



TÉCNICO EM  
COOPERATIVISMO



EDUCAÇÃO  
Secretaria de Estado  
da Educação / SEDUC



# Elaboração e Análise de Projetos

**PROFESSORA: IÚNA CARMO**  
**CONTEÚDO: QUESTIONÁRIO**  
**(RESOLUÇÃO DA ATIVIDADE**  
**COMPLEMENTAR)**  
**DATA: 12.06.2019**

## QUESTIONÁRIO (ATIVIDADE COMPLEMENTAR)

1ª). O que é Mercado?

2ª). Quem são os potenciais clientes?

3ª) A definição de mercado começa com um estudo que há de seguir seis passos. Quais são esses passos?

4ª). Sabe-se que as informações coletadas virão até nós na forma de dados primários e secundários. Como obter os dados primários e secundários?

1ª). - Área para qual convergem a oferta e a procura com o fim de estabelecer um preço único, composta por clientes potenciais que partilham de uma mesma necessidade ou desejo e possuem condições para participar de um processo de troca, para satisfazer aquela necessidade ou desejo;

- Síntese de tudo aquilo que não se pode controlar, enquanto a empresa é a síntese de tudo o que se pode controlar.

2ª). Indivíduos ou organizações que têm necessidades não atendidas, mas possuem recursos financeiros.

3ª). Perguntar; Determinar; Coletar dados; Analisar os dados; Verificar os dados; Avaliar.

4ª). Os **dados primários** devem ser obtidos em primeira mão através de questionários de amostragem relacionados com a nossa proposta específica; os **dados secundários** já se encontram em informações publicadas em livros, jornais, revistas, internet, etc.

**5ª). Marque a alternativa correta. Quanto aos hábitos de compra dos consumidores, pode-se identificar os produtos como:**

- ☒ (a) Bens de emergência; Bens de compra comparada; Bens especiais e Bens não procurados.
- (b) Bens não duráveis; Bens duráveis e Serviço.
- (c) Produto básico; Produto tangível e Produto ampliado.
- (d) Matérias-primas; Instalações; Equipamentos acessórios; Partes e materiais componentes e Suprimentos e serviços.
- (e) Nenhuma das alternativas estão corretas.

### 6ª). Marque a alternativa correta. Sobre Marketing:

- (a) Qualquer coisa que pode ser oferecida a um mercado para aquisição, atenção, utilização ou consumo e que pode satisfazer um desejo ou uma necessidade. Isto inclui objetos físicos, serviços, pessoas, lugares, organizações e ideias.
- (b) É quanto um cliente está disposto a pagar por um produto; diretamente ligado a quanto o consumidor acha que o seu produto custa.
- (c) Refere-se à acessibilidade do seu produto aos consumidores; local onde se vende o produto ou serviço (pode ser espaço físico ou virtual).
- (d) Compreender as necessidades, percepções, motivações e atitudes dos consumidores em potencial.
- ☒ (e) Termo utilizado para o estudo dos mecanismos que orientam as relações de troca de produtos, serviços ou ideias, considerando os benefícios de quem vende e também a satisfação de quem adquire.

**7ª). Marque a alternativa correta, que diz respeito ao seguinte conceito: “Busca compreender as necessidades, percepções, motivações e atitudes dos consumidores em potencial. Descrever o mercado projetado a partir do ponto de vista estatístico não é o suficiente. Se a cooperativa quiser ser eficaz precisa saber como pensam e vivem os clientes. A aprendizagem de suas necessidades, percepções, motivações e atitudes parte dos dados primários”.**

- (a) Motivação
- (b) Necessidade
- ☒ (c) Promoção
- (d) Percepções
- (e) Atitudes

**8ª).** Nas cooperativas, existe um aspecto adicional a considerar em relação aos preços: os clientes são também os donos do negócio e querem, basicamente, nas relações, negociar, com sua cooperativa. O que os clientes negociam? Marque a alternativa correta.

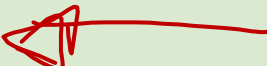
- ~~(a)~~ Vender seus produtos pelo maior preço possível.
- ~~(b)~~ Comprar pelo menor preço possível.
- ~~(c)~~ Manter a cooperativa sempre saudável financeiramente.
- (d) O local de venda dos produtos.
- (e)** As alternativas a, b, c, estão corretas.



**9ª). Na identificação de Produtos, marque a alternativa correta em relação ao nível de um produto.**

- (a) Produto básico
- (b) Produto tangível
- (c) Produto ampliável
- (d) Suprimentos e serviços
- (e) As alternativas corretas são: a, b, c.**

**10ª).** Quais os aspectos que dizem respeito à avaliação de políticas setoriais, aos incentivos específicos sobre as micro, pequenas e médias empresas e à observância de leis que regem o setor? Marque a alternativa correta.

- ☒ (a) Aspectos legais e políticos 
- (b) Aspectos tecnológicos
- (c) Aspectos culturais
- (d) Aspectos fisiológicos
- (e) Aspecto por idade

**11ª). Na conclusão do projeto, o produto é apresentado e as atividades administrativas são encerradas. Um novo ciclo de vida pode ter início. De um modo geral, podemos distinguir quatro etapas principais a serem desenvolvida em ordem. Marque a alternativa correta.**

- (a) Montagem e execução (execução), anteprojeto (preparação), projeto final ou definitivo (estruturação) e funcionamento normal.
- (b) Projeto final ou definitivo (estruturação), anteprojeto (preparação), montagem e execução (execução) e funcionamento normal.
- ☒ (c) Anteprojeto (preparação), projeto final ou definitivo (estruturação), montagem e execução (execução) e funcionamento normal (conclusão).
- (d) Anteprojeto (preparação), montagem e execução (execução), projeto final ou definitivo (estruturação) e funcionamento normal.
- (e) Nenhuma das alternativas.

**12ª). Antes de escolher a ideia que pode se traduzir em uma oportunidade de negócio, é preciso executar uma série de etapas preliminares para garantir que, na medida do possível, o projeto seja bem sucedido. Neste sentido, é importante: (marque a alternativa errada).**

- (a) Recolher todas as informações úteis e interessantes sobre o tipo de negócio e produto que se pretende implementar.
- (b)** Estabelecer implicitamente se o que foi feito, satisfaz nossos negócios.
- (c) Verificar se é uma ideia existente ou que tenha sido utilizada por outras empresas, ou se existem empresas que estão considerando a sua implementação.
- (d) Testar possíveis defeitos e dificuldades que podem surgir quanto a sua aplicação.
- (e) Todas as alternativas estão erradas.

**13ª) Em um roteiro de plano de negócios, os seguintes itens, com sua respectiva definição, são informações necessárias ao projeto: (marque a alternativa correta).**

- ☒ (a) Elementos de diferenciação (diferenciais do produto, qualidade, preços, distribuição, etc.).
- ☐ (b) Mercado potencial (descrição do produto, tecnologia utilizada, etc.).
- ☒ (c) Projeção de vendas (explicar como devem acontecer os volumes de vendas, de forma qualitativa e quantitativa).
- ☒ (d) Quem são os interessados/responsáveis pela implementação (qualificação, formação, experiências profissionais, etc.).
- ☐ (e) As alternativas: a, c, d estão corretas.