

**PROVA DE  
TEC. EM GESTÃO DE TURISMO****11**

Novembro / 2009

**LEIA COM ATENÇÃO AS INSTRUÇÕES:**

1 - Você está recebendo o seguinte material:

- a) este caderno, com as questões de múltipla escolha (objetivas) e discursivas das partes de **formação geral e componente específico da área**, e com as questões relativas à sua **percepção sobre a prova**, assim distribuídas:

Partes	Número das questões	Peso das questões	Peso dos componentes
Formação Geral/Múltipla Escolha	01 a 08	60%	25%
Formação Geral/Discursivas	09 e 10	40%	
Componente Específico/Múltipla Escolha	11 a 37	85%	75%
Componente Específico/Discursivas	38 a 40	15%	
Percepção sobre a Prova	01 a 09	—	—

- b) Folha de Respostas destinada às respostas das questões de múltipla escolha (objetivas), de percepção sobre a prova e de questões discursivas.

- 2 - Verifique se a prova está completa e se o seu nome na Folha de Respostas está correto. Caso contrário, notifique imediatamente a um dos responsáveis. Você deverá assinar a Folha de Respostas no espaço próprio, utilizando caneta esferográfica de tinta azul ou preta.
- 3 - Observe, na Folha de Respostas, as instruções sobre a marcação das respostas às questões de múltipla escolha (apenas uma resposta por questão). Use caneta esferográfica azul ou preta.
- 4 - As respostas às questões discursivas deverão ser escritas com caneta esferográfica azul ou preta.
- 5 - Esta prova é individual. São vedados: o uso de calculadora, qualquer comunicação e troca de material entre os presentes, consultas a material bibliográfico, cadernos ou anotações de qualquer espécie.
- 6 - Você terá 4 (quatro) horas para responder às questões de múltipla escolha, discursivas e de percepção sobre a prova.
- 7 - Quando terminar, entregue ao Aplicador ou Fiscal a Folha de Respostas das questões de múltipla escolha (objetivas) e questões discursivas.
- 8 - Atenção! Você só poderá levar este Caderno de Provas decorridas 3 (três) horas do início do Exame.

**Boa Prova!**

## FORMAÇÃO GERAL

### QUESTÃO 01:

A urbanização no Brasil registrou marco histórico na década de 1970, quando o número de pessoas que viviam nas cidades ultrapassou o número daquelas que viviam no campo. No início deste século, em 2000, segundo dados do IBGE, mais de 80% da população brasileira já era urbana.

Considerando essas informações, estabeleça a relação entre as charges:



PORQUE



BARALDI, Márcio. <http://www.marciobaraldi.com.br/baraldi2/component/joomgallery/?func=detail&id=178>.  
(Acessado em 5 out. 2009)

Com base nas informações dadas e na relação proposta entre essas charges, é **CORRETO** afirmar que

- A) a primeira charge é falsa, e a segunda é verdadeira.
- B) a primeira charge é verdadeira, e a segunda é falsa.
- C) as duas charges são falsas.
- D) as duas charges são verdadeiras, e a segunda explica a primeira.
- E) as duas charges são verdadeiras, mas a segunda não explica a primeira.

**QUESTÃO 02:**

Leia o gráfico, em que é mostrada a evolução do número de trabalhadores de 10 a 14 anos, em algumas regiões metropolitanas brasileiras, em dado período:



<http://www1.folha.uol.com.br/folha/cotidiano/ult95u85799.shtml>,  
acessado em 2 out. 2009. (Adaptado)

Leia a charge:



[www.charges.com.br](http://www.charges.com.br), acessado em 15 set. 2009.

**Há relação entre o que é mostrado no gráfico e na charge?**

- A) Não, pois a faixa etária acima dos 18 anos é aquela responsável pela disseminação da violência urbana nas grandes cidades brasileiras.
- B) Não, pois o crescimento do número de crianças e adolescentes que trabalham diminui o risco de sua exposição aos perigos da rua.
- C) Sim, pois ambos se associam ao mesmo contexto de problemas socioeconômicos e culturais vigentes no país.
- D) Sim, pois o crescimento do trabalho infantil no Brasil faz crescer o número de crianças envolvidas com o crime organizado.
- E) Ambos abordam temas diferentes e não é possível se estabelecer relação mesmo que indireta entre eles.

**QUESTÃO 03:**

O Ministério do Meio Ambiente, em junho de 2009, lançou campanha para o consumo consciente de sacolas plásticas, que já atingem, aproximadamente, o número alarmante de 12 bilhões por ano no Brasil.

Veja o *slogan* dessa campanha:



O possível êxito dessa campanha ocorrerá porque

- I. se cumpriu a meta de emissão zero de gás carbônico estabelecida pelo Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente, revertendo o atual quadro de elevação das médias térmicas globais.
- II. deixaram de ser empregados, na confecção de sacolas plásticas, materiais oxibiodegradáveis e os chamados bioplásticos que, sob certas condições de luz e de calor, se fragmentam.
- III. foram adotadas, por parcela da sociedade brasileira, ações comprometidas com mudanças em seu modo de produção e de consumo, atendendo aos objetivos preconizados pela sustentabilidade.
- IV. houve redução tanto no quantitativo de sacolas plásticas descartadas indiscriminadamente no ambiente, como também no tempo de decomposição de resíduos acumulados em lixões e aterros sanitários.

Estão **CORRETAS** somente as afirmativas

- A) I e II.
- B) I e III.
- C) II e III.
- D) II e IV.
- E) III e IV.

**QUESTÃO 04:**

Leia o trecho:

O movimento antiglobalização apresenta-se, na virada deste novo milênio, como uma das principais novidades na arena política e no cenário da sociedade civil, dada a sua forma de articulação/atuação em redes com extensão global. Ele tem elaborado uma *nova gramática no repertório das demandas e dos conflitos sociais*, trazendo novamente as lutas sociais para o palco da cena pública, e a política para a dimensão, tanto na forma de operar, nas ruas, como no conteúdo do debate que trouxe à tona: o modo de vida capitalista ocidental moderno e seus efeitos destrutivos sobre a natureza (humana, animal e vegetal).

GOHN, 2003.

**É INCORRETO afirmar que o movimento antiglobalização referido nesse trecho**

- A) cria uma rede de resistência, expressa em atos de desobediência civil e propostas alternativas à forma atual da globalização, considerada como o principal fator da exclusão social existente.
- B) defende um outro tipo de globalização, baseado na solidariedade e no respeito às culturas, voltado para um novo tipo de modelo civilizatório, com desenvolvimento econômico, mas também com justiça e igualdade social.
- C) é composto por atores sociais tradicionais, veteranos nas lutas políticas, acostumados com o repertório de protestos políticos, envolvendo, especialmente, os trabalhadores sindicalizados e suas respectivas centrais sindicais.
- D) recusa as imposições de um mercado global, uno, voraz, além de contestar os valores impulsionadores da sociedade capitalista, alicerçada no lucro e no consumo de mercadorias supérfluas.
- E) utiliza-se de mídias, tradicionais e novas, de modo relevante para suas ações com o propósito de dar visibilidade e legitimidade mundiais ao divulgar a variedade de movimentos de sua agenda.

**QUESTÃO 05:**

O Brasil tem assistido a um debate que coloca, frente a frente, como polos opostos, o desenvolvimento econômico e a conservação ambiental. Algumas iniciativas merecem considerações, porque podem agravar ou desencadear problemas ambientais de diferentes ordens de grandeza.

Entre essas iniciativas e suas consequências, é INCORRETO afirmar que

- A) a construção de obras previstas pelo PAC (Programa de Aceleração do Crescimento) tem levado à redução dos prazos necessários aos estudos de impacto ambiental, o que pode interferir na sustentabilidade do projeto.
- B) a construção de grandes centrais hidrelétricas nas bacias do Sudeste e do Sul gera mais impactos ambientais do que nos grandes rios da Amazônia, nos quais o volume de água, o relevo e a baixa densidade demográfica reduzem os custos da obra e o passivo ambiental.
- C) a exploração do petróleo encontrado na plataforma submarina pelo Brasil terá, ao lado dos impactos positivos na economia e na política, consequências ambientais negativas, se persistir o modelo atual de consumo de combustíveis fósseis.
- D) a preocupação mais voltada para a floresta e os povos amazônicos coloca em alerta os ambientalistas, ao deixar em segundo plano as ameaças aos demais biomas.
- E) os incentivos ao consumo, sobretudo aquele relacionado ao mercado automobilístico, para que o Brasil pudesse se livrar com mais rapidez da crise econômica, agravarão a poluição do ar e o intenso fluxo de veículos nas grandes cidades.

**QUESTÃO 06:****Leia o trecho:****O sertão vai a Veneza**

Festival de Veneza exhibe “Viajo Porque Preciso, Volto Porque Te Amo”, de Karim Aïnouz e Marcelo Gomes, feito a partir de uma longa viagem pelo sertão nordestino. [...] Rodaram 13 mil quilômetros, a partir de Juazeiro do Norte, no Ceará, passando por Pernambuco, Paraíba, Sergipe e Alagoas, improvisando dia a dia os locais de filmagem. “Estávamos à procura de tudo que encetava e causava estranhamento. Queríamos romper com a ideia de lugar isolado, intacto, esquecido, arraigado numa religiosidade intransponível. Eu até evito usar a palavra ‘sertão’ para ter um novo olhar sobre esse lugar”, conta Karim.

A ideia era afastar-se da imagem histórica da região na cultura brasileira. “Encontramos um universo plural que tem desde uma feira de equipamentos eletrônicos a locais de total desolação”, completa Marcelo.

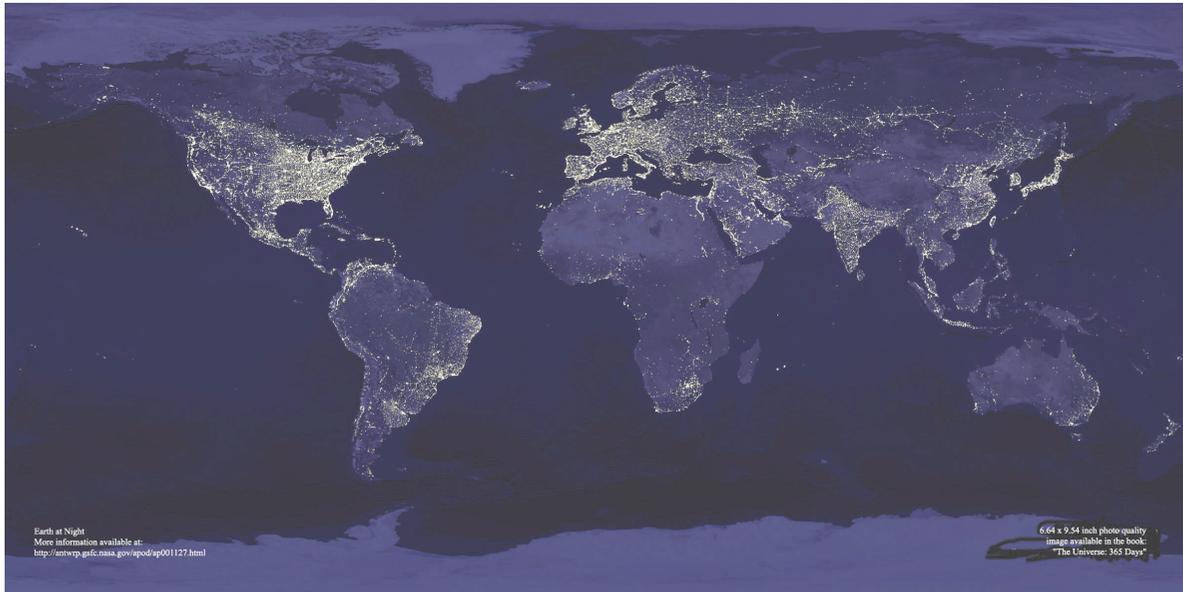
CRUZ, Leonardo. Folha de S. Paulo, p. E1, 05/09/2009.

**A partir da leitura desse trecho, é INCORRETO afirmar que**

- A) a feira de equipamentos eletrônicos, símbolo da modernidade e da tecnologia sofisticada, é representativa do contrário do que se pensa sobre o sertão nordestino.
- B) as expressões isolamento, esquecimento e religiosidade, utilizadas pelos cineastas, são consideradas adequadas para expressar a atual realidade sertaneja.
- C) o termo “sertão” tem conotação pejorativa, por implicar atraso e pobreza; por isso, seu uso deve ser cuidadoso.
- D) os entrevistados manifestam o desejo de contribuir para a desmitificação da imagem do sertão nordestino, congelada no imaginário de parte dos brasileiros.
- E) revela o estranhamento que é comum entre pessoas mal informadas e simplificadoras, que veem o sertão como uma região homogênea.

**QUESTÃO 07:**

Leia o planisfério, em que é mostrada uma imagem noturna da superfície terrestre, obtida a partir de imagens de satélite:



[http://antwrp.gsfc.nasa.gov/apod/image/0011/earthlights\\_dmisp\\_big.jpg](http://antwrp.gsfc.nasa.gov/apod/image/0011/earthlights_dmisp_big.jpg) (Acessado em 21 set. 2009).

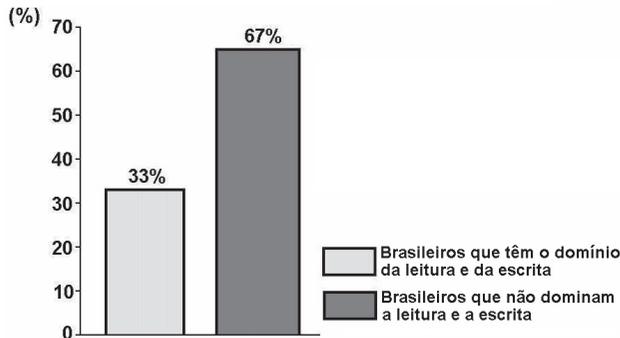
Com base na leitura desse planisfério, é **CORRETO** afirmar que as regiões continentais em que se verifica luminosidade noturna mais intensa

- A) abrigam os espaços de economia mais dinâmica do mundo contemporâneo, onde se localizam os principais centros de decisão que comandam a atual ordem mundial.
- B) expressam a divisão do Planeta em dois hemisférios – o Leste e o Oeste – que, apesar de integrados à economia-mundo, revelam indicadores sociais discrepantes.
- C) comprovam que o Planeta pode abrigar o dobro de seu atual contingente populacional, desde que mantido o padrão de consumo praticado pela sociedade contemporânea.
- D) registram fluxos reduzidos de informação, de pessoas, de mercadorias e de capitais, tendo em vista a saturação de suas redes de circulação, alcançada no início do século XXI.
- E) substituíram suas tradicionais fontes de energia não renováveis, historicamente empregadas na geração de eletricidade, por alternativas limpas e não poluentes.

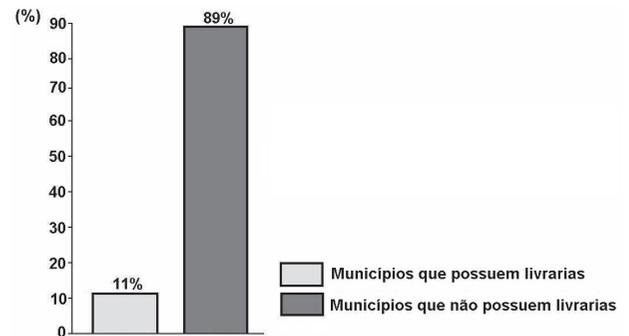
**QUESTÃO 08:**

Leia os gráficos:

**Gráfico I:**  
**Domínio da leitura e escrita pelos brasileiros (em %)**



**Gráfico II:**  
**Municípios brasileiros que possuem livrarias (em %)**



Indicador Nacional de Alfabetismo Funcional - INAF, 2005.

**Relacione esses gráficos às seguintes informações:**

O Ministério da Cultura divulgou, em 2008, que o Brasil não só produz mais da metade dos livros do continente americano, como também tem parque gráfico atualizado, excelente nível de produção editorial e grande quantidade de papel. Estima-se que 73% dos livros do país estejam nas mãos de 16% da população.

Para melhorar essa situação, é necessário que o Brasil adote políticas públicas capazes de conduzir o país à formação de uma sociedade leitora.

**Qual das seguintes ações NÃO contribui para a formação de uma sociedade leitora?**

- A) Desaceleração da distribuição de livros didáticos para os estudantes das escolas públicas, pelo MEC, porque isso enriquece editoras e livreiros.
- B) Exigência de acervo mínimo de livros, impressos e eletrônicos, com gêneros diversificados, para as bibliotecas escolares e comunitárias.
- C) Programas de formação continuada de professores, capacitando-os para criar um vínculo significativo entre o estudante e o texto.
- D) Programas, de iniciativa pública e privada, garantindo que os livros migrem das estantes para as mãos dos leitores.
- E) Uso da literatura como estratégia de motivação dos estudantes, contribuindo para uma leitura mais prazerosa.

**QUESTÃO 09 DISCURSIVA:**

O Ministério da Educação (MEC) criou o Índice Geral de Cursos – IGC, que é o resultado das notas atribuídas a cada instituição de Ensino Superior pelo MEC, considerando-se a qualidade dos cursos de graduação de cada uma delas. O IGC tem como função orientar o público sobre a qualidade do ensino oferecido em cada instituição.

**Segundo o sítio do Ministério da Educação, as instituições recebem uma nota de 1 a 5, considerando:**

**I** - o resultado dos estudantes no Enade; e

**II** - variáveis de insumo, tais como:

- corpo docente (formação acadêmica, jornada e condições de trabalho);
- infraestrutura da instituição (instalações físicas, biblioteca, salas de aula, laboratórios);
- programa pedagógico.

**Com base nessas informações, considere a situação a seguir e faça o que se pede:**

Um universitário que frequenta um curso de graduação em uma escola Y consulta o sítio do MEC e verifica que seu curso recebeu IGC 2,0. No mesmo endereço, ele consulta os critérios empregados pelo Ministério para o cálculo desse índice.

**A) Leia esta afirmativa:**

**(Valor: 4 pontos)**

O critério corpo docente é o que contribuiu de forma determinante para a obtenção do IGC 2,0, da escola Y.

Assinale com um **X**, no espaço indicado, se você **concorda** ou **não** com essa afirmativa.

Sim, concordo.       Não concordo.

**Apresente dois argumentos que deem suporte à sua resposta.**

Argumento 1: \_\_\_\_\_

Argumento 2: \_\_\_\_\_

**B) Proponha duas ações para que os atores envolvidos no curso de graduação da escola Y devem empreender com vistas à melhoria da qualidade de ensino e consequente elevação do IGC na próxima avaliação a ser realizada pelo MEC.**

**(Valor: 6 pontos)**

1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	

**QUESTÃO 10 DISCURSIVA:****(VALOR: 10 PONTOS)****Leia o trecho:**

Quais as possibilidades, no Brasil atual, de a cidadania se enraizar nas práticas sociais? Essa é uma questão que supõe discutir as possibilidades, os impasses e os dilemas da construção da cidadania, tendo como foco a dinâmica da sociedade. Antes de mais nada, é preciso dizer que tomar a sociedade como foco de discussão significa um modo determinado de problematizar a questão dos direitos. Os direitos são aqui tomados como práticas, discursos e valores que afetam o modo como as desigualdades e diferenças são figuradas no cenário público, como interesses se expressam e os conflitos se realizam.

TELLES, 2006. (Adaptado)

**Na abordagem salientada nesse trecho, qual direito social você destacaria para diminuir as desigualdades de renda familiar no Brasil? Apresente dois argumentos que deem suporte à sua resposta.**

1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	
7.	
8.	
9.	
10.	

RASCUNHO

---

---

## FORMAÇÃO ESPECÍFICA

---

---

**QUESTÃO 11:**

Leia as fotografias, que retratam o exercício da hospitalidade em um cruzeiro marítimo:



<http://www.msccruzeiros.com.br/um-cruzeiro-msc/espirito-de-grupo.html> (Acessado em 27 set. 2009).

**É fundamental o exercício da hospitalidade nos cruzeiros marítimos porque eles**

- A) apresentam alta rotatividade, não afetando sua prestação de serviços.
- B) disponibilizam atendimento aos hóspedes em horários predeterminados.
- C) oferecem reduzida programação a bordo, com serviços de baixa qualidade.
- D) promovem, em terra, a integração dos hóspedes com a comunidade das localidades visitadas.
- E) selecionam e treinam seus funcionários para atendimento às necessidades dos hóspedes.

**QUESTÃO 12:**

**A velocidade das mudanças que ocorrem no mercado desafia os destinos turísticos a se posicionarem de forma a continuar atendendo às expectativas de suas demandas. Nesse contexto, percebe-se a importância de se investir em uma cultura da hospitalidade.**

**A hospitalidade nos destinos envolve um amplo conjunto de ações, que inclui**

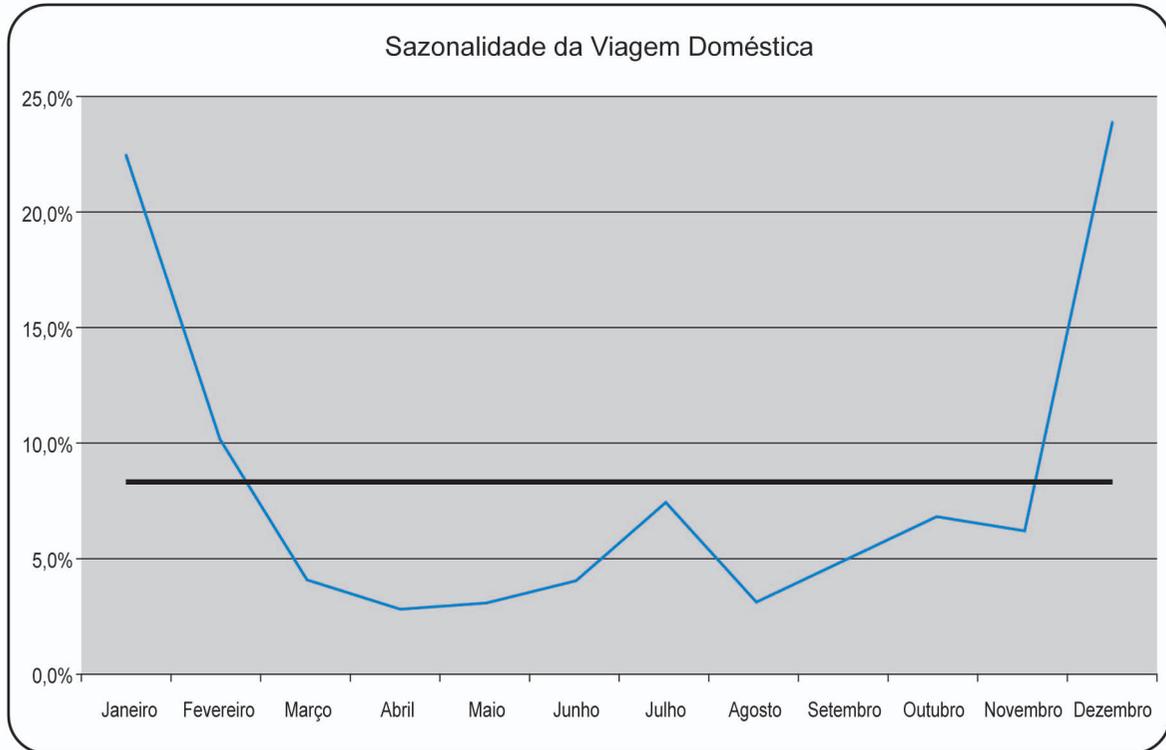
- I.** transportes turísticos e comunicações;
- II.** educação e capacitação no turismo;
- III.** prestação de serviços turísticos;
- IV.** infraestrutura básica de apoio ao turismo.

**Estão CORRETOS os itens**

- A) **I e II** somente.
- B) **I, II e III** somente.
- C) **I, II, III e IV** somente.
- D) **II e III** somente.
- E) **III e IV** somente.

**QUESTÃO 13:****Leia o gráfico:**

BRASIL: sazonalidade da viagem doméstica, 2006 (em %)



Fipe/Embratur/Ministério do Turismo, Caracterização do dimensionamento do turismo doméstico no Brasil. Metodologia e Desenvolvimento, 2006.

**Considerando-se esse gráfico, em qual período do ano um empresário do setor de turismo deve estimular a procura por viagens no Brasil?**

- A) Janeiro a fevereiro.
- B) Junho a julho.
- C) Março a junho.
- D) Novembro a dezembro.
- E) Novembro e fevereiro.

**QUESTÃO 14:**

Leia o trecho:

*Às dez da manhã de um dia de semana, uma grande estação de rádio de Denver ofereceu um voo grátis para a Jamaica às 100 primeiras pessoas que se apresentassem ao aeroporto, contanto que estivessem prontas para embarcar às duas da tarde. Foi impressionante o número de pessoas que se apresentou e que tinha possibilidade de partir na hora. Muitas pessoas tiveram de ser mandadas de volta para casa.*

ALBRECHT e BRADFORD, 1992.

Durante algumas décadas, as companhias aéreas empregaram estratégias semelhantes para motivar a demanda em seus movimentos de compra. No entanto, toda a transformação ocorrida na sociedade, em função do processo de globalização, exigiu dessas empresas novos esforços motivacionais para conquistar clientes.

**Diante do contexto apresentado, como tecnólogo em gestão do turismo, atuando em uma transportadora aérea, quais orientações estratégicas você proporia à empresa?**

- I. Diferenciação de tarifas em baixa temporada.
- II. Diferenciação de tarifas por assento.
- III. Execução de programas de fidelidade.
- IV. Sofisticação do serviço de bordo.

**Estão CORRETAS somente as estratégias**

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

**QUESTÃO 15:**

Uma operadora de turismo que deseja ampliar seu *portfólio* de produtos passou a subsidiar suas estratégias nos dados apresentados nesta tabela:

Brasil: origem e destino dos fluxos das viagens domésticas em 2005 (em %)

Região de origem	Regiões de destino					Total
	Sul	Sudeste	Nordeste	Norte	Centro-oeste	
Sul	14,8	2,9	1,0	0,1	0,8	19,5
Sudeste	4,6	44,0	7,2	0,5	3,1	59,4
Nordeste	0,2	1,6	10,0	0,2	0,3	12,5
Norte	0,0	0,2	0,5	1,8	0,2	2,8
Centro-oeste	0,7	1,4	1,1	0,3	2,2	5,8
<b>Total</b>	<b>20,4</b>	<b>50,0</b>	<b>20,1</b>	<b>2,9</b>	<b>6,5</b>	<b>100,0</b>

FIPE, 2007 (Adaptado)

**Considerando-se os dados dessa tabela, conclui-se que a operadora de turismo NÃO deve**

- A) criar serviços complementares para a totalidade das regiões brasileiras, que registraram maior percentual de viajantes e que têm como destino a mesma região em que residem.
- B) divulgar seus produtos em revistas especializadas de distribuição, na unidade da federação brasileira de economia mais dinâmica que concentrou mais da metade das viagens domésticas do País.
- C) estabelecer parcerias com as companhias aéreas para criar promoções, priorizando as regiões Sul, Sudeste e Nordeste, que figuram como importantes mercados emissores de viajantes.
- D) estimular os viajantes das regiões Sul e Nordeste com promoções aéreas constantes, já que registraram, em conjunto, 40,5% do fluxo dos viajantes no mercado doméstico.
- E) fazer campanhas de incentivo nacional para a maioria dos viajantes da região Sul, já que eles se deslocam sobretudo para destinos dentro de sua própria região de residência.

**QUESTÃO 16:**

As cidades são impregnadas de cultura, história, atrativos naturais e culturais. Cada uma possui uma característica peculiar que a torna especial e única. Essa peculiaridade passaria a caracterizar os recursos utilizados pelo turismo.

O empreendedor tem que se preocupar com a valorização da paisagem e com a conservação dos recursos naturais e culturais, preservando-os para as gerações futuras.

Considerando-se essas informações, o agente de turismo que formata um roteiro para uma cidade deve se preocupar em

- A) investigar e formatar as práticas e as ações da educação ambiental, junto à administração municipal.
- B) planejar e desenvolver a qualificação dos empreendedores turísticos da comunidade destino.
- C) projetar e realizar o planejamento municipal dos espaços turísticos em seus pontos fortes e fracos.
- D) responsabilizar-se pela elaboração e pela implantação das políticas públicas de turismo.
- E) selecionar e contextualizar os atrativos para visitação, dentro da diversidade histórica e cultural municipal.

**QUESTÃO 17:**

O *cluster* é uma nova forma de gestão das organizações que possibilita a otimização no uso das vantagens competitivas, de forma responsável para os atores envolvidos.

A configuração de um *cluster* turístico contempla

- A) um conjunto de empresas turísticas articuladas e concentradas geograficamente.
- B) uma associação de empresas de qualificação e treinamento para o setor turístico.
- C) uma atuação no mercado de pequenas e médias empresas extrativistas.
- D) uma participação dos atores locais no gerenciamento das ações em um espaço regional.
- E) uma significativa concentração geográfica de atrativos distribuídos num raio de 1 km.

**QUESTÃO 18:**

Uma agência de turismo, apesar de fazer uso de diversos instrumentos de planejamento, NÃO é responsável pelo desenvolvimento de

- A) pesquisa de inventário da oferta turística.
- B) pesquisa de marketing.
- C) pesquisa de satisfação com o cliente.
- D) plano de desenvolvimento de novos produtos.
- E) plano de negócios.

**QUESTÃO 19:**

Leia este trecho:

Quanto mais características do mercado-alvo forem conhecidas, maior será a eficácia das técnicas mercadológicas de publicidade e de promoção. Porém, para que isso aconteça, é necessário o desenvolvimento de estudos de mercado, segmentando-o quanto for necessário para permitir uma análise completa e segura dos elementos que conduzirão os planos de desenvolvimento turístico.

ANSARAH. M, *Segmentação do mercado turístico*. Futura. SP: 2000.

**Quando uma operadora turística segmenta seu mercado-alvo, ela deverá**

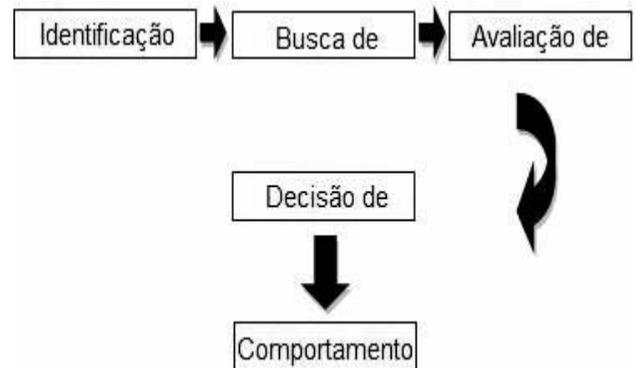
- I. estruturar produto/serviço para grupos específicos;
- II. desenhar um produto e serviço que atraia a todos;
- III. atender às necessidades de um cliente em qualquer ocasião;
- IV. oferecer ampla variedade de preços.

**É CORRETO o que se afirma em**

- A) I somente.
- B) I e II somente.
- C) I e III somente.
- D) II e III somente.
- E) I, II, III e IV.

**QUESTÃO 20:**

Leia o diagrama, que representa estágios do processo de compra:



Kotler e Armstrong. *Princípios do Marketing*. Phb - SP, 1991.

**Considerando-se esse diagrama, leia as afirmativas:**

- I. Os consumidores procuram informações, tanto em fontes pessoais quanto impessoais, ao avaliar os serviços antes da compra.
- II. A avaliação de serviços é bem mais difícil do que a avaliação de produtos, principalmente em função do seu caráter intangível.
- III. A possibilidade de alguma ação corretiva por parte do fornecedor do serviço está diretamente relacionada ao tipo de ação tomada pelo consumidor.
- IV. A decisão de compra pelos consumidores é tomada a partir da identificação de suas necessidades, sendo que a avaliação ocorrerá no ato do consumo do produto/serviço.

**Estão CORRETAS as afirmativas**

- A) I e IV somente.
- B) I e II somente.
- C) I e III somente.
- D) I, II e III somente.
- E) I, II, III e IV.

**QUESTÃO 21:**

O mercado de agências de turismo necessita de informações atualizadas para o bom desempenho de suas atividades no processo de tomada de decisão. Com base na informação precisa, parte-se para a venda.

Como ferramenta tecnológica, no processo de venda de produtos turísticos aos clientes, as agências empregam diversos meios para obtenção de informação, à exceção de um. Assinale-o

- A) Adotam os sistemas de distribuição global (GDS).
- B) Comunicam-se por GPS.
- C) Empregam o MSN.
- D) Fazem uso do *twitter*.
- E) Utilizam *sítios* informativos.

**QUESTÃO 22:**

A Lei Geral do Turismo – LGT, instituída em 2008, é um marco regulatório para a atividade turística no Brasil. Essa lei dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal com relação ao planejamento, ao desenvolvimento e dá outras providências.

O que é contemplado por essa lei?

- A) A legislação da Capacidade de Carga Turística.
- B) As normas de sinalização turística e os aspectos relacionados.
- C) As regras referentes ao Conselho Municipal de Turismo – COMTUR.
- D) O Código Nacional de Turismo e suas atribuições.
- E) Os direitos e os deveres dos prestadores de serviços turísticos.

**QUESTÃO 23:**

O Decreto lei 5.406, de 30 de março de 2005, *regulamenta o cadatramento obrigatório para fins de fiscalização das sociedades empresariais, das sociedades simples e dos empresários individuais que prestam serviços turísticos remunerados, e dá outras providências.* Esse mesmo decreto determina quais são as atividades específicas e complementares dos diversos setores de turismo, dentre eles o de agência de turismo.

Qual das alternativas apresenta atividade complementar oferecida pelas agências de turismo, normatizada nesse decreto?

- A) Operação de câmbio manual, para uso exclusivo dos clientes.
- B) Operação de viagens, excursões e passeios turísticos.
- C) Reserva e venda de acomodações em meios de hospedagem.
- D) Reserva e venda de passagens.
- E) Serviços de recepção, transferência e assistência.

**QUESTÃO 24:**

**A atividade turística apropria-se de recursos naturais, transformando-os em atrativos turísticos. O tecnólogo em gestão de turismo, para utilizá-los, deve observar as normas legais.**

**Considerando-se essas informações, o que está em DESACORDO com a legislação ambiental brasileira?**

- A) A implantação de empreendimento turísticos em área ambiental está condicionada à realização de estudos de impactos ambientais.
- B) As atividades turísticas estão proibidas de serem realizadas nos Parques Nacionais, devido às especificações da legislação ambiental.
- C) As Unidades de Conservação são categorizadas e, a partir de suas especificidades, são definidos os usos autorizados em seu território.
- D) O patrimônio natural é regulamentado por legislação específica que determina, entre outros aspectos, as punições e as ações lesivas ao meio ambiente.
- E) O turismo possui legislação específica; todavia, como é uma atividade em interface com outras áreas, cumpre outras determinações legais.

**QUESTÃO 25:**

**Um passageiro adquiriu um pacote de viagens em uma agência de turismo. Durante sua viagem, ele teve um problema com um dos prestadores de serviço local.**

**De acordo com o Código de Defesa do Consumidor, qual prestador de serviço tem a obrigatoriedade de solucionar o problema?**

- A) A agência de turismo vendedora do pacote.
- B) A operadora que formatou o pacote.
- C) O Procon da cidade de destino do passageiro.
- D) O Procon da cidade de origem do passageiro.
- E) O receptivo local, responsável pelo dano causado.

**QUESTÃO 26:**

A roteirização do turismo no Brasil está vinculada ao Macroprograma de Regionalização do Turismo. De acordo com o Ministério do Turismo, esse macroprograma tem como objetivo principal [...] “estruturar, ordenar, qualificar e ampliar a oferta de roteiros turísticos de forma integrada e organizada”.

BRASIL. Ministério do Turismo. *Roteiros do Brasil*: Programa de Regionalização do Turismo. Módulo Operacional 7 – Roteirização Turística. Brasília: MTur, 2007.

**Sobre esse macroprograma, considere as afirmativas:**

- I. O conceito do programa incorpora, também, o ordenamento dos arranjos produtivos como estratégico, a fim de alcançar a inserção das unidades produtivas e microempresas, visando ao bem-estar da população.
- II. A roteirização é voltada para construção de parcerias, mas vale destacar que a estruturação de roteiros é de responsabilidade da iniciativa privada, tendo esse programa o papel de indutor do processo.
- III. O envolvimento de vários atores locais é uma ação prevista no macroprograma para a operacionalização do resultado final.
- IV. A monitoria e a avaliação dos roteiros turísticos estão ausentes nos diversos passos do processo de regionalização do turismo.

**É CORRETO o que se afirma em**

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

**QUESTÃO 27:**

**O Ministério do Turismo – MTur, criado em 2003, representa um avanço para o turismo brasileiro. Sua principal ação foi a criação do Plano Nacional de Turismo nas versões 2003-2007 e 2007-2010.**

Uma das ações do PNT 2007-2010 é a estruturação de 65 destinos indutores do desenvolvimento turístico regional para a obtenção de padrão de qualidade internacional.

**PORQUE**

A centralização política e a estruturação desses destinos indutores foram definidas como prioridade do PNT 2007-2010, assim como a implantação do Programa Nacional de Municipalização do Turismo – PNMT.

**Com base nessas assertivas, é CORRETO afirmar que**

- A) a primeira é falsa, e a segunda é verdadeira.
- B) a primeira é verdadeira, e a segunda é falsa.
- C) as duas são falsas.
- D) as duas são verdadeiras, e a segunda é uma justificativa correta da primeira.
- E) as duas são verdadeiras, mas a segunda não é uma justificativa correta da primeira.

**QUESTÃO 28:**

Para atuar em um novo segmento de mercado, uma agência de turismo precisa realizar uma pesquisa com finalidade de identificar seu público-alvo. Um tecnólogo em Gestão do Turismo, com a função de desenvolver tal pesquisa, deve buscar informações a respeito de

- A) fontes de comercialização dos serviços.
- B) hábitos, costumes e características socioeconômicas do consumidor.
- C) informações a respeito da infraestrutura física.
- D) novo canal de distribuição para o produto turístico.
- E) oferta disponível no destino.

**QUESTÃO 29:**

O gestor de uma transportadora de turismo rodoviário em ascensão no mercado deve considerar vários aspectos referentes aos seus recursos humanos e à qualidade dos serviços prestados por seus funcionários.

Qual desses aspectos está em **DESACORDO** com a gestão de recursos humanos?

- A) Contratar funcionários com disposição para lidar com pessoas.
- B) Fazer avaliação de desempenho com a equipe interna.
- C) Orientar seu quadro funcional quanto à missão e à estratégia da empresa.
- D) Realizar cursos de capacitação e reciclagem.
- E) Reduzir o efetivo de funcionários que atua em telemarketing.

**QUESTÃO 30:**

Quais fatores contribuíram para a mudança do perfil profissional do Gestor de Agência de Turismo no mundo contemporâneo?

- A) A acessibilidade às novas tecnologias de telecomunicações e a necessidade de atender às mudanças em relação ao consumidor.
- B) A ampliação do comissionamento pago pelas companhias aéreas às agências e aos sistemas de controle desse processo.
- C) A redução da influência das operadoras de viagens estrangeiras diante do crescimento das nacionais.
- D) A regulamentação do transporte aéreo sugerida pelo governo brasileiro e a ampliação do número de companhias aéreas.
- E) O decréscimo da personalização de serviços ao consumidor e a diminuição de entradas de estrangeiros no Brasil.

**QUESTÃO 31:**

O patrimônio cultural constitui um recurso de considerável capacidade de atração de turistas. O título concedido pela Unesco às cidades consideradas Patrimônio Cultural da Humanidade contribui com o marketing turístico e com a difusão de tais destinos pelo mundo.

No que tange à atividade turística nessas áreas, há uma questão complicada de ser operacionalizada: os “usos” turísticos e a conservação do patrimônio. Nesse sentido, ressalta-se a importância de um estado regulador que contribua para a conservação do patrimônio cultural e com a gestão do turismo cultural.

Considerando-se essas informações, é **CORRETO** afirmar que

- A) as cidades de turismo cultural têm seu acervo assegurado, desde que contempladas com o título de Patrimônio da Humanidade.
- B) o patrimônio material assume caráter mais relevante que o imaterial frente ao desenvolvimento da atividade turística.
- C) o título de Patrimônio Cultural da Humanidade concedido pela Unesco garante, por si só, demanda volumosa e constante para os destinos de turismo cultural.
- D) o turismo pode contribuir com a revitalização de centros históricos, a partir da maior valorização do patrimônio cultural e, conseqüentemente, dos investimentos gerados nessas áreas.
- E) os usos turísticos são, via de regra, favoráveis às cidades patrimoniais, pois o turismo é prioritariamente propulsor de impactos positivos.

**QUESTÃO 32:**

O empreendedor de serviços que age de forma ética e responsável socialmente em relação à cadeia turística

- A) atrasa a prestação de serviços e desconsidera as reclamações dos turistas.
- B) contrata recursos humanos oriundos de outras localidades e desconsidera obrigações trabalhistas.
- C) honra contratos assumidos com fornecedores e valoriza a comunidade local.
- D) participa de rede de serviços descomprometida com a comunidade e com o *trade*.
- E) prioriza seus lucros em detrimento à preservação do meio ambiente, onde se encontra instalado.

**QUESTÃO 33:**

Leia a figura:

**Na semana de 8 a 16 de Agosto**  
**2º passageiro Grátis**

Cruzeiro de 5 dias	Cruzeiro de 4 dias
Saindo de Santos e visitando Búzios e Baía de Angra. comida e bebida incluídas.	Saindo de Santos e visitando Búzios e Baía de Angra. comida e bebida incluídas.
<b>Apenas:</b>	<b>Apenas:</b>
1º passageiro 2º passageiro	1º passageiro 2º passageiro
<b>12x 140 Reais Grátis*</b>	<b>12x 110 Reais Grátis*</b>
<b>Total R\$ 1.680.</b>	<b>Total R\$ 1.320.</b>
<small>Oferta válida para cabine externa categoria H Saída em 10/12/2009</small>	<small>Oferta válida para cabine externa categoria G Saída em 10/12/2009</small>

A partir dessa leitura, é **CORRETO** afirmar que a figura caracteriza

- A) a estratégia de promoção e comercialização dos produtos de uma determinada empresa de navegação.
- B) a programação planejada e oferecida a bordo pelas empresas de navegação turística.
- C) as parcerias estabelecidas entre transportadoras aéreas e empresas de cruzeiros marítimos.
- D) o canal de distribuição pelo qual o produto será disponibilizado ao mercado.
- E) o mercado para onde a promoção do produto está sendo dirigida.

**QUESTÃO 34:**

O *back-office* é um sistema que auxilia a guardar, a organizar e a gerenciar informações. Nesse sentido, algumas agências de turismo criaram seus próprios sistemas de gestão, com vistas a controlar suas operações e seus custos.

As funcionalidades básicas de um *back-office* são:

- I. cadastro dos fornecedores e dos clientes;
- II. venda de produtos turísticos;
- III. integração com outros sistemas;
- IV. financeiro, administrativo e gerência.

Estão **CORRETAS** somente as funcionalidades

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

**QUESTÃO 35:**

Uma agência de turismo tem custos fixos mensais de R\$ 12 mil. No mês de maio, teve custos variáveis de R\$ 600,00. Já em junho, esses custos variáveis foram de R\$ 700,00, acrescidos de gastos de R\$ 3 mil, com a rescisão contratual de um funcionário. Nos meses de maio e junho, obteve receita total de R\$ 29 mil.

Qual o cenário de tal agência, nos meses de maio e junho?

- A) A despesa superou a receita.
- B) A empresa registrou *déficit* no período considerado.
- C) A receita foi maior que a despesa.
- D) A rescisão contratual representa uma receita para a empresa.
- E) Os custos variáveis do mês de maio foram superiores aos de junho.

**QUESTÃO 36:**

Elaborar roteiros significa organizar as visitas a partir da oferta turística disponível na localidade, levando em consideração a sua contribuição para o processo de desenvolvimento turístico local.

Um tecnólogo em Gestão do Turismo, ao elaborar roteiros, **NÃO** deve

- A) conhecer e respeitar as legislações do turismo e do local.
- B) desconsiderar a conservação dos diversos tipos de patrimônio.
- C) identificar o perfil do cliente potencial para a visita.
- D) investir em pesquisa para lançamento de novo produto.
- E) promover o aumento da permanência do turista na localidade.

**QUESTÃO 37:**

Para a montagem de um pacote turístico rodoviário, verifica-se que alguns serviços devem, na planilha de formatação do preço do roteiro, ser considerados como custo fixo e, outros, como custo variável.

Constitui custo fixo dessa planilha

- A) a hospedagem utilizada.
- B) o cartão de assistência aos passageiros.
- C) o ingresso para atrativos.
- D) o lanche de bordo.
- E) o transporte utilizado.

**QUESTÃO DISCURSIVA 38:**

**Analise as seguintes estratégias, utilizadas por duas agências de receptivo turístico atuantes no segmento de turismo rural no Brasil:**

A Agência X recebe seus clientes com muita simpatia e acredita que os turistas são mais importantes que a comunidade local. Durante a realização de suas atividades, trabalha com guias capacitados, investindo constantemente no campo dos recursos humanos. No entanto, a tônica de seu negócio está no turismo de massa, pois considera que o lucro está acima de outras questões. No que se refere ao público-alvo, essa empresa conhece superficialmente seus clientes e possui falhas no processo de relacionamento com eles, no momento de efetuar a venda dos produtos/serviços turísticos.

A Agência Y adota uma atitude responsável em relação ao ambiente local, incentivando a realização de *blitz* ecológicas. Essa agência tem desenvolvido produtos de turismo comunitário na área rural, com a geração de benefícios diretos à população da localidade. A qualificação de seus funcionários não é satisfatória para os padrões de qualidade atuais, havendo um tom amadorístico em sua atuação profissional. Essa empresa trabalha de forma integrada à comunidade local e com pequenos grupos de turistas. No entanto, não disponibiliza serviços especializados a segmentos de mercados específicos.

**Considerando-se essas estratégias,**

**A) analise, com base nos princípios do turismo responsável, as estratégias praticadas pelas agências X e Y** (Valor 6 pontos)

RASCUNHO

---

---

---

---

---

---

**B) apresente uma proposta sustentável de gestão para a Agência X e outra para a Agência Y, capazes de corrigir aspectos negativos identificados por você no item anterior.**

(Valor 4 pontos)

**Proposta para a Agência X:**

RASCUNHO

---

---

**Proposta para a Agência Y:**

RASCUNHO

---

---

**QUESTÃO DISCURSIVA 39:**

Os proprietários de uma agência de turismo, já consolidada no mercado nacional, decidiram pela ampliação da atuação da empresa. Sabendo que há vários segmentos de mercado e que cada produto/serviço atende a necessidades e desejos específicos,

A) defina um público alvo que atenda aos interesses da empresa; (Valor 3 pontos)

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

RASCUNHO

B) proponha um serviço ou produto a oferecer ao público definido por você; (Valor 3 pontos)

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

RASCUNHO

C) estabeleça a forma de divulgação que orientará o setor de marketing da empresa.

(Valor 4 pontos)

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

RASCUNHO

**QUESTÃO DISCURSIVA 40:**

Um grupo de amigos formados em “Tecnologia da Gestão do Turismo”, com espírito empreendedor, decidiu abrir uma agência de turismo. Sabe-se que, da concepção de um projeto à sua execução final, há um longo caminho a ser percorrido.

A) Apresente três etapas do planejamento do novo negócio, idealizado pelo grupo de amigos, considerando que elas serão essenciais ao sucesso do novo empreendimento.

(Valor 4 pontos)

1ª etapa: \_\_\_\_\_

2ª etapa: \_\_\_\_\_

3ª etapa: \_\_\_\_\_

B) Justifique a escolha de cada uma das etapas de planejamento que você apresentou.

(Valor 6 pontos)

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_



ENADE

ENADE

ENADE