,00 não é viável, pois o VPL é menor que o investimento inicial.

II- Considerando uma Taxa de Atratividade Mínima (TMA) de 15% ao período de um projeto e com uma Taxa Interna de Retorno (TIR) de 20,5%, pode-se afirmar que o projeto é viável, pois a TMA é menor que a TIR.

III- Um projeto é viável quando apresenta um Valor Presente Líquido (VPL) maior do que zero para um determinado valor.

IV- O Período de Recuperação do Investimento (PRI) ou *Payback* pode ser utilizado para mensurar o risco associado ao projeto, pois quanto menor for o PRI mais incerta será a recuperação do capital.

As afirmativas corretas são:

- a) Apenas I e III.
 - b) Apenas I, II e IV.
 - c) Apenas I e IV.
 - d) Apenas II e III.
 - e) I, II, III e IV.
-

42. Há vários itens a serem considerados no cálculo do custo de produção de uma empresa rural. O controle de custos permite, entre outras vantagens, ao empresário rural conhecer a rentabilidade de seu negócio. Desta forma, sobre os custos de produção está INCORRETO afirmar:

- a) Custo é um gasto relativo a bem ou serviço utilizado na produção rural, ou seja, são todos os gastos relativos à atividade de produção.
 - b) O custo variável total é o custo de recursos com duração igual ou menor que o ciclo de produção.
 - c) A depreciação de máquinas agrícolas, mão-de-obra direta e o consumo de insumos diretos são custos de produção.
 - d) O custo total médio é também conhecido como custo unitário, e é relativo a uma unidade produzida.
 - e) São custos de produção: mão-de-obra direta, custos indiretos de produção e despesas com impostos.
-

43. Uma empresa agropecuária está produzindo dois produtos: produto A e produto B. Suponha que a empresa apresente custos e despesas fixas mensais de R\$ 30.000,00 e os preços e custos apresentados na tabela a seguir.

Produto	Preço de venda unitário	Custos e despesas variáveis unitárias
A	R\$ 800,00	R\$ 400,00
B	R\$ 1.000,00	R\$ 800,00

Considere as seguintes afirmativas:

I- A margem de contribuição unitária do produto A é maior que a margem de contribuição unitária do produto B.

II- Considerando os mesmos custos fixos, o ponto de equilíbrio do produto A é maior que o ponto de equilíbrio do produto B.

III- O faturamento da empresa A é menor que o faturamento do produto B.

IV- Nestas condições, se a empresa vender 80 unidades do produto A e 140 unidades do produto B, ela terá lucro.

A alternativa correta é:

- a) As afirmativas I e III estão corretas.
 - b) As afirmativas I, II e IV estão corretas.
 - c) Apenas a afirmativa II está correta.
 - d) Apenas a afirmativa IV está incorreta.
 - e) As afirmativas II e IV estão corretas.
-

44. O agronegócio, segundo Mendes e Junior (2007), consiste na soma total das operações de produção e distribuição de suprimentos agrícolas, das operações de produção nas unidades agrícolas, do armazenamento, do processamento e da distribuição dos produtos agrícolas. As instituições e organizações envolvidas no agronegócio podem ser agrupadas em três categorias:

I- Operacionais: que atuam fisicamente sobre o produto ao longo do sistema, como é o caso dos produtores.

II- Fomentadoras: que geram e transmitem energia no estágio inicial do sistema, como é o caso dos agentes financeiros.

III- Coordenadoras: que regulam a interação e integração dos diferentes segmentos do sistema, como é o caso do governo.

IV- Fiscalizadoras: que fiscalizam as organizações de cada setor, através do censo econômico, a fim de verificar alterações na demanda.

Estão corretas:

- a) Apenas as afirmativas I, II e III.
 - b) Apenas as afirmativas I, II e IV.
 - c) Apenas as afirmativas I, III e IV.
 - d) Apenas as afirmativas II, III e IV.
 - e) Apenas as afirmativas II e IV.
-

45. A principal característica dos preços dos produtos agropecuários é a instabilidade, ou seja, apresentam elevado grau de variabilidade no decorrer do tempo. Esse fenômeno, segundo Mendes e Junior (2007), ocorre em consequência dos seguintes fatores, EXCETO:

a) Produção sazonal, ou seja, a oferta de alimentos não ocorre de forma constante durante o ano.

b) A produção é um processo biológico e é afetado pelo clima, pragas e doenças.

c) Há dificuldade de previsão e controle do lado da oferta.

d) A produção é dispersa com distinção de marca e qualidade e os produtos agropecuários geralmente são comercializados na forma heterogênea, ou seja, diferenciados.

e) Elasticidade – preço da demanda e da oferta. Quanto mais inelástica a curva de demanda, maior a variabilidade nos preços do produto e nos retornos esperados pelos produtores.

46. Sobre as estratégias de negociação de estoques, aquela que apresenta uma alternativa ao produtor por meio de sua cooperativa, a qual após receber a produção de seus associados, passa a efetuar vendas em diferentes épocas, a fim de obter um preço médio, permitindo reduzir riscos de mercado, é a estratégia de negociação de estoques conhecida como:

- a) venda com preço a fixar por meio da cooperativa.
 - b) venda com preço autorizado.
 - c) venda com preço a fixar com particular.
 - d) prêmio para escoamento de produto.
 - e) venda em comum ou *pooling*.
-

47. Os mercados afetam diretamente os retornos esperados pelos produtores, além de impactar o agronegócio. Observando os mercados agropecuários, de acordo com Mendes e Junior (2007), podem-se identificar quatro tipos de mercados, EXCETO:

- a) mercado secundário.
 - b) mercado físico.
 - c) mercado a termo.
 - d) mercado futuro.
 - e) mercado de opções.
-

48. Considerando o impacto das inovações tecnológicas, bem como as complexas interfaces dos mercados, Callado (2008) destaca as características específicas para o agronegócio brasileiro, EXCETO:

- a) Maior especialização em certas atividades.
- b) Perda de autossuficiência.
- c) Não dependência de insumos e serviços de terceiros.
- d) Distanciamento entre os centros produtores e consumidores.
- e) Integração internacional dos mercados.

49. Partindo do conceito de agronegócio, marque a alternativa que apresenta corretamente os cinco principais setores do agronegócio, segundo Mendes e Junior (2007):

- a) Produção agropecuária, setor ambiental, setor de gestão de custos, distribuição e consumo e serviços de apoio ao transporte rural.
- b) Fornecedores de insumos e bens de produção, produção agropecuária, processamento e transformação, distribuição e consumo e os serviços de apoio.
- c) Fornecedores de insumos, setor de gestão dos custos de produção, distribuição e consumo, processamento e transformação e serviços de apoio.
- d) Produção agropecuária, processamento e transformação, distribuição e consumo, setor de gestão da qualidade e serviços de apoio.
- e) Entrada de insumos, setor de gestão dos custos de produção, manutenção, setor ambiental e controle das atividades de apoio.

50. O segmento chamado de “Dentro da porteira”, de uma empresa rural, abrange todas as atividades produtivas propriamente ditas. Já o segmento chamado de “Depois da porteira” envolve todas as etapas necessárias para a obtenção dos produtos finais, ou seja, o gestor se preocupa em inseri-los no mercado para que os consumidores finais possam adquiri-los. Qual dos subsetores não faz parte do segmento “Dentro da porteira”?

- a) Atividades pecuárias.
- b) Atividades agrícolas.
- c) Atividades de transformação.
- d) Logística.
- e) Serviços.