

CONCURSO PÚBLICO

14. PROVA OBJETIVA

ASSISTENTE ADMINISTRATIVO I (COMERCIALIZAÇÃO E VENDAS EDITORIAIS)

- ♦ VOCÊ RECEBEU SUA FOLHA DE RESPOSTAS E ESTE CADERNO CONTENDO 50 QUESTÕES OBJETIVAS.
- ♦ CONFIRA SEU NOME E NÚMERO DE INSCRIÇÃO IMPRESSOS NA CAPA DESTE CADERNO.
- ♦ LEIA CUIDADOSAMENTE AS QUESTÕES E ESCOLHA A RESPOSTA QUE VOCÊ CONSIDERA CORRETA.
- ♦ RESPONDA A TODAS AS QUESTÕES.
- ♦ MARQUE, NA FOLHA INTERMEDIÁRIA DE RESPOSTAS, LOCALIZADA NO VERSO DESTA PÁGINA, A LETRA CORRESPONDENTE À ALTERNATIVA QUE VOCÊ ESCOLHEU.
- ♦ TRANSCREVA PARA A FOLHA DE RESPOSTAS, COM CANETA DE TINTA AZUL OU PRETA, TODAS AS RESPOSTAS ANOTADAS NA FOLHA INTERMEDIÁRIA DE RESPOSTAS.
- ♦ A DURAÇÃO DA PROVA É DE 3 HORAS.
- ♦ A SAÍDA DO CANDIDATO DA SALA SERÁ PERMITIDA APÓS TRANSCORRIDA A METADE DO TEMPO DE DURAÇÃO DA PROVA.
- ♦ AO SAIR, VOCÊ ENTREGARÁ AO FISCAL A FOLHA DE RESPOSTAS E ESTE CADERNO, PODENDO DESTACAR ESTA CAPA PARA FUTURA CONFERÊNCIA COM O GABARITO A SER DIVULGADO.

AGUARDE A ORDEM DO FISCAL PARA ABRIR ESTE CADERNO DE QUESTÕES.

FOLHA INTERMEDIÁRIA DE RESPOSTAS

ASSISTENTE ADMINISTRATIVO I (COMERCIALIZAÇÃO E VENDAS EDITORIAIS)

QUESTÃO	RESPOSTA				
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

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

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

QUESTÃO	RESPOSTA				
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

31	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
32	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
33	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
34	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
35	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E

36	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
37	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
38	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
39	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
40	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E

41	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
42	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
43	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
44	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
45	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E

46	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
47	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
48	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
49	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E
50	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E

LÍNGUA PORTUGUESA

Leia o texto e responda às questões de números 01 a 20.

Rebobine, por favor

No início, era preciso rebobinar as fitas antes de devolvê-las. Depois, quando o século virou 21, o DVD tornou antiquado o verbo rebobinar, mas deixou eufórico o público. E, por consequência, os empresários.

O mercado estima que, entre 2003 e 2005, havia, no Brasil, quase 14 mil locadoras de filmes. Mas, a partir de 2006, a festa começou a esvaziar. Hoje, há, no máximo, 6 mil lojas. Para acompanhar o auge e a queda desse negócio é preciso pontuar, primeiro, que o Brasil tinha o maior mercado de locação do mundo. As locadoras surgiram na era do VHS para atender a um público que, ao contrário de europeus e norte-americanos, não comprava filmes. Alugava.

Quando o VHS murchou, veio o DVD e, com ele, o boom de um negócio que atraiu tanto grupos internacionais, como a Blockbuster, quanto aventureiros. “São comuns os casos de gente que pegou o FGTS e abriu uma locadora no andar de baixo de casa e ficou morando em cima”, diz Rodrigo Drysdale, da Warner. “Em todo canto havia uma locadora.” Para os estúdios, foi um negócio e tanto. Eles chegavam a vender por R\$ 100 um produto que saía da fábrica por R\$ 5. Mas eis que, com o DVD tornado objeto fetiche, o hábito do aluguel foi sendo substituído.

Em meados dos anos 2000, as Lojas Americanas, por exemplo, vendiam filmes com preços baixíssimos. “As locadoras resistiram a vender filmes. Achavam que matariam o próprio negócio”, analisa Wilson Cabral, da Sony. Quando acordaram para a venda, encontraram concorrentes mais difíceis de enfrentar: a pirataria e o download, que tornaram ainda mais anacrônica a espera pelo lançamento de um filme em DVD.

Conforme aumentava a venda de filmes nas barraquinhas de camelôs, saía de cena, por exemplo, a Blockbuster, comprada pelas Lojas Americanas em 2007. “Em São Paulo, o público foi afastado da locação pelo fim da Blockbuster. Mas em outros lugares, a situação não é a mesma”, avalia Victor Camargo, que continua a investir no ramo. “A onda do DVD passou e alguns empresários ficaram desanimados. Mas ainda tem muita gente que busca atendimento personalizado. Brasileiro gosta de conversar.”

Mas há quem desconfie da tese da conversa. “Dar boas dicas não resolve. Não dou cinco anos para esse negócio acabar”, diz Carlos Sbruzzi, que abriu uma locadora em 1986, em Carasinho (RS), mas jogou a toalha.

A impressão de Sbruzzi está longe de ser unanimidade. Há, de um lado, as locadoras de nicho, como a 2001, e, de outro, o blu-ray, disco de altíssima definição, com mais possibilidades interativas, que pede uma TV full HD. “Não é uma mudança tão radical quanto do VHS para o DVD, mas é uma nova tecnologia muito atraente”, diz Drysdale. Em 2009, foram vendidas 230 mil unidades de blu-ray, ante 90 mil em 2008. “Neste ano, devemos chegar a 600 mil unidades. Com a Copa do Mundo, muita gente vai trocar de TV”, aposta Cabral.

Os estúdios buscam incentivar as locadoras a investir em séries de TV, que, hoje, são mais vendidas que alugadas, e games. “Eles precisam acreditar que vão sobreviver”, diz Drysdale. “Aluguel, venda e internet vão coexistir.” Na tentativa de animar os sobreviventes, a Sony engendrou extras exclusivos para locação no DVD “This Is It”, de Michael Jackson. “É a primeira vez que fazemos isso”, diz Cabral. “Queremos mostrar aos donos de locadoras que acreditamos que o mercado não está morto.”

(Ana Paula Sousa, *Folha de S.Paulo*, 15.01.2010. Adaptado)

Vocabulário:

anacrônica: fora de moda

nicho: espaço limitado, especializado; grupo restrito de pessoas

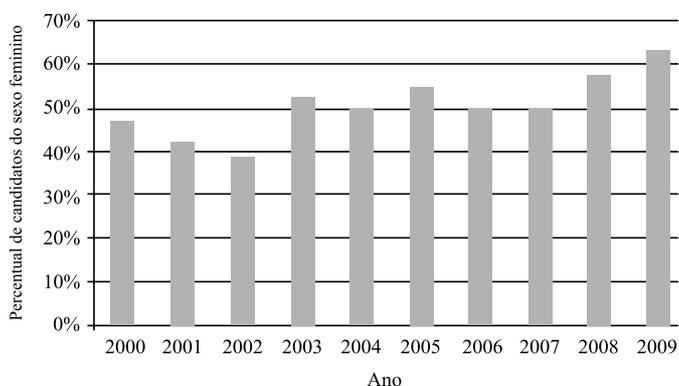
01. De acordo com o texto, no início da primeira década do século 21, a substituição do VHS pelo DVD representou
 - (A) uma importante redução do público para filmes.
 - (B) o desaparecimento de investidores internacionais.
 - (C) o fim do investimento em locadoras de filmes.
 - (D) uma nova possibilidade de lucro para as locadoras.
 - (E) uma queda no lucro dos estúdios, como Sony e Warner.
02. Segundo o texto, é correto afirmar que
 - (A) a internet e a pirataria são, hoje, os principais concorrentes das locadoras.
 - (B) o fim das locadoras equivale ao fim para o mercado de filmes em DVD.
 - (C) existe consenso quanto ao fato de que as locadoras vão desaparecer em breve.
 - (D) a redução do número de locadoras pode ser atribuída ao aumento do preço do DVD.
 - (E) o surgimento de novas tecnologias deve acelerar o processo de extinção das locadoras.
03. Um aspecto para favorecer a permanência das locadoras no mercado é
 - (A) a rapidez com que o acesso ao lançamento de filmes é disponibilizado.
 - (B) a exclusividade tanto no atendimento quanto nos conteúdos oferecidos.
 - (C) a falta de concorrentes com grande oferta de produtos.
 - (D) a retirada de concorrentes internacionais, como a Blockbuster.
 - (E) o valor mais acessível aos bolsos do público brasileiro.
04. A expressão *objeto fetiche*, ao final do terceiro parágrafo, indica que uma parte significativa do público brasileiro
 - (A) deixou de assistir a filmes em casa.
 - (B) recusou-se a pagar caro pelo DVD.
 - (C) perdeu o interesse por filmes no geral.
 - (D) passou a desejar ter seus próprios DVDs.
 - (E) viu o DVD como uma tecnologia defasada.
05. De acordo com o texto, a tecnologia blu-ray representa
 - (A) uma possibilidade de expansão, ainda que modesta, para o mercado de locadoras.
 - (B) uma ameaça real aos donos de locadoras, especialmente em ano de Copa do Mundo.
 - (C) um resgate da tecnologia que revolucionou o mercado de filmes no século 20.
 - (D) a massificação do público consumidor de DVD e o fim das locadoras de nicho.
 - (E) a substituição dos aparelhos de DVD e o fim das locadoras que ainda restam.

06. Conforme o texto, os estúdios
- (A) deixaram de produzir DVD para investir na produção de blu-ray.
 - (B) passaram a ocupar o espaço das locadoras a partir da virada do século.
 - (C) continuam a apostar nas locadoras como um mercado rentável.
 - (D) decidiram especializar-se na produção de games para a internet.
 - (E) deixaram de investir nas locadoras para se dedicar ao público de televisão.
07. No primeiro parágrafo, o termo *antiquado* tem o mesmo sentido de
- (A) respeitoso.
 - (B) cotidiano.
 - (C) usual.
 - (D) antiquário.
 - (E) obsoleto.
08. Apresentam significação oposta no texto:
- (A) locadoras de filmes (2.º parágrafo) e grupos internacionais (3.º parágrafo).
 - (B) eufórico (1.º parágrafo) e desanimados (5.º parágrafo).
 - (C) nicho e blu-ray (ambos do penúltimo parágrafo).
 - (D) radical e atraente (ambos do penúltimo parágrafo).
 - (E) aventureiros (3.º parágrafo) e sobreviventes (último parágrafo).
09. Com a frase – *Mas, a partir de 2006, a festa começou a esvaziar.* – no 2.º parágrafo, a autora sugere que
- (A) o número de locadoras no Brasil foi reduzido à metade em 2005.
 - (B) a locação de filmes não era um bom negócio mesmo antes de 2006.
 - (C) a locação de filmes era um modismo do século 20 que já foi extinto.
 - (D) o ramo da locação foi deixando de ser um ótimo negócio aos poucos.
 - (E) o lucro das locadoras havia sido desproporcional ao tamanho de sua clientela.
10. No terceiro parágrafo, a palavra *aventureiros* refere-se a
- (A) locadoras conceituadas que queriam expandir seus negócios.
 - (B) amantes do cinema que não souberam investir seu dinheiro.
 - (C) comerciantes que venciam a concorrência sem escrúpulos.
 - (D) esportistas que trocavam suas atividades pelo comércio.
 - (E) pessoas sem experiência prévia no ramo da locação.
11. No último parágrafo, a frase do representante da Sony – “*É a primeira vez que fazemos isso,*”... – sugere que o estúdio tomou uma atitude
- (A) imprudente.
 - (B) inapropriada.
 - (C) involuntária.
 - (D) inusitada.
 - (E) impertinente.
12. Mantendo a informação do texto e observando as regras de pontuação, a frase – “*São comuns os casos de gente que pegou o FGTS e abriu uma locadora no andar de baixo de casa e ficou morando em cima,*”... (3.º parágrafo) – está corretamente reescrita em
- (A) São comuns os casos de gente que, com o FGTS, abriu uma locadora no andar de baixo de casa e ficou morando em cima, ...
 - (B) Casos de gente que pegou o FGTS e abriu uma locadora, no andar de baixo de casa e ficou morando, em cima são comuns, ...
 - (C) São comuns os casos de gente, que abriu uma locadora, no andar de baixo de casa e ficou morando em cima com o FGTS, ...
 - (D) São comuns os casos de gente que abriu uma locadora no andar de baixo de casa, ficou morando em cima, e pegou o FGTS, ...
 - (E) São comuns os casos de gente que abriu, no andar de baixo de casa uma locadora, com o FGTS e ficou, morando em cima, ...
13. Leia o que segue.
- ... o DVD tornou antiquado o verbo rebobinar, mas deixou eufórico o público. E, por consequência, os empresários.* (1.º parágrafo)
- Considerando o contexto em que ocorre a concordância, ao inserir o verbo e o adjetivo omitidos na última frase, de acordo com a norma culta, tem-se:
- (A) E, por consequência, deixou eufórico os empresários.
 - (B) E deixou, por consequência, eufórico os empresários.
 - (C) E, por consequência, deixou eufóricos os empresários.
 - (D) E, por consequência, deixaram eufóricos os empresários.
 - (E) E deixaram, por consequência, eufórico os empresários.

14. Assinale a frase correta quanto à concordância na voz passiva.
- (A) Antes de serem devolvidas, as fitas deviam ser rebobinadas.
 - (B) Os filmes eram tradicionalmente alugado e não comprado.
 - (C) Foi atraído tanto grupos internacionais quanto aventureiros.
 - (D) Em meados dos anos 2000, eram vendido filmes com preços baixíssimos.
 - (E) Com a Copa do Mundo, devem ser vendido muita TV full HD.
15. Assinale a frase correta quanto à regência nominal.
- (A) O público europeu sempre foi *acostumado em* comprar DVDs.
 - (B) O brasileiro tem se mostrado *receptivo a* filmes estrangeiros.
 - (C) A tecnologia blu-ray somente é *compatível a* TV full HD.
 - (D) As Lojas Americanas mantiveram-se *atentas do* público para DVD.
 - (E) Com a Copa, o consumidor estará mais *propenso de* comprar uma nova TV.
16. O acento indicador de crase está empregado corretamente na frase:
- (A) Hoje, o número de locadoras de filmes no Brasil não deve chegar à 6 mil.
 - (B) As Lojas Americanas, por exemplo, vendiam filmes à preços baixíssimos.
 - (C) Quando se decidiram à venda, encontraram concorrentes mais difíceis.
 - (D) Dar boas dicas não traz solução à esta crise vivida pelas locadoras.
 - (E) Visando à animar os sobreviventes, a Sony inseriu extras exclusivos para locação no DVD “This Is It”.
17. Ao acrescentar o pronome referente a *filmes* na última frase do trecho – *As locadoras surgiram na era do VHS para atender a um público que, ao contrário de europeus e norte-americanos, não comprava filmes. Alugava.* – tem-se
- (A) Alugava-lhe.
 - (B) Alugava-los.
 - (C) Alugava-nos.
 - (D) Alugava-o.
 - (E) Alugava-os.
18. No trecho – *A onda do DVD passou e alguns empresários ficaram desanimados. Mas ainda tem muita gente que busca atendimento personalizado. Brasileiro gosta de conversar.* – o termo *Mas* indica que
- (A) os empresários da locação não devem ter esperanças para o seu negócio.
 - (B) ainda há motivo para os empresários da locação não ficarem desanimados.
 - (C) o desânimo dos empresários provocou o afastamento de seu público consumidor.
 - (D) o fato de haver gente que busca atendimento personalizado justifica o desânimo dos empresários.
 - (E) o comportamento dos empresários explica o fato de ainda haver quem busque atendimento personalizado.
19. Com a frase – “*Não dou cinco anos para esse negócio acabar,*”... – Carlos Sbruzzi afirma que
- Esse negócio deve acabar _____ cinco anos.
- Assinale a alternativa que completa corretamente a frase.
- (A) com um pouco mais de
 - (B) após concluídos
 - (C) em menos de
 - (D) a contar de
 - (E) desde há
20. Observe as frases:
- I. Quanto aos filmes, na era do VHS, os brasileiros não comprava-os.
 - II. Alguns donos de locadoras foram forçados a fechá-las.
 - III. Os estúdios buscam incentivá-los a investir em séries de TV e games.
- Considerando as regras de colocação pronominal, está(ão) correta(s) apenas:
- (A) I.
 - (B) II.
 - (C) III.
 - (D) I e III.
 - (E) II e III.

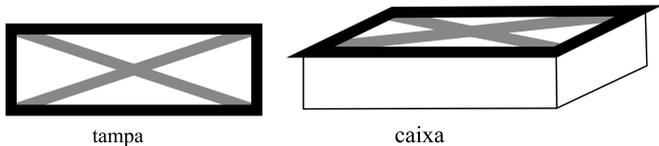
21. Uma mercadoria custa R\$ 395,12. Ao registrar seu preço no sistema, o funcionário responsável digitou os cinco algarismos corretos que compõem o preço, mas numa ordem errada, resultando um valor maior do que o real. Sabendo que a vírgula foi digitada no local correto, a diferença entre o preço registrado pelo funcionário e o preço real pode ser, no máximo, de
- (A) R\$ 179,73.
 (B) R\$ 198,00.
 (C) R\$ 271,17.
 (D) R\$ 540,09.
 (E) R\$ 558,09.

22. O gráfico mostra a porcentagem de mulheres que se inscreveram em determinado concurso realizado anualmente desde 2000, em relação ao total de inscritos no ano correspondente.



De acordo com esses dados, o número de candidatas do sexo feminino coincidiu com o número de candidatas do sexo masculino somente em

- (A) 1 ano.
 (B) 2 anos.
 (C) 3 anos.
 (D) 4 anos.
 (E) 5 anos.
23. A tampa retangular de uma caixa de madeira foi decorada com fita adesiva escura em seu contorno e fita adesiva clara em suas diagonais, como ilustrado a seguir.



A tampa tem 20 cm de largura por 60 cm de comprimento. Assim, para fazer essa decoração, no mínimo, foram gastos em fita adesiva escura e clara, respectivamente,

- (A) 80 cm e $80\sqrt{2}$ cm.
 (B) 80 cm e $40\sqrt{10}$ cm.
 (C) 160 cm e $80\sqrt{2}$ cm.
 (D) 160 cm e $40\sqrt{10}$ cm.
 (E) 160 cm e $100\sqrt{5}$ cm.

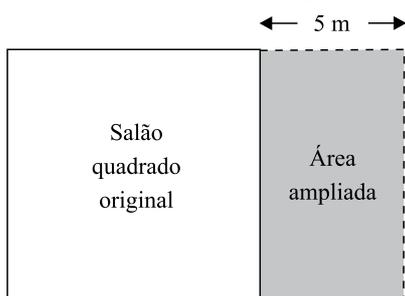
24. Um programa de residência médica é composto de 2000 horas, sendo 40 horas por semana. A distribuição dessas horas entre os três setores nos quais os residentes estagiam deve obedecer à tabela a seguir.

SETOR	TEMPO MÍNIMO DE PERMANÊNCIA
Enfermaria	30% do total de horas do programa
Ambulatórios	50% do total de horas do programa
Laboratório	10% do total de horas do programa

Assim, os números mínimo e máximo de semanas em que um residente deverá permanecer na enfermaria valem, respectivamente,

- (A) 15 e 25.
(B) 15 e 20.
(C) 15 e 18.
(D) 10 e 18.
(E) 10 e 15.
25. Marina planejou trabalhar em seu consultório 20 dias durante um mês. Nos 15 primeiros dias, ela atendeu por dia, em média, 8 pacientes do convênio X. Esse convênio oferece um prêmio em dinheiro para os médicos que atendem 220 ou mais pacientes conveniados num mês. Para receber o prêmio neste mês, Marina deverá atender, nos últimos 5 dias, uma média diária do convênio X de, pelo menos,
- (A) 20 pacientes.
(B) 18 pacientes.
(C) 16 pacientes.
(D) 14 pacientes.
(E) 12 pacientes.
26. 80% da produção de uma impressora é feita em papel branco, sendo o restante feito em papel colorido. Se a produção em papel branco aumentar 10% e a produção em papel colorido cair 30%, então a produção total
- (A) sofrerá uma queda de 20%.
(B) sofrerá uma queda de 14%.
(C) permanecerá inalterada.
(D) terá um aumento de 2%.
(E) terá um aumento de 5%.
27. Ricardo comprou 600 gramas de queijo e 400 gramas de presunto, pagando, no total, R\$ 10,20. Ele se lembrava de que o preço do quilograma do queijo era R\$ 8,00, mas não se lembrava do preço do presunto. Com essas informações, Ricardo pôde deduzir que o preço, em reais, do quilograma do presunto, era igual a
- (A) 11,50.
(B) 12,00.
(C) 12,50.
(D) 13,00.
(E) 13,50.

28. Uma caixa possui 3 bolas brancas, 3 bolas pretas e n bolas vermelhas. Sabe-se que, se forem retiradas ao acaso 8 bolas dessa caixa, com certeza serão obtidas bolas das três cores. Nessas condições, n pode valer, no máximo,
- (A) 3.
(B) 4.
(C) 5.
(D) 6.
(E) 8.
29. Um salão quadrado será ampliado, aumentando-se 5 metros em sua largura, como mostrado na figura.



(Figura fora de escala)

- Com isso, o salão passará a ter 204 m^2 . A área do salão original, em metros quadrados, é
- (A) 100.
(B) 121.
(C) 144.
(D) 169.
(E) 196.
30. Um *shopping* funciona 10 horas por dia, recebendo diariamente 2 000 visitantes. Nessas condições, são gastos diariamente 8 litros de sabonete líquido nos seus sanitários. Após uma ampliação, o *shopping* passará a funcionar 12 horas por dia, prevendo-se que o número diário de visitantes suba para 3 000. Considerando que o gasto de sabonete por visitante e por hora de funcionamento se mantenha, a melhor estimativa do gasto diário de sabonete líquido nos sanitários desse *shopping* após a ampliação é
- (A) 14,4 litros.
(B) 13,2 litros.
(C) 12,0 litros.
(D) 10,8 litros.
(E) 9,6 litros.

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

31. Apresentação oral a um ou a vários possíveis compradores, com a finalidade de realizar vendas, é uma modalidade que ocorre quando o vendedor e o comprador estão em contato direto, frente a frente. Essa modalidade é denominada venda
- (A) informal.
 - (B) formal.
 - (C) impessoal.
 - (D) pessoal.
 - (E) virtual.
32. O conhecimento profissional é uma necessidade para o vendedor. Para tornar-se competente, é preciso que conheça, sobretudo, seus produtos,
- (A) seus fornecedores.
 - (B) sua empresa e seu concorrente.
 - (C) seu concorrente e seus clientes.
 - (D) seu fornecedor e seu concorrente.
 - (E) seu cliente e as políticas governamentais.
33. O vendedor deve ter como documentar suas visitas diárias e propiciar a alimentação de um banco de dados que contenha indicação, contato (telefone, email, etc.), nome, endereço, apresentação e vendas. Com esses dados, entre outras possibilidades,
- (A) tem-se economia de tempo.
 - (B) amplifica-se o ganho.
 - (C) troca-se facilmente o vendedor.
 - (D) cobram-se comissões e prêmios.
 - (E) tem-se a seleção natural de retornos.
34. Quando o vendedor solicita, em cada entrevista, indicação para futuros contatos, ele está praticando
- (A) centro de influências.
 - (B) observação pessoal.
 - (C) corrente contínua.
 - (D) novas contas.
 - (E) assistência de vendas.
35. Quando um vendedor inicia uma entrevista, costuma-se dizer que a primeira impressão é a que conta. Por isso, em casos de abordagem a clientes, pela primeira vez, deve-se ter em mente detalhes relacionados a essa fase. Despertar a atenção dos clientes, por meio da participação deles, é o que se chama de método
- (A) do produto.
 - (B) do elogio.
 - (C) de observação pessoal.
 - (D) da provocação de influências.
 - (E) de fazer perguntas.
36. Se o vendedor não for um “fechador” competente, ele não será um bom vendedor, mesmo que tenha sido bem sucedido
- (A) no planejamento de vendas.
 - (B) na apuração das fontes concorrentes.
 - (C) nas etapas anteriores do processo de vendas.
 - (D) no tratamento de objeções da produção.
 - (E) no oferecimento de ampla publicidade.
37. Ofertas que motivam a compra fazem parte dos métodos mais utilizados para o “fechamento” de vendas. Essas ofertas são conhecidas por
- (A) formação de barreiras.
 - (B) especiais.
 - (C) diretas.
 - (D) indiretas.
 - (E) contra-ataque.
38. Depois da aceitação e do “fechamento” da venda, surge a hora da verdade, da concretização
- (A) da finalização da relação com o cliente.
 - (B) de todas as promessas feitas.
 - (C) da fase mais prazerosa do vendedor.
 - (D) de todos os passos burocráticos para recebimento do acertado.
 - (E) do reinício do processo de vendas.
39. A utilização do sistema ABC foi fundamentada por Vilfredo Pareto, economista italiano, que estudou a distribuição de
- (A) alimentos entre as populações.
 - (B) renda entre as populações.
 - (C) qualidade dos produtos.
 - (D) produtividade \times necessidades da população.
 - (E) valor percentual do acumulado de consumo.

40. O método de avaliação de estoques que considera que as saídas de estoques deverão ser valoradas de acordo com as últimas entradas, em ordem cronológica, é o método
- (A) curva ABC.
 - (B) custo médio.
 - (C) PEPS.
 - (D) UEPS.
 - (E) sistemas “Q” e “P”.
41. A utilização da tecnologia da informação permite a introdução de novas técnicas de gerenciamento da cadeia de suprimentos, abrindo a possibilidade de se ter uma resposta rápida e eficaz às exigências da demanda, na ponta de consumo. Esse processo de atendimento é conhecido como sistema de
- (A) rotação permanente.
 - (B) rotação gradual.
 - (C) rotação lenta.
 - (D) reposição parcial.
 - (E) reposição contínua.
42. Materiais ligados diretamente ao processo produtivo compõem o produto final, ou seja, as matérias primas e os materiais auxiliares ligados
- (A) explicitamente ao serviço.
 - (B) implicitamente ao serviço.
 - (C) explicitamente ao produto.
 - (D) implicitamente ao produto.
 - (E) especialmente à estratégia.
43. Uma das desculpas mais frequentes para um mau atendimento ao cliente está relacionada às normas da empresa que são colocadas acima dos interesses de
- (A) compra do cliente.
 - (B) condescendência do cliente.
 - (C) oportunidade do cliente.
 - (D) insatisfação do cliente.
 - (E) satisfação do cliente.
44. Para cada consumidor o produto ofertado tem um valor. Para uns é o preço, para outros, a facilidade de uso, os atributos do produto – como durabilidade; resistência; qualidade; a imagem do fabricante específico, do autor; a instalação do bem, entre outros. Identifique valor entre as alternativas a seguir.
- (A) O serviço pós-venda.
 - (B) O tratamento de objeções.
 - (C) A conduta no fechamento.
 - (D) A apresentação do produto.
 - (E) A comissão do vendedor.
45. O total de páginas de um texto que está sendo editado com o auxílio do Microsoft Word 2003, em sua configuração padrão, poderá ser obtido
- (A) pela execução da opção Pesquisar do menu Arquivo.
 - (B) diretamente da barra de status do programa.
 - (C) escolhendo-se a opção Números no menu Inserir.
 - (D) no menu Formatar, escolhendo-se a opção Molduras.
 - (E) por meio da opção Localizar do menu Exibir.
46. Para selecionar um parágrafo do texto que está sendo editado com o programa Microsoft Word 2003, em sua configuração padrão, um usuário do programa deverá adotar como procedimento:
- (A) clicar uma vez na primeira palavra do parágrafo.
 - (B) clicar duas vezes na última letra do parágrafo.
 - (C) clicar duas vezes logo acima do parágrafo.
 - (D) clicar três vezes em qualquer lugar do parágrafo.
 - (E) clicar duas vezes do lado direito do parágrafo.
47. Para selecionar células que não sejam vizinhas em uma planilha que está sendo editada com o programa Microsoft Excel 2003, em sua configuração padrão, um usuário deverá clicar sobre elas com o mouse ao mesmo tempo em que acionar a tecla
- (A) CTRL.
 - (B) DEL.
 - (C) HOME.
 - (D) SHIFT.
 - (E) TAB.
48. Uma célula de uma planilha do Microsoft Excel 2003, em sua configuração padrão, apresenta os caracteres #####. Isto significa que
- (A) uma operação não permitida foi executada pelo programa.
 - (B) o programa não conseguiu interpretar a expressão digitada.
 - (C) foi feita uma referência a uma célula não existente na planilha.
 - (D) a linha é muito curta para mostrar completamente o número.
 - (E) a coluna é muito estreita para apresentar o número completo.

49. Um usuário do programa Microsoft Power Point 2003, em sua configuração padrão, deseja salvar uma apresentação como um “Modelo de design” a ser utilizado em apresentações futuras. Selecione a alternativa que contém a extensão do arquivo resultante dessa operação.
- (A) .pom
 - (B) .pot
 - (C) .pps
 - (D) .ppt
 - (E) .ptp
50. Um usuário da Internet está copiando um arquivo de um computador remoto para o seu próprio computador. Diz-se, nesta situação, que o usuário está fazendo uma operação de
- (A) codificação.
 - (B) criptografia.
 - (C) download.
 - (D) pesquisa.
 - (E) upload.