

# Credenciamento de Profissionais

## Prestação de Serviços de Consultoria e Instrutoria

### Segunda Etapa – Segunda Fase

### Avaliação de Conhecimentos Técnicos

Aplicação: 9/9/2007

#### LEIA COM ATENÇÃO AS INSTRUÇÕES ABAIXO.

- 1 Ao receber este caderno de prova, correspondente à segunda fase — avaliação de conhecimentos técnicos — da segunda etapa — processo de seleção — do credenciamento, verifique se ele contém nove propostas para dissertação, abordando temas relacionados a micro e pequenas empresas, acompanhadas de páginas para rascunho.
- 2 Caso o caderno esteja incompleto ou apresente algum defeito, solicite ao chefe de sala que tome as providências cabíveis.
- 3 As páginas para rascunho são de uso opcional, não contarão, portanto, para avaliação.
- 4 Você deverá escolher um tema a respeito do qual deverá elaborar a sua dissertação. Escolhido o tema, marque, obrigatoriamente, no seu CADERNO DE TEXTO DEFINITIVO, na página 1, no local próprio, com um X, o número do tema escolhido. **A ausência dessa marcação ou a marcação de mais de um tema implicará a anulação da sua prova e, conseqüentemente, a sua eliminação do processo.**
- 5 Você deverá escrever, no mínimo, **trinta** e, no máximo, **sessenta** linhas. Qualquer texto aquém da extensão mínima de trinta linhas será apenado e qualquer fragmento de texto além da extensão máxima de **sessenta** linhas será desconsiderado.
- 6 A dissertação vale **dez** pontos e será avaliada com relação ao conteúdo, à apresentação e ao domínio da modalidade escrita em língua portuguesa, da seguinte forma:
  - A = apresentação e estrutura textual (legibilidade, respeito às margens, paragrafação) e respeito ao mínimo de linhas exigido (valor máximo: 1,5 ponto);
  - B = domínio da modalidade escrita em língua portuguesa (valor máximo: 1,5 ponto);
  - C = conteúdo: desenvolvimento e domínio de conhecimentos técnicos relativos ao tema escolhido (valor máximo: 7,0 pontos).A nota final (NF) na segunda fase (avaliação de conhecimentos técnicos) será igual à soma A + B + C. Se  $NF < 5,0$ , você estará automaticamente eliminado do processo de seleção para credenciamento.
- 7 A duração da prova é de **duas horas e trinta minutos**, já incluído o tempo destinado à identificação, que será feita no decorrer da prova, e à transcrição do texto para o CADERNO DE TEXTO DEFINITIVO. Você deverá permanecer obrigatoriamente em sala por, no mínimo, **uma hora** após o início da prova e poderá levar o seu caderno de prova somente no decurso dos últimos **quinze minutos** anteriores ao horário determinado para o término da prova.
- 8 A dissertação deverá ser feita em língua portuguesa e sem consulta a qualquer material que não seja fornecido pelo CESPE/UnB.
- 9 Nenhuma folha deste caderno pode ser destacada.
- 10 A desobediência a qualquer uma das determinações constantes no presente caderno ou no CADERNO DE TEXTO DEFINITIVO poderá implicar a anulação da sua prova e a sua eliminação do processo.

#### AGENDA (datas prováveis)

- I **26/9/2007** – Resultado provisório da prova discursiva: Internet — [www.cespe.unb.br/concursos/sebrae\\_nacional\\_2007](http://www.cespe.unb.br/concursos/sebrae_nacional_2007) e [www.sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br).
- II **27 e 28/9/2007** – Recursos (prova discursiva): exclusivamente no Sistema Eletrônico de Interposição de Recurso, Internet — [www.cespe.unb.br/concursos/sebrae\\_nacional\\_2007](http://www.cespe.unb.br/concursos/sebrae_nacional_2007), mediante instruções e formulários que estarão disponíveis nesse sistema.
- III **9/10/2007** – Resultado final da prova discursiva e convocação para a avaliação de habilidades: Internet — [www.cespe.unb.br/concursos/sebrae\\_nacional\\_2007](http://www.cespe.unb.br/concursos/sebrae_nacional_2007) e [www.sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br).

#### OBSERVAÇÕES

- Não serão objeto de conhecimento recursos em desacordo com o Edital de Credenciamento SEBRAE Nacional n.º 1/2007.
- Informações adicionais: telefone 0(XX) 61 3448-0100; Internet — [www.cespe.unb.br/concursos/sebrae\\_nacional\\_2007](http://www.cespe.unb.br/concursos/sebrae_nacional_2007) e [www.sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br).
- É permitida a reprodução deste material apenas para fins didáticos, desde que citada a fonte.

## TEMA 1 – GESTÃO DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Muito tem sido comentado acerca das características próprias de gestão das micro e pequenas empresas brasileiras, muitas delas de aspecto negativo, tais como: pouco capital empregado, altos índices de natalidade e mortalidade, informações financeiras e econômicas pouco precisas, conhecimento precário da estrutura de custos, pouca utilização de tecnologias mais avançadas, baixo investimento em inovações tecnológicas, dificuldade de obtenção de capital de giro, emprego de mão-de-obra inadequada para o negócio.

Um instrumento bastante útil para minimizar o impacto desses problemas ou mesmo corrigi-los é o plano de negócios, que pode ser empregado tanto em novos negócios como em negócios já existentes.

---

Com base nas informações acima, descreva e especifique o conteúdo de um plano de negócios, tecendo comentários acerca da contribuição positiva de cada uma das subdivisões desse plano para a melhoria das características negativas das micro e pequenas empresas.

---

## TEMA 2 – LEGISLAÇÃO APLICADA ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

A legislação brasileira tem consagrado o princípio segundo o qual as micro e pequenas empresas devem ter tratamento diferenciado, que possibilite seu aparecimento e sobrevivência em um sistema econômico altamente concorrencial. Dessa maneira, a diversificação e a pulverização de iniciativas que envolvam riscos devem estar associadas a garantias mínimas de favorecimento às empresas de pequeno porte, constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sua sede e administração no país, em cumprimento a dispositivo constitucional inserido no capítulo sobre os princípios gerais da atividade econômica (art. 179, IX).

Nesse contexto, a legislação complementar e ordinária tratou de incentivar as microempresas (MEs) e empresas de pequeno porte (EPPs) por meio da simplificação de suas obrigações administrativas, tributárias, previdenciárias e creditícias, ou a sua redução ou até eliminação.

---

Considerando que o texto acima tem caráter apenas motivador, redija um texto dissertativo acerca do seguinte tema.

### O tratamento tributário diferenciado aplicável às micro e pequenas empresas

Ao elaborar o texto, aborde, necessariamente, os seguintes aspectos:

- ▶ abrangência do Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte no âmbito do país, no que se refere às esferas de Poder, à natureza das obrigações e ao acesso aos mercados de bens, serviços e crédito;
- ▶ conceito e significado de receita bruta adotados para efeito de enquadramento — e permanência no regime diferenciado — das MEs e EPPs;
- ▶ tipos de tributos e contribuições compreendidos e não-compreendidos no regime unificado de arrecadação (Simples Nacional).

### **TEMA 3 – CONTEXTO ATUAL DA MICRO E PEQUENA EMPRESA NO BRASIL**

A micro e a pequena empresas vêm prestando crescente apoio ao desenvolvimento econômico brasileiro. À semelhança de outros países desenvolvidos ou em desenvolvimento que animam a inserção internacional de suas economias nacionais, o Brasil, no contexto da ampliação de sua presença comercial global no início do século XXI, vem engendrando esforço substantivo na direção da valorização política e jurídica de tais empresas e nas políticas de fortalecimento das suas dimensões sociais e competitivas.

---

À luz das considerações acima, redija um texto que apresente o contexto da micro e da pequena empresas no Brasil, abordando, necessariamente, os seguintes aspectos:

- ▶ o papel da micro e da pequena empresas no combate à pobreza;
  - ▶ a relação entre tais empresas e a interiorização do desenvolvimento nacional;
  - ▶ a relação entre essas empresas e a internacionalização do Brasil;
  - ▶ a simplificação dos procedimentos formais dessas empresas e a agilização econômica.
- 

### **TEMA 4 – POLÍTICAS PÚBLICAS PARA MICRO E PEQUENA EMPRESA**

No ambiente das políticas públicas de Estado, a dimensão estratégica conferida às micro e pequenas empresas varia de país para país. Há países que conferem pouco apoio a essas empresas e outros que as tornaram uma das estratégias de desenvolvimento, havendo, ainda, aqueles que dão apoio retórico à sua formação, mas não conferem meios de sustentação e competitividade ao setor.

Observe-se o caso da Espanha. Os pequenos negócios foram essenciais ao salto para o desenvolvimento econômico e social por que passou aquele país nas últimas décadas, particularmente depois de sua integração à União Européia. A Espanha de hoje parece distante do atraso dos tempos do franquismo.

---

Tendo como base o texto acima apresentado, redija um texto em que sejam examinadas e sugeridas políticas para o desenvolvimento de micro e pequenas empresas, abordando, necessariamente, os seguintes aspectos:

- ▶ o papel de micro e pequenos negócios no renascimento econômico e social vivido hoje em países historicamente periféricos na Europa centro-ocidental, a exemplo da Espanha;
  - ▶ a comparação entre a geração de políticas públicas nessa área no Brasil e na Espanha;
  - ▶ os pontos centrais para a formulação de política pública no Brasil voltada para um projeto estratégico de desenvolvimento que leve mais em conta o papel das micro e pequenas empresas.
-

## TEMA 5 – MECANISMO DE APOIO ÀS EXPORTAÇÕES

Sabe-se que a produção cultural no MERCOSUL concentra-se nas grandes empresas, algumas com forte perfil internacionalizado. Ao mesmo tempo, micro, pequenas e médias empresas, de menor projeção internacional e sub-regional, são responsáveis por uma maior empregabilidade no setor cultural. Diante do paradoxo entre produzir postos de trabalho em indústrias mais suscetíveis às oscilações do mercado e estimular a pauta exportadora das grandes empresas da indústria cultural, o sentido social do processo decisório nessa área não poderá excluir a dimensão do emprego.

José Flávio Sombra Saraiva. *Cultura, indústria e integração: uma nova esperança no MERCOSUL*. In: Gabriel Alvarez (org.). *Indústrias culturais no MERCOSUL*. Brasília: Instituto Brasileiro de Relações Internacionais, 2003, p. 23.

---

Tomando o trecho acima como referência inicial, redija um texto abordando, necessariamente, os seguintes tópicos:

- ▶ atual quadro de apoio às exportações da micro e pequena empresa no Brasil;
- ▶ situação da micro e da pequena empresas no contexto do MERCOSUL;
- ▶ proposição de mecanismos que retenham o emprego e estimulem a capacidade exportadora da micro e da pequena empresas no Brasil.

---

## TEMA 6 – ACESSO A SERVIÇOS FINANCEIROS

A legislação brasileira atribui ao sistema financeiro nacional as funções de promover o desenvolvimento equilibrado do país e de servir aos interesses da coletividade, em todas as partes que o compõem, abrangendo as cooperativas de crédito. No caso das empresas de pequeno porte, constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sede e administração no país, reconhece-se a necessidade de tratamento favorecido. Entre as formas de diferenciação aplicáveis às microempresas (MEs) e às empresas de pequeno porte (EPPs), destaca-se o incentivo à simplificação, à eliminação ou à redução de suas obrigações creditícias.

Nesse sentido, a legislação complementar e ordinária tratou de dispensar a essas empresas tratamento diferenciado e favorecido no que se refere a acesso a crédito e ao mercado.

---

Considerando que o texto acima tem caráter unicamente motivador, redija um texto dissertativo acerca do seguinte tema.

**O tratamento creditício diferenciado aplicável às micro e pequenas empresas**

Ao elaborar seu texto, aborde, necessariamente, os seguintes aspectos:

- ▶ a necessidade e as formas de intervenção do poder público no estímulo ao crédito às MEs e às EPPs;
- ▶ as instituições financeiras públicas e os programas de treinamento, desenvolvimento gerencial e capacitação tecnológica às MEs e às EPPs;
- ▶ a disponibilização, pelo Banco Central do Brasil, de dados e informações relativos às MEs e às EPPs, e seus possíveis efeitos.

## TEMA 7 – EDUCAÇÃO EMPRESARIAL

Na literatura, vem-se estudando o empreendedorismo como resultado de características pessoais. A ação empreendedora seria encontrada em indivíduos com alto grau de necessidade de realização, independência e com capacidade e vontade de assumir riscos. No entanto, conforme aponta Dolabela, os resultados das pesquisas não permitem conclusões definitivas, tanto pela falta de comparabilidade entre empreendedores e não-empreendedores como pelas próprias condições enfrentadas. Diante dessas contradições, esse autor, assim como muitos outros, vem sustentando que a postura empreendedora é muito mais função de aprendizado do que propriamente uma característica inata, o que leva à noção de que pode ser uma competência a ser desenvolvida.

Grace Vieira Becker e Beatriz Maria Braga Lacombe. Colocando luz em quem tem “idéias luminosas”: competências do empreendedor de base tecnológica. In: Anais do 27.º Encontro Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração. Atibaia: ANPAD, 2003 (com adaptações).

---

Tendo o texto acima como motivador, discorra sobre o conceito de competência (conceito clássico de Zarifian), abordando, necessariamente, os seguintes tópicos:

- ▶ o conceito;
- ▶ os três recursos ou dimensões;
- ▶ a função de cada um dos recursos ou dimensões.

---

## TEMA 8 – EMPREENDEDORISMO

O SEBRAE promoveu a realização de pesquisa nacional, no primeiro trimestre de 2004, para avaliar as taxas de mortalidade das micro e pequenas empresas brasileiras e os fatores causais da mortalidade, referentes às empresas constituídas e registradas nos anos de 2000, 2001 e 2002, com base em dados cadastrais das juntas comerciais estaduais. Foram levantados dados e informações de empresas extintas e em atividade, cujos resultados são importantes para subsidiar o sistema SEBRAE e os formuladores de políticas públicas no planejamento de ações e programas de apoio às MPEs, especialmente levando-se em conta que são constituídas, no Brasil, anualmente, em torno de 470 mil novas empresas.

As referidas taxas de mortalidade consolidadas para o Brasil são as seguintes:

- 49,4% para as empresas com até 2 anos de existência (2002);
- 55,64% para as empresas com até 3 anos de existência (2001);
- 59,9% para as empresas com até 4 anos de existência (2000).

SEBRAE. Fatores condicionantes e taxa de mortalidade de empresas no Brasil. Relatório de pesquisa realizada pelo SEBRAE, em conjunto com a Fundação Universitária de Brasília (FUBRA). In: Internet: <[www.sebrae.com.br/br/mortalidade\\_empresas/index.asp](http://www.sebrae.com.br/br/mortalidade_empresas/index.asp)> (com adaptações).

---

Considerando o texto acima apenas como motivador, cite três características do comportamento empreendedor e descreva como elas se relacionam com o sucesso da atividade empresarial.

## TEMA 9 – *MARKETING* E COMERCIALIZAÇÃO

Não existe nada mais frustrante para os profissionais de *marketing* do que ver o quanto, no Brasil, esse termo é pouco compreendido, apesar de amplamente utilizado. Para muitas pessoas, *marketing* ainda está associado a *enrolação* ou *enganação*. Isso se deve a uma série de razões, entre as quais, o contexto histórico em que o *marketing* foi introduzido no Brasil — quando a economia era protegida da concorrência externa —, a sua utilização para a venda de produtos com qualidade inferior e a sua aplicação em campanhas políticas de candidatos com reputação duvidosa. Como resultado, fala-se de *marketing* em tom pejorativo, expresso em frases como: “Tal produto não presta, é só *marketing*” ou “O candidato fulano de tal é fruto do *marketing*”.

Isso se deve, também, à confusão que se faz entre *marketing*, publicidade, propaganda ou vendas, ou, ainda, por se acreditar que um produto sem qualidade necessita obrigatoriamente da utilização de *marketing* para ser colocado no mercado, enquanto aqueles que são realmente bons não necessitam de sua utilização. Quanto equívoco!

Douglas Zela. *Afinal de contas, o que é marketing?*  
In: *FAE business*, n.º 2, jun./2002. Internet:  
<[www.fae.edu/publicacoes/pdf/](http://www.fae.edu/publicacoes/pdf/)> (com adaptações).

---

Tendo o texto acima como motivador, discorra sobre o composto de *marketing* ou composto mercadológico (conceito clássico de Jerome McCarthy), abordando, necessariamente, os seguintes tópicos:

- ▶ o conceito;
- ▶ os quatro componentes;
- ▶ a interferência de cada um dos componentes na estratégia de *marketing*.

1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	
16	
17	
18	
19	
20	
21	
22	
23	
24	
25	
26	
27	
28	
29	
30	

31	
32	
33	
34	
35	
36	
37	
38	
39	
40	
41	
42	
43	
44	
45	
46	
47	
48	
49	
50	
51	
52	
53	
54	
55	
56	
57	
58	
59	
60	