

PROFISSIONAL JÚNIOR

ÊNFASE EM VENDAS DA REDE AUTOMOTIVA

FORMAÇÃO: ADMINISTRAÇÃO, ECONOMIA, ENGENHARIA OU MARKETING

LEIA ATENTAMENTE AS INSTRUÇÕES ABAIXO.

- 01 - Você recebeu do fiscal o seguinte material:
a) este caderno, com os enunciados das 70 questões objetivas, sem repetição ou falha, com a seguinte distribuição:

CONHECIMENTOS BÁSICOS						CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS			
LÍNGUA PORTUGUESA II		LÍNGUA INGLESA II		INFORMÁTICA IV					
Questões	Pontos	Questões	Pontos	Questões	Pontos	Questões	Pontos	Questões	Pontos
1 a 10	1,0	11 a 20	1,0	21 a 25	1,0	26 a 40	1,3	56 a 70	2,0
-	-	-	-	-	-	41 a 55	1,7	-	-

b) 1 **CARTÃO-RESPOSTA** destinado às respostas às questões objetivas formuladas nas provas.

- 02 - Verifique se este material está em ordem e se o seu nome e número de inscrição conferem com os que aparecem no **CARTÃO-RESPOSTA**. Caso contrário, notifique **IMEDIATAMENTE** o fiscal.
- 03 - Após a conferência, o candidato deverá assinar no espaço próprio do **CARTÃO-RESPOSTA**, a caneta esferográfica transparente de tinta na cor preta.
- 04 - No **CARTÃO-RESPOSTA**, a marcação das letras correspondentes às respostas certas deve ser feita cobrindo a letra e preenchendo todo o espaço compreendido pelos círculos, a **caneta esferográfica transparente de tinta na cor preta**, de forma contínua e densa. A LEITORA ÓTICA é sensível a marcas escuras; portanto, preencha os campos de marcação completamente, sem deixar claros.

Exemplo: (A) ● (C) (D) (E)

- 05 - Tenha muito cuidado com o **CARTÃO-RESPOSTA**, para não o **DOBRAR, AMASSAR ou MANCHAR**. O **CARTÃO-RESPOSTA SOMENTE** poderá ser substituído caso esteja danificado em suas margens superior ou inferior – **BARRA DE RECONHECIMENTO PARA LEITURA ÓTICA**.
- 06 - Para cada uma das questões objetivas, são apresentadas 5 alternativas classificadas com as letras (A), (B), (C), (D) e (E); só uma responde adequadamente ao quesito proposto. Você só deve assinalar **UMA RESPOSTA**: a marcação em mais de uma alternativa anula a questão, **MESMO QUE UMA DAS RESPOSTAS ESTEJA CORRETA**.
- 07 - As questões objetivas são identificadas pelo número que se situa acima de seu enunciado.
- 08 - **SERÁ ELIMINADO** do Processo Seletivo Público o candidato que:
a) se utilizar, durante a realização das provas, de máquinas e/ou relógios de calcular, bem como de rádios gravadores, *headphones*, telefones celulares ou fontes de consulta de qualquer espécie;
b) se ausentar da sala em que se realizam as provas levando consigo o Caderno de Questões e/ou o **CARTÃO-RESPOSTA**;
c) se recusar a entregar o Caderno de Questões e/ou o **CARTÃO-RESPOSTA** quando terminar o tempo estabelecido.
- 09 - Reserve os 30 (trinta) minutos finais para marcar seu **CARTÃO-RESPOSTA**. Os rascunhos e as marcações assinaladas no Caderno de Questões **NÃO SERÃO LEVADOS EM CONTA**.
- 10 - Quando terminar, entregue ao fiscal **O CADERNO DE QUESTÕES E O CARTÃO-RESPOSTA** e **ASSINE A LISTA DE PRESENÇA**.
Obs. O candidato só poderá se ausentar do recinto das provas após **1 (uma) hora** contada a partir do efetivo início das mesmas. Por motivos de segurança, o candidato **NÃO PODERÁ LEVAR O CADERNO DE QUESTÕES**, a qualquer momento.
- 11 - **O TEMPO DISPONÍVEL PARA ESTAS PROVAS DE QUESTÕES OBJETIVAS É DE 4 (QUATRO) HORAS**, findo o qual o candidato deverá, **obrigatoriamente**, entregar **O CADERNO DE QUESTÕES E O CARTÃO-RESPOSTA**.
- 12 - As questões e os gabaritos das Provas Objetivas serão divulgados no primeiro dia útil após a realização das mesmas, no endereço eletrônico da **FUNDAÇÃO CESGRANRIO** (<http://www.cesgranrio.org.br>).

LÍNGUA PORTUGUESA II

EM TORNO DO ESPAÇO PÚBLICO NO BRASIL

Estou no aeroporto de Salvador, na velha Bahia. São 8h25m de uma ensolarada manhã de sábado e eu aguardo o avião que vai me levar ao Rio de Janeiro e, de lá, para minha casa em Niterói.

5 Viajo relativamente leve: uma pasta com um livro e um computador no qual escrevo essas notas, mais um arquivo com o texto da conferência que proferi para um grupo de empresários americanos que excursionam aprendendo – como eles sempre fazem e nós, na nossa
10 solene arrogância, abominamos – sobre o Brasil. Passei rapidamente pela segurança feita de funcionários locais que riam e trocavam piadas entre si e logo cheguei a um amplo saguão com aquelas poltronas de metal que acomodam o cidadão transformado em
15 passageiro.

Busco um lugar, porque o relativamente leve começa a pesar nos meus ombros e logo observo algo notável: todos os assentos estão ocupados por pessoas e por suas malas ou pacotes.

20 Eu me explico: o sujeito senta num lugar e usa as outras cadeiras para colocar suas malas, pacotes, sacolas e embrulhos. Assim, cada indivíduo ocupa três cadeiras, em vez de uma, simultaneamente. Eu olho em volta e vejo que não há onde sentar! Meus companheiros de jornada e de saguão simplesmente não me veem e, acomodados como velhos nobres ou bispos baianos da boa era escravocrata, exprimem no rosto uma atitude indiferente bem apropriada com a posse abusiva daquilo que é definido como uma poltrona
30 individual.

Não vejo em ninguém o menor mal-estar ou conflito entre estar só, mas ocupar três lugares, ou perceber que o espaço onde estamos, sendo de todos, teria que ser usado com maior consciência relativamente
35 aos outros como iguais e não como inferiores que ficam sem onde sentar porque “eu cheguei primeiro e tenho o direito a mais cadeiras!”.

Trata-se, penso imediatamente, de uma ocupação “pessoal” e hierárquica do espaço, e não um estilo individual e cidadão de usá-lo. De tal sorte que o saguão desenhado para todos é apropriado por alguns como a sala de visitas de suas próprias casas, tudo acontecendo sem a menor consciência de que numa democracia até o espaço e o tempo devem ser usados
45 democraticamente.

Bem na minha frente, num conjunto de assentos para três pessoas, duas moças dormem serenamente, ocupando o assento central com suas pernas e malas. Ao seu lado e, sem dúvida, imitando-as, uma jovem
50 senhora com ares de dona Carlota Joaquina está sentada na cadeira central e ocupa a cadeira do seu lado direito com uma sacola de grife na qual guarda

suas compras. Num outro conjunto de assentos mais distantes, nos outros portões de embarque, observo o mesmo padrão. Ninguém se lembra de ocupar apenas um lugar. Todos estão sentados em dois ou três assentos de uma só vez! Pouco se lixam para uma senhora que chega com um bebê no colo, acompanhada de sua velha mãe.

60 Digo para mim mesmo: eis um fato do cotidiano brasileiro que pipoca de formas diferentes em vários domínios de nossa vida social. Pois não é assim que entramos nos restaurantes quando estamos em grupo e logo passamos a ser “donos” de tudo? E não é do
65 mesmo modo que ocupamos praças, praias e passagens? (...)

Temos uma verdadeira alergia à impessoalidade que obriga a enxergar o outro. Pois levar a sério o impessoal significa suspender nossos interesses
70 pessoais, dando atenção aos outros como iguais, como deveria ocorrer neste amplo salão no qual metade dos assentos não está ocupada por pessoas, mas por pertences de passageiros sentados a seu lado.

Finalmente observo que quem não tem onde
75 sentar sente-se constrangido em solicitar a vaga ocupada pela mala ou embrulho de quem chegou primeiro. Trata-se de um modo hierarquizado de construir o espaço público e, pelo visto, não vamos nos livrar dele tão cedo. Afinal, os incomodados que se mudem!

DA MATTA, Roberto. *O Globo*, 24. mar. 2010. (Excerto).

1

De acordo com o texto, o que “...nós, na nossa solene arrogância, abominamos –” (l. 9-10) é

- (A) se em missão de negócio, excursionar por diversos lugares que demonstrem a beleza local.
- (B) se em atividade empreendedora, viajar recebendo informações relevantes sobre o país.
- (C) quando visitamos outros países, contratar um professor para dar aulas da língua do lugar.
- (D) ao termos de trabalhar em outros lugares, passear por locais relacionados à atividade desenvolvida.
- (E) quando viajamos para o exterior a passeio, obter informações históricas sobre o lugar visitado.

2

A comparação entre as pessoas no saguão e os “...velhos nobres ou bispos baianos da boa era escravocrata,” (l. 26-27) se baseia na seguinte atitude:

- (A) falta de conflito em estar viajando sozinho.
- (B) observação das dificuldades das outras pessoas.
- (C) utilização abusiva do espaço, sem considerar o direito alheio.
- (D) compreensão de que as cadeiras são de uso individual.
- (E) percepção de que o espaço público é igualitário.

3

Qual a frase em que a palavra em destaque apresenta o mesmo sentido de **apropriado** no trecho "...apropriado por alguns..." (l. 41)?

- (A) Os espaços públicos são **adequados** para o encontro de pessoas.
- (B) Há espaços nos aeroportos **adaptados** ao uso de deficientes físicos.
- (C) Lugares **convenientes** ao conforto das pessoas devem prever assentos suficientes.
- (D) Os bens **tomados** indevidamente por pessoas sem princípios devem ser devolvidos.
- (E) No momento **oportuno**, o cidadão deve reivindicar que seus direitos sejam respeitados.

4

Os trechos transcritos abaixo reforçam o aspecto central do texto focalizado pelo autor. A única **EXCEÇÃO** é

- (A) "...posse abusiva..." (l. 28-29)
- (B) "...ocupação 'pessoal' e hierárquica do espaço..." (l. 38-39)
- (C) "...numa democracia até o espaço e o tempo devem ser usados democraticamente." (l. 43-45)
- (D) "...passamos a ser 'donos' de tudo?" (l. 64)
- (E) "...do mesmo modo que ocupamos praças, praias e passagens?" (l. 64-66)

5

Quanto à estrutura do texto, o autor

- (A) inicia com uma narração e a permeia, em proporções quase iguais, com trechos argumentativos.
- (B) alterna narração, descrição e dissertação, dando mais ênfase à primeira.
- (C) opta pela narração, do início ao fim, terminando por expor seu argumento principal no último parágrafo.
- (D) apresenta uma teoria no início e a justifica com argumentos e descrições subjetivas.
- (E) usa a narração quase na totalidade do texto, com alguma argumentação e algum diálogo, como no trecho iniciado por "Digo..." (l. 60)

6

O uso que o autor faz da palavra **e** no trecho "...companheiros de jornada e de saguão..." (l. 24-25) é o mesmo em

- (A) "...vai me levar ao Rio de Janeiro **e**, de lá, para minha casa..." (l. 3-4)
- (B) "uma pasta com um livro **e** um computador no qual escrevo..." (l. 5-6)
- (C) "...começa a pesar nos meus ombros **e** logo observo algo..." (l. 17)
- (D) "...olho em volta **e** vejo que não há onde sentar!" (l. 23-24)
- (E) "ocupando o assento central com suas pernas **e** malas." (l. 48)

7

A sentença "Pouco se lixam..." (l. 57) indica que a atitude das pessoas foi:

- (A) olhar a senhora com deferência.
- (B) esperar que alguém cedesse o lugar.
- (C) desocupar uma cadeira para a senhora.
- (D) permanecer como e onde estavam.
- (E) sentar-se de uma só vez.

8

As palavras em destaque que, em duas ocorrências no texto, mantêm a mesma classe e o mesmo significado são

- (A) "...avião que vai me **levar** ao Rio..." (l. 3) – "...**levar** a sério o impessoal..." (l. 68-69)
- (B) "Viajo **relativamente leve**:" (l. 5) – "...o **relativamente leve** começa a pesar..." (l. 16-17)
- (C) "...**cidadão** transformado em passageiro." (l. 14-15) – "...estilo individual e **cidadão** de usá-lo." (l. 39-40)
- (D) "...**relativamente leve**..." (l. 16) – "...**relativamente** aos outros..." (l. 34-35)
- (E) "...**usa** as outras cadeiras..." (l. 20-21) – "...**usá-lo**." (l. 40)

9

Em cada um dos trechos abaixo, analise o deslocamento do pronome oblíquo.

- I – "...que vai me levar..." (l. 3) – que vai levar-me
- II – "Eu me explico:" (l. 20) – Eu explico-me
- III – "Ninguém se lembra..." (l. 55) – Ninguém lembra-se
- IV – "Pouco se lixam..." (l. 57) – Pouco lixam-se
- V – "...sente-se constrangido..." (l. 75) – se sente constrangido
- VI – "...que se mudem!" (l. 79) – que mudem-se

Conforme o registro culto e formal da língua está correto **APENAS** o que ocorre em

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

10

Observe o período:

Não vejo em qualquer pessoa o menor mal-estar ou conflito em estar só.

O plural do período acima, realizado de acordo com o registro culto e formal da língua e sem alteração do sentido, é

- (A) Não vemos em qualquer pessoa o menor mal-estar ou conflito em estar só.
- (B) Não veem em quaisquer pessoas o menor mal-estar ou conflitos em estarem sós.
- (C) Não vemos em qualquer pessoas os menores males-estares ou conflitos em estarmos só.
- (D) Não veem em quaisquer pessoas os menores males-estares ou conflitos em estar sós.
- (E) Não vemos em quaisquer pessoas os menores males-estares ou conflitos em estarem sós.

LÍNGUA INGLESA II

Fossil Fuels

The twentieth century has been called the hydrocarbon century due to the abundance of fossil fuels, and their contribution to human development. Fossil fuels were formed over millions of years by the decomposing
5 remains of plants and animals under immense heat and pressure. This process resulted in energy laden fuels coal, petroleum, and natural gas, which together have generated most of the energy consumed globally for over a century, paving the way for continued advancement
10 and new inventions.

Fossil fuels are currently the most economically available source of power for both personal and commercial uses. Petroleum fuels our cars and thirst for plastics, while natural gas and coal heat and electrify
15 our homes. Mass transportation is also largely propelled by fossil fuels. In 2005, more than 3/4 of total world energy consumption was through the use of fossil fuels. Petroleum led with over 43.4 percent of the world's total energy consumption, followed by natural gas (15.6
20 percent) and coal (8.3 percent). North America is the largest consumer of fossil fuels, utilizing nearly 25 percent of the world's resources.

Long thought to be inexhaustible, fossil fuels have been used extensively since the Industrial Revolution.
25 However, many believe that the world is using fossil fuels at an unsustainable rate. Some experts believe that the world has already reached its peak for oil extraction and production, and that it is only a matter of time before natural gas and coal follow suit. These near-term
30 concerns about oil supply have led to increasing focus on, and exploration of, alternative sources of petroleum, such as in tar sands and oil shale.

To release their stored energy, fossil fuels must be burned. It is during this combustion process that a
35 variety of emissions and particulates, including ash, are released into the atmosphere. Primary releases are sulfur, nitrogen, and carbon, which can be harmful to the environment. They can combine with water vapor in the air to form acidic compounds that create acid rain, and
40 burning fossil fuels releases carbon dioxide, a greenhouse gas that scientists believe is key factor in global climate change.

There are also environmental risks associated with extracting, transporting, and utilizing fossil fuels. Mining
45 for coal and drilling for oil are especially hazardous because the digging of massive mines and wells can change the surrounding landscapes and bring massive amounts of salt water to the surface which can damage nearby ecosystems without proper treatment and
50 sequestration. Natural gas extraction is somewhat safer,

but can also be hazardous. While there are regulations in place that attempts to minimize the risks, it is impossible to eliminate them completely. However, regulation is not sufficient; there must be continued
55 research in developing new technologies for both fossil fuel and renewable energy, in addition to increasing conservation measures.

Environmental Literacy Council
<http://www.enviroliteracy.org/subcategory.php/21.html>, access on
March 14th, 2010.

11

The text "Fossil fuels" can be classified as a

- (A) recommendation for future use and transport of fossil fuels.
- (B) manual for the recycling of fossil fuels consumed in industries.
- (C) panoramic account of the past, present and future of fossil fuels in society.
- (D) historical perspective of world energetic resources before the Industrial Revolution.
- (E) newspaper article on recent discoveries in oil drilling and their economic potential.

12

In "The twentieth century has been called the hydrocarbon century due to the abundance of fossil fuels, and their contribution to human development." (lines 1-3), 'due to' can be substituted by

- (A) such as
- (B) besides
- (C) in spite of
- (D) instead of
- (E) because of

13

"This process..." (line 6) refers to the

- (A) decrease of the energy produced by fossil fuels.
- (B) discovery of natural resources millions of year ago.
- (C) artificial decomposition of plants, animals and natural gas.
- (D) disintegration of plants and animals under extremely cold conditions.
- (E) deterioration of the remains of living beings caused by heat and pressure.

14

Paragraph 3 (lines 23-32) introduces the idea that

- (A) oil reached the maximum volume of sales last century.
- (B) alternative sources of fuel are being employed at their peak capacity.
- (C) the world consumption of fossil fuels has been growing uncontrollably.
- (D) natural gas and coal are not suitable as replacements of oil in industrial settings.
- (E) fossil fuels emerged as the major energy source long before the Industrial Revolution.

15

Concerning the figures relative to the year 2005, as mentioned in paragraph 2 (lines 11-22)

- (A) "more than 3/4..." (lines 16) refers to the quantity of fossil fuels reserves consumed along the year.
- (B) "...over 43.4 percent..." (line 18) refers to the share that oil represents in the overall quantity of energy consumed globally.
- (C) "15.6 percent" (lines 19-20) refers to the amount of natural gas resources annually consumed in North America.
- (D) "8.3 percent" (line 20) refers to the share of coal used only for heating American homes.
- (E) "...nearly 25 percent..." (line 21) indicates the percentage of fossil fuels saved in North America.

16

According to paragraph 4 (lines 33-42), all the elements below result from the burning of fossil fuels, **EXCEPT**

- (A) acid rain
- (B) water vapor
- (C) ash emissions
- (D) greenhouse gas
- (E) sulfur, nitrogen and carbon releases

17

Based on the meanings in the text, the option in which the two words are synonymous is

- (A) "...largely..." (line 15) – locally
- (B) "...inexhaustible,..." (line 23) – finite
- (C) "...harmful..." (line 37) – beneficial
- (D) "...hazardous..." (line 45) – dangerous
- (E) "...minimize..." (line 52) – increase

18

Among the solutions to minimize the risks associated with the use of fossil fuels, the author suggests the

- (A) expansion of secure activities, such as mining for coal and drilling for oil.
- (B) substitution of fossil fuels for natural gas, because this is a harmless source of energy.
- (C) development of new technologies in producing energy from fossil fuels and natural resources.
- (D) adoption of proper treatment techniques in all salt water reservoirs and the surrounding ecosystem.
- (E) elimination of the existing regulations and the charge of fines for those who do not adopt conservation measures.

19

In "To release their stored energy, fossil fuels **must be** burned." (lines 33-34) the expression in **boldtype** can be replaced by

- (A) have to be.
- (B) have been.
- (C) would be.
- (D) might be.
- (E) shall be.

20

In terms of the organization of ideas in the text,

- (A) paragraph 1 introduces the main problems related to the consumption of fossil fuels nowadays.
- (B) paragraph 2 emphasizes the minor role fossil fuels have been playing in the modern world.
- (C) paragraph 3 informs that fossil fuels will never be replaced by other less polluting fuels.
- (D) paragraph 4 explains how fossil fuels impact the environment and contribute to climate change.
- (E) paragraph 5 brings an extensive list of ecological dangers and industrial disasters resulting from the consumption of fossil fuel.

INFORMÁTICA IV

21

É possível especificar configurações para diversos recursos do Microsoft Word 2003, selecionando-se o comando Opções no menu Ferramentas. Na guia Geral deste comando, localiza-se o item Repaginação em segundo plano que, quando é selecionado, faz com que os documentos sejam repaginados automaticamente à medida que são digitados. Porém, quando se usa o modo de exibição Layout de impressão, esse item fica indisponível para seleção, porque a repaginação em segundo plano

- (A) não funciona nesse modo de exibição e seria incorreto disponibilizá-lo.
- (B) existe apenas para visualização das páginas de documentos na tela do computador.
- (C) está atrelada a vínculos entre documentos no modo de exibição Estrutura de tópicos.
- (D) funciona automaticamente nesse modo de exibição e não é possível desativá-la.
- (E) é um recurso específico de documentos de versões do Word anteriores à versão 2003, nas quais não existe esse modo de exibição.

22

Durante a navegação em uma página da Web, ao passar o ponteiro do mouse sobre uma imagem, o usuário verificou que ele assumiu o formato de uma pequena mão. Esse formato indica que aquela imagem é um

- (A) Flash.
- (B) Link.
- (C) Post.
- (D) Root.
- (E) Spyware.

23

Durante a digitação de dados em uma planilha do Microsoft Excel 2003, o funcionário de uma determinada empresa sentiu a necessidade de incluir algumas informações contidas em uma apresentação do Microsoft PowerPoint 2003 e resolveu abrir o arquivo referente à apresentação, acionando o comando Abrir no menu Arquivo do Excel. Após a execução desse procedimento, o programa Excel

- (A) abriu a apresentação em uma janela à parte para facilitar sua visualização.
- (B) distribuiu as informações da apresentação pelas células vagas da planilha.
- (C) fechou a planilha e executou o programa PowerPoint para exibir a apresentação.
- (D) retornou uma mensagem de alerta, informando que, ao abrir a apresentação, alguns dados seriam perdidos.
- (E) retornou uma mensagem de alerta, informando que o formato de arquivo não é válido.

24

A World Wide Web é um conjunto de milhões de páginas de informação distribuídas pela rede mundial de computadores. Para o acesso ao conteúdo dessas páginas, é preciso ter instalado no computador um software denominado browser, que encontra a página desejada por meio da introdução de um (a)

- (A) arquivo.
- (B) comando.
- (C) endereço.
- (D) mensagem.
- (E) janela.

25

Desde o surgimento das primeiras redes de computadores e, principalmente, após a difusão do uso da Internet para o desenvolvimento dos negócios corporativos, a segurança da informação tornou-se uma preocupação constante dos gestores de tecnologia da informação. Dentre as diversas políticas de segurança implementadas, a manutenção de softwares antivírus atualizados é de grande importância, porque

- (A) permite o acesso às informações necessárias, mas evita instalações mal-intencionadas.
- (B) mapeia todo o tráfego de rede, permitindo o gerenciamento dos acessos e conteúdos.
- (C) fiscaliza o tráfego dos usuários na rede, permitindo sanções administrativas.
- (D) coordena o envio e recebimento de mensagens, otimizando os recursos de hardware.
- (E) monitora o conteúdo das informações, bloqueando o uso impróprio de dados confidenciais.

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

26

Fazer *marketing* significa satisfazer as necessidades e os desejos dos clientes, fornecendo valor mediante lucro. No processo de definição desse valor, as empresas desenvolvem atividades tais como

- (A) desenvolvimento de novos produtos.
- (B) gerência de propaganda.
- (C) gestão dos canais de distribuição.
- (D) pesquisa de mercado.
- (E) seleção de fornecedores.

27

Em entrevista para uma revista de negócios, o diretor de uma grande empresa afirmou que as vendas são a ponta do *iceberg* do *marketing*. Ele continuou explicando que o objetivo do marketing é

- (A) conhecer o cliente tão bem a ponto de o esforço de venda se tornar supérfluo.
- (B) criar peças de divulgação a fim de comunicar um valor superior para os consumidores.
- (C) fornecer um padrão de vida mais alto para os clientes e a sociedade como um todo.
- (D) promover a livre troca de produtos e serviços de qualidade com os clientes.
- (E) selecionar mercados-alvo e vender em maior quantidade do que os concorrentes.

28

Uma consultoria de *marketing* é contratada para elaborar um relatório de análise do mercado e do consumidor nos dias de hoje e, ao final do trabalho, destaca os seguintes fatores:

- I – os entraves burocráticos e os problemas na tecnologia de comunicação dificultaram às empresas fazer negócios em outros países e, aos consumidores, comprar produtos estrangeiros.
- II – muitos países regulamentaram alguns setores e taxaram determinadas atividades para aumentar a concorrência e as oportunidades de crescimento, oferecendo mais alternativas para os consumidores.
- III – clientes esperam mais qualidade e serviços, têm cada vez menos tempo para gastar, querem mais conveniência, percebem menos diferenças reais entre os produtos e mostram menos fidelidade à marca.

O departamento de *marketing* da empresa contratante deve levar em consideração o(s) fator(es)

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

29

O cenário de atuação mercadológica conduz as empresas à adoção de novas crenças e práticas de *marketing*. Nesse contexto, é **INCORRETO** afirmar que a direção de uma empresa deveria

- (A) buscar inovações constantes em sintonia com as necessidades dos clientes.
- (B) concentrar as atividades de *marketing* em um departamento especializado.
- (C) desenvolver parcerias com fornecedores de matéria-prima e serviços.
- (D) empreender esforços para atender mercados-alvo bem definidos.
- (E) equilibrar o lucro proporcionado aos acionistas com todos os interessados.

30

Uma companhia petrolífera define sua atividade sob a ótica do mercado estratégico. A partir dessa ótica, seus funcionários devem saber que o negócio da empresa é

- (A) abastecer automóveis. (B) explorar petróleo.
- (C) fornecer energia. (D) produzir combustíveis.
- (E) vender gasolina.

31

Um fabricante de automóveis movidos a álcool e gasolina (modelo *flex*) realiza um levantamento de mercado com vistas à realização do planejamento estratégico. Uma oportunidade detectada é a

- (A) ampliação do número de concessionárias.
- (B) demanda crescente por energias alternativas.
- (C) força de trabalho capaz e dedicada.
- (D) vigilância da sociedade com relação às empresas.
- (E) redução do IPVA para carros desse modelo.

32

O composto de *marketing* representa, entre outros instrumentos da administração, as ferramentas disponíveis para influenciar os consumidores. Sob a ótica dos clientes, uma rede de distribuidores de combustíveis deve administrar os elementos ligados ao fator praça para lhes proporcionar

- (A) mais conveniência.
- (B) maior quantidade de produtos.
- (C) ampla garantia de qualidade.
- (D) melhor exposição da marca.
- (E) prazo de pagamento estendido.

33

Ao utilizar os índices de densidade demográfica (medida expressa pela relação entre a população e a superfície do território) para estudos de viabilidade de novos postos de serviços, uma distribuidora de combustíveis está fundamentando essa análise em uma segmentação

- (A) com base em necessidades.
- (B) comportamental.
- (C) demográfica.
- (D) geográfica.
- (E) psicográfica.

34

Localizada no nordeste do país, a rede Móbile cobra, em média, 5 centavos a mais do que a concorrência por litro de gasolina. Ela conduziu uma pesquisa para avaliar os diferentes benefícios esperados pelos clientes ao pararem o carro em um posto para abastecer. Esse levantamento identificou os seguintes segmentos de motoristas, conforme os benefícios esperados:

1. estrelas: produtos premium e serviço de qualidade (16%);
2. jovens: abastecimento rápido, serviço rápido e comida rápida (27%);
3. fiéis: produtos com marca e serviço confiável (16%);
4. caseiros: conforto (21%);
5. econômicos: preço baixo (20%).

A decisão estratégica mais acertada, de acordo com a pesquisa, é

- (A) ampliar a área de atuação também para o sudeste do país.
- (B) concentrar o foco da atuação no público mais sensível a preço.
- (C) lançar um programa de autoatendimento para os motoristas.
- (D) reduzir urgentemente o preço da gasolina para o mesmo nível da concorrência.
- (E) investir em instalações limpas e confortáveis e na formação de pessoal mais atencioso.

35

Três especialistas, em um debate sobre estratégias empresariais, tecem os seguintes comentários a respeito do *marketing* de relacionamento:

Pedro – As organizações podem executar a gestão do relacionamento com o cliente, pois se tornou viável, hoje em dia, a estratégia de lidar com cada um deles mediante avanços na customização em massa, nos computadores e na Internet.

Alice – Embora tenha como um de seus objetivos a construção de relacionamentos sólidos com os clientes, o *marketing* de relacionamento não constrói ligações econômicas e técnicas entre as partes interessadas no negócio.

Antônio – A prática do *marketing* um para um (*one to one*) não é para qualquer empresa, já que o investimento em coleta de informações em *hardware* e em *software* pode superar os benefícios da implantação desse processo.

É(São) correta(s) a(s) afirmação(ões) de

- (A) Pedro, apenas.
- (B) Alice, apenas.
- (C) Pedro e Antônio, apenas.
- (D) Alice e Antônio, apenas.
- (E) Pedro, Alice e Antônio.

36

Os itens funcionais também são fatores determinantes na conquista e manutenção de clientes em um posto de gasolina. Para tanto, a gerência deve dedicar especial atenção à

- (A) confiança e à credibilidade da marca.
- (B) cortesia dos atendentes na loja de conveniência.
- (C) disposição em ajudar os motoristas.
- (D) empatia dos gerentes ao lidar com os clientes.
- (E) manutenção das instalações e dos equipamentos.

37

A Supervisora de vendas de uma nova linha de óleos lubrificantes identifica um comportamento antiético de um de seus vendedores, o qual

- (A) divulga amplamente os benefícios do produto e tem ciência de suas limitações.
- (B) oferece descontos maiores do que boa parte da concorrência direta.
- (C) prefere não comentar com os clientes a respeito dos produtos da concorrência.
- (D) promete um desempenho maior do que realmente o produto proporciona.
- (E) utiliza os mesmos argumentos de vendas veiculados pela propaganda da empresa.

38

O treinamento para reciclagem da equipe de vendas precisa levar em conta algumas premissas, com **EXCEÇÃO** de que todo vendedor deve

- (A) aprender a administrar seu tempo e cumprir roteiros de visitas.
- (B) conhecer os produtos sob a ótica das necessidades da empresa.
- (C) entender os procedimentos de campo e suas responsabilidades gerais.
- (D) ser informado sobre a firma e seus produtos e identificar-se com eles.
- (E) praticar a realização de apresentações de vendas eficientes.

39

O gerente de vendas de uma empresa automotiva identifica um comportamento **EQUIVOCADO** de sua equipe, na medida em que seus vendedores estão

- (A) assumindo uma postura muito mais voltada para o *marketing* do que para vendas.
- (B) gastando parte das visitas para colher informações sobre os clientes e os concorrentes.
- (C) observando a linguagem não verbal dos clientes para descobrir razões de compras.
- (D) privilegiando a maximização do volume de vendas em lugar da lucratividade.
- (E) ressaltando os benefícios dos produtos em detrimento de seus atributos.

40

O processo de negociação pode ser abordado com relação aos aspectos correspondentes à sigla AIDA, na coluna da esquerda, que se relacionam a alguns momentos da venda, apresentados na coluna da direita.

A – Atenção	1 – Preparação das visitas
I – Interesse	2 – Pesquisa de satisfação
D – Desejo	3 – Abertura da venda
A – Ação	4 – Apresentação das características
	5 – Demonstração dos benefícios
	6 – Fechamento da venda
	7 – Despedida dos clientes

A associação correta entre as letras da sigla e as respectivas atividades de vendas é

- (A) A – 1, I – 3, D – 5, A – 6
- (B) A – 1, I – 2, D – 5, A – 7
- (C) A – 2, I – 3, D – 4, A – 5
- (D) A – 2, I – 4, D – 6, A – 7
- (E) A – 3, I – 4, D – 5, A – 6

41

As empresas que assumem uma visão de negócio de curto prazo, direcionada para produção e vendas, estão sujeitas a maior risco, pois **NÃO** conseguem

- (A) aumentar o *market share* e a receita bruta e melhorar seus processos internos.
- (B) obter mídia espontânea com destaque na imprensa e divulgar suas ofertas.
- (C) criar produtos atraentes e baratos e despertar a atenção dos seus mercados.
- (D) desenvolver trocas com clientes e fornecedores e entregar produtos com rapidez.
- (E) monitorar seus clientes e concorrentes e aperfeiçoar sempre suas ofertas de valor.

42

O relatório de visitas dos vendedores é de suma importância para as organizações, pois permite um(a)

- (A) acompanhamento permanente da situação de mercado.
- (B) direcionamento estratégico da linha de comunicação.
- (C) controle das despesas de visitas efetuadas pela equipe.
- (D) cobrança mais eficaz dos clientes em atraso.
- (E) vigilância sobre a supervisão e cada membro da equipe.

43

Com base em um sistema de avaliação de desempenho, o gerente de recursos humanos conclui que um experiente vendedor se encontra no estágio da maturidade em sua carreira, apresentando queda em sua produtividade. Ele poderá entrar rapidamente em declínio se a empresa não possuir um(a)

- (A) programa de avaliação organizacional.
- (B) método de pesquisa de clima organizacional.
- (C) plano de carreira para a equipe.
- (D) planejamento da comunicação interna.
- (E) escala de motivação dos vendedores.

44

Uma companhia de petróleo adota o método da porcentagem das vendas para estabelecer o orçamento total de sua comunicação de *marketing*. Assim, define a dotação de verbas a partir de uma fração de centavo para cada litro de gasolina vendido. Uma vantagem desse método é

- (A) encarar as vendas como determinantes da promoção e não como resultado desta.
- (B) encorajar a utilização de iniciativas mais ousadas como promoções fora de época.
- (C) estabelecer a aplicação das verbas com base em novas oportunidades de mercado.
- (D) estimular a gestão com base na relação entre o custo da promoção e os resultados.
- (E) priorizar orçamentos com base na disponibilidade de capital existente.

45

Uma empresa que pretende reduzir os níveis percentuais de perda de clientes deve implantar um sistema para

- (A) alertar quando houver queda nos pedidos.
- (B) avaliar adequadamente a concorrência.
- (C) levantar e medir seus índices de perda.
- (D) melhorar o nível de formação tecnológica.
- (E) receber *feedback* constante dos clientes.

46

Analise as afirmações a seguir.

As empresas investem cada vez mais na gestão do banco de dados para atingir seus consumidores com maior precisão.

PORQUE

Implantar um sistema de database *marketing* exige investimentos relativamente altos que, no entanto, são compensados pelo custo baixo de manutenção no longo prazo.

A esse respeito, conclui-se que

- (A) as duas afirmações são verdadeiras e a segunda justifica a primeira.
- (B) as duas afirmações são verdadeiras e a segunda não justifica a primeira.
- (C) a primeira afirmação é verdadeira e a segunda é falsa.
- (D) a primeira afirmação é falsa e a segunda é verdadeira.
- (E) as duas afirmações são falsas.

47

A perecibilidade na prestação de serviços em um posto de gasolina não será problema quando

- (A) a demanda for estável.
- (B) a propaganda for eficaz.
- (C) o mercado for competitivo
- (D) os preços forem justos.
- (E) os lucros forem reduzidos.

48

Uma distribuidora de combustíveis pretende implantar um programa de frequência de compras com base no banco de dados dos seus postos de gasolina. Uma sugestão do departamento de *marketing* é

- (A) avaliar o índice de vendas de cada posto e melhorar o programa de treinamento das equipes com menor desempenho.
- (B) desenvolver uma campanha específica para postos localizados em bairros e cidades com maior desenvolvimento econômico.
- (C) identificar os postos mais próximos das refinarias e implantar um sistema de distribuição mais rápido e eficaz.
- (D) levantar os postos que contam com lojas de conveniência e oferecer lanches gratuitos a todos os motoristas que neles abastecem.
- (E) selecionar os principais postos e oferecer a seus proprietários entradas gratuitas para jogos do Brasil na Copa do Mundo.

49

O quadro abaixo descreve o resultado de uma pesquisa, junto a motoristas, com o objetivo de realizar uma análise ponderada de importância e desempenho do pacote de serviços prestados em um posto de gasolina. As avaliações seguiram uma escala na qual a nota 4,00 representava o valor máximo, e 1,00 representava o valor mínimo de importância e desempenho.

Descrição do atributo	Importância	Desempenho
1. Resposta rápida às reclamações	3,83	2,63
2. Lavagem do carro após o serviço	3,63	3,15
3. Serviço cortês e amável	3,41	2,29
4. Carro pronto dentro do tempo estipulado	3,29	2,78
5. Preços baixos nos serviços	3,02	3,85

Com base nessa pesquisa, a direção deve

- (A) avaliar seu programa de treinamento da equipe de atendimento.
- (B) elevar a margem de lucro dos serviços oferecidos.
- (C) encerrar os serviços de lavagem de carros.
- (D) implantar caixas de sugestões para os motoristas.
- (E) orientar seus funcionários a serem mais rápidos e atenciosos.

50

Com relação à segmentação de mercados, é **INCORRETO** afirmar que

- (A) compradores jovens de carros, pertencentes à classe média, não representam um segmento, mas um setor.
 (B) consumidores diferem entre si em muitos aspectos e podem ser agrupados segundo uma ou mais características.
 (C) empresas concentram cada vez mais seus esforços nos clientes que têm maior chance de atender bem.
 (D) profissionais de *marketing* criam segmentos para ajustar as atividades da empresa às características do público-alvo.
 (E) segmentos são, em parte, uma ficção, uma vez que nem todas as pessoas querem exatamente a mesma coisa.

51

A empresa Verde Oliva apresentou os seguintes saldos, em reais, no Balancete de Verificação do final do exercício de 2009:

Prejuízo Acumulado	1.500,00
Salários a Pagar	1.500,00
Caixa	2.000,00
Mercadorias	4.000,00
Duplicatas a Pagar	5.000,00
Equipamentos	6.000,00
Duplicatas a Receber	8.000,00
Conta-Corrente Bancária	9.000,00
Capital Social	23.000,00
Despesas Gerais	24.000,00
Custo das Mercadorias Vendidas	68.000,00
Receitas de Vendas	91.000,00

Após o encerramento das contas de resultado, o valor total do Patrimônio Líquido será, em reais, de

- (A) 1.000,00
 (B) 20.500,00
 (C) 22.500,00
 (D) 24.500,00
 (E) 25.500,00

52

Uma empresa apresenta a conta Móveis e Utensílios com um saldo inicial de R\$ 15.000,00. Durante o exercício, adquiriu mesas e cadeiras no valor de R\$ 18.000,00, sendo 50% à vista e o restante, no prazo de 30 dias. Vendeu cadeiras usadas, a prazo, por R\$ 4.000,00, sendo este o preço de custo e adquiriu, à vista, prateleiras por R\$ 5.000,00. Com base nessas informações e sabendo-se que o saldo final da conta de depreciação acumulada a ela associada é de R\$ 5.000,00, qual o saldo final, em reais, da conta Móveis e Utensílios?

- (A) 29.000,00
 (B) 32.000,00
 (C) 34.000,00
 (D) 35.000,00
 (E) 42.000,00

53

Uma empresa apresentou, em 31/12/2009, no seu sistema de controle de estoque, um saldo final de matéria-prima de 250 quilos, adquiridos a R\$ 1,50 o quilo. Em janeiro de 2010, ocorreram as seguintes movimentações:

Data	Entrada	Saída	Saldo (Kg)
06/01/2010	200		450
09/01/2010	90		540
17/01/2010	30		570
18/01/2010		230	340
22/01/2010		170	170

Essas compras foram realizadas a R\$ 1,70, R\$ 1,90 e R\$ 2,10 o quilo, respectivamente. Pelo método PEPS / FIFO, o estoque final, em 31/01/2010 foi, em reais, de

- (A) 255,00
 (B) 289,00
 (C) 319,00
 (D) 357,00
 (E) 359,00

54

A indústria Bandeira produz 300.000 unidades do produto motores. Nesse processo produtivo, são incorridos custos variáveis de R\$ 4.500.000,00 e custos fixos de R\$ 1.500.000,00. O preço unitário de venda é R\$ 45,00. Com base nessas informações, o ponto de equilíbrio de unidades é de

- (A) 10.000
 (B) 50.000
 (C) 60.000
 (D) 70.000
 (E) 80.000

55

A indústria Verde e Amarelo produz e vende 100 carrocerias para caminhão por mês. Cada carroceria é vendida por R\$ 50.000,00, com os seguintes custos de produção:

- Variáveis = R\$ 31.000,00 / unidade
- Gastos Fixos (Custos + Despesas) = R\$ 1.520.000,00 / mês

Na última reunião do conselho, ficou determinado que a indústria Verde e Amarelo reduziria em 10% seus gastos fixos. Com base nessas informações e na nova política de redução de custos, qual seria a nova margem de segurança?

- (A) 20%
 (B) 22%
 (C) 24%
 (D) 26%
 (E) 28%

56

A avaliação da taxa de retorno de um investimento pode ser feita em termos nominais e em termos reais. Se determinado investimento apresenta uma taxa de retorno nominal de 10% em seis meses e a taxa de inflação no mesmo período foi de 3%, a taxa real desse investimento para o período de seis meses é

- (A) igual a 7%.
- (B) igual a 13%.
- (C) superior a 3% e inferior a 6%.
- (D) inferior a 7%.
- (E) inferior a 10% e superior a 7,1 %.

57

O modelo de crescimento de dividendos, ou Modelo de Gordon, sugere que a estimação do preço corrente de uma ação considere o último dividendo pago (D), a taxa de desconto que compensa o risco do investimento (r), e a taxa constante de crescimento dos dividendos a serem pagos no futuro (g). Uma ação apresenta $D = R\$ 2,00$, $r = 10\%$ e $g = 5\%$. Qual o preço estimado dessa ação?

- (A) R\$ 42,00
- (B) R\$ 40,00
- (C) R\$ 0,42
- (D) R\$ 0,40
- (E) R\$ 240,00

58

Os métodos de avaliação de projetos de investimento do Valor Presente Líquido (VPL) e da Taxa Interna de Retorno (TIR) podem apresentar resultados conflitantes como os sugeridos na tabela abaixo.

Projeto	Investimento Inicial	VPL	TIR
X	300.000,00	75.000,00	29% ao ano
Y	500.000,00	120.000,00	21% ao ano

Os projetos X e Y são mutuamente excludentes e cada método de avaliação (VPL e TIR) sugere a escolha de uma alternativa de investimento diferente. Uma forma de se escolher uma das alternativas de investimento nessas situações é calcular a Interseção de Fischer. A Interseção de Fischer informa

- (A) a taxa de desconto que produz o mesmo VPL para ambos os investimentos.
- (B) a taxa de juros que deve remunerar o investimento no projeto Y.
- (C) a TIR que considera a diferença entre os riscos dos investimentos.
- (D) o novo valor de investimento inicial que ajusta o valor da TIR.
- (E) em quanto o valor do investimento inicial em Y deve superar o investimento inicial em X.

59

Os índices financeiros são utilizados para fins de comparação das demonstrações financeiras das empresas. Tradicionalmente são agrupados nas categorias de liquidez, endividamento, giro, rentabilidade e valor de mercado. Um exemplo de índice financeiro na categoria de valor de mercado é o(a)

- (A) Retorno do ativo (ROA).
- (B) Índice preço/lucro (P/L).
- (C) Índice de caixa.
- (D) Margem de lucro.
- (E) Cobertura de juros (ICJ).

60

A função utilidade de um consumidor de dois bens é dada pela expressão $U = 3XY$, onde U é a utilidade que obtém ao consumir as quantidades X e Y dos dois bens, $X > 0$ e $Y > 0$. Tal função

- (A) é homogênea do grau três.
- (B) gera curvas de indiferença retas.
- (C) é crescente em X e decrescente em Y.
- (D) apresenta utilidade marginal de X crescente com Y.
- (E) tem um máximo no ponto $(X, Y) = (2, 3)$.

61

Supondo a taxa de juros compostos de 1% a. m., o valor presente líquido de um pagamento de R\$ 100,00, a ser efetuado três meses no futuro, pode ser obtido exatamente pela expressão

- (A) $100 \div 1.03$
- (B) 100×1.03
- (C) $100 \times (1.01)^3$
- (D) $100 \div (1.01)^3$
- (E) $100 + (0.01)^3 \times 100$

62

Dois eventos de probabilidade positiva são disjuntos, isto é, não podem ocorrer simultaneamente. Em consequência,

- (A) são eventos independentes.
- (B) têm a mesma probabilidade.
- (C) a soma de suas probabilidades é igual a 1.
- (D) sua união tem probabilidade nula.
- (E) sua interseção tem probabilidade nula.

63

Um consumidor ganha R\$ 100,00 por mês e gasta R\$ 30,00 pagando seu aluguel mensal. Suponha que o aluguel aumente 20%, que nenhum outro preço dos bens e serviços que compra se altere e que sua renda monetária aumente 5%. A mudança em sua renda real será, aproximadamente, de

- (A) menos 1%
- (B) mais 1%
- (C) mais 4%
- (D) menos 5%
- (E) mais 5%

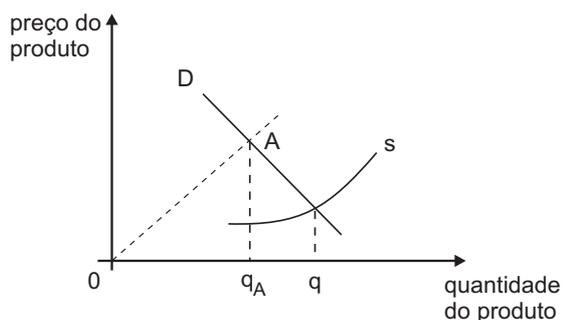
64

Suponha que duas empresas, usando diferentes tecnologias, atuem num determinado mercado e se comportem como um duopólio de Cournot em equilíbrio. Nessas circunstâncias,

- (A) a empresa que produz mais cobrará o menor preço.
- (B) o preço será maior que os custos marginais das empresas.
- (C) o custo marginal da menor empresa será igual ao preço de mercado.
- (D) os custos médios das duas empresas serão iguais.
- (E) os custos marginais das duas empresas serão iguais.

65

O gráfico abaixo mostra uma curva de demanda linear (D), uma curva de oferta (S) num mercado competitivo e a quantidade de equilíbrio q . No ponto A, a elasticidade-preço da demanda é igual a -1 e a quantidade demandada é q_A .



Se os produtores formassem uma única empresa que se comportasse como um monopólio, produzindo Q , ter-se-ia.

- (A) $Q > q_A$
- (B) $Q \leq q_A$
- (C) $Q = q$
- (D) $q_A < Q < q$
- (E) $Q > q$

66

Em 2008, o administrador de fundos americano Bernard Madoff foi preso após se constatar que havia enganado milhares de investidores durante muitos anos. O que aconteceu pode ser visto como um caso de informação assimétrica, conhecido como

- (A) seleção adversa por parte do agente.
- (B) problema do principal e do agente.
- (C) ignorância sobre a instabilidade dos mercados.
- (D) insuficiência de informação sobre o principal.
- (E) comportamento especulativo.

67

A proposição de que os gastos de consumo das pessoas depende da sua renda permanente implica

- (A) elevada elasticidade dos gastos de consumo em relação às variações cíclicas da renda.
- (B) redução do multiplicador da demanda agregada em relação a aumentos não permanentes do gasto público.
- (C) redução da demanda por moeda se houver um aumento da renda transitória.
- (D) independência da demanda por bens de consumo em relação ao nível de riqueza das pessoas.
- (E) grande volatilidade do componente de gastos de consumo na demanda agregada.

68

O princípio de aceleração, como indutor do investimento, consiste na proposição de que os gastos privados de investimento

- (A) independem da taxa de juros.
- (B) independem do nível de importações.
- (C) são sensíveis a aumentos da renda e do consumo.
- (D) diminuem se as exportações aumentarem.
- (E) diminuem se houver mais investimento público.

69

Dois projetos de investimento com a mesma taxa interna de retorno têm

- (A) fluxos financeiros iguais.
- (B) razões benefícios/custos iguais.
- (C) valores futuros iguais.
- (D) valores presentes líquidos iguais, à taxa interna de retorno comum.
- (E) a mesma sensibilidade às variações da taxa de desconto usada para avaliá-los.

70

Comparando dois projetos de investimento, aquele com menor período de *pay back*

- (A) gera liquidez mais rapidamente.
- (B) exige maiores investimentos iniciais.
- (C) tem maior taxa interna de retorno.
- (D) tem maior valor presente líquido.
- (E) tem menor tamanho.