

PROFISSIONAL DE VENDAS - JÚNIOR

LEIA ATENTAMENTE AS INSTRUÇÕES ABAIXO.

01 - Você recebeu do fiscal o seguinte material:

- a) este **CADERNO DE QUESTÕES**, com o enunciado das 70 (setenta) questões objetivas, sem repetição ou falha, com a seguinte distribuição:

Conhecimentos Básicos						Conhecimentos Específicos					
Língua Portuguesa IV		Conhecimentos Gerais		Noções de Informática II		Bloco 1		Bloco 2		Bloco 3	
Questões	Pontuação	Questões	Pontuação	Questões	Pontuação	Questões	Pontuação	Questões	Pontuação	Questões	Pontuação
1 a 10	1,0 cada	11 a 15	1,0 cada	16 a 20	1,0 cada	21 a 40	1,0 cada	41 a 55	1,0 cada	56 a 70	1,0 cada

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

- 02 - Verifique se este material está em ordem e se o seu nome e o seu número de inscrição conferem com os que aparecem no **CARTÃO-RESPOSTA**. Caso contrário, notifique o fato **IMEDIATAMENTE** ao fiscal.
- 03 - Após a conferência, o candidato deverá assinar, no espaço próprio do **CARTÃO-RESPOSTA**, com 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, com **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 se, no ato da entrega ao candidato, já estiver danificado em suas margens superior e/ou inferior - **DELIMITADOR 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** deste Processo Seletivo Público o candidato que:
- se utilizar, durante a realização das provas, de aparelhos sonoros, fonográficos, de comunicação ou de registro, eletrônicos ou não, tais como agendas, relógios não analógicos, *notebook*, transmissor de dados e mensagens, máquina fotográfica, telefones celulares, *paggers*, microcomputadores portáteis e/ou similares;
 - se ausentar da sala em que se realizam as provas levando consigo o **CADERNO DE QUESTÕES** e/ou o **CARTÃO-RESPOSTA**;
 - se recusar a entregar o **CADERNO DE QUESTÕES** e/ou o **CARTÃO-RESPOSTA**, quando terminar o tempo estabelecido;
 - não assinar a **LISTA DE PRESENÇA** e/ou o **CARTÃO-RESPOSTA**.
- 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.
- 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**.
- 11 - **O TEMPO DISPONÍVEL PARA ESTAS PROVAS DE QUESTÕES OBJETIVAS É DE 4 (QUATRO) HORAS E 30 (TRINTA) MINUTOS**, já incluído o tempo para marcação do seu **CARTÃO-RESPOSTA**, findo o qual o candidato deverá, obrigatoriamente, entregar o **CARTÃO-RESPOSTA** e o **CADERNO DE QUESTÕES**.
- 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>).

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

BLOCO 1

21

Em 31/08/2012, uma determinada empresa efetuou a venda de um lote de mercadorias que havia sido adquirido à vista em 05/05/2012. O recebimento dessa venda se dará em duas parcelas iguais, com vencimento em 30 e 60 dias.

De acordo com os princípios que regem a Contabilidade no Brasil, a receita dessa venda deverá ser reconhecida, ainda em 2012, no mês de

- (A) maio
- (B) agosto
- (C) setembro
- (D) outubro
- (E) dezembro

22

Considere o seguinte conceito: gasto relativo a bem ou serviço utilizado na produção de outros bens ou serviços.

Esse conceito se refere a

- (A) custo
- (B) capital
- (C) desembolso
- (D) investimento
- (E) despesa

23

Um estudante de Administração iniciou um estágio em uma empresa que está em pleno processo de elaboração do planejamento estratégico para os próximos cinco anos. Para que possa atender às expectativas dessa empresa em relação à sua atuação, o estagiário tem procurado informações sobre esse assunto.

Em seus estudos, ele conseguiu identificar alguns elementos importantes na elaboração de um planejamento estratégico que são

- (A) Sequenciamento das atividades realizadas na empresa durante o processo produtivo, de modo a atender à demanda do mercado, e ampliação do tempo de produção.
- (B) Documentos escritos, metodologias de desenvolvimento e implantação de ações relativas à eficiência operacional.
- (C) Forças e fraquezas da organização, que são relativas ao ambiente interno, e oportunidades e ameaças, que são relativas ao ambiente externo.
- (D) Atividades rotineiras e repetitivas relacionadas à previsibilidade de atuação da empresa.
- (E) Atividades, tarefas ou operações, isoladamente, para que se forme o conjunto dos processos realizados pela empresa.

24

Os sistemas de informação constituem ferramentas gerenciais de apoio à tomada de decisão. Para isso, é necessário, porém, que esses sistemas de informações gerenciais sejam construídos de acordo com as características da organização, adequando-os às suas particularidades e necessidades.

Entre os principais objetivos dos sistemas de informações gerenciais apresentados, encontra(m)-se o(a)

- (A) registro das informações relativas às não conformidades existentes em seu processo produtivo.
- (B) alinhamento ao sistema operacional da empresa, gerando informações sobre a demanda da produção.
- (C) informatização dos controles existentes na organização para manter os registros armazenados por mais tempo.
- (D) resolução de problemas organizacionais internos e a preparação para enfrentar as tendências do mercado.
- (E) geração de informações relativas ao pessoal que atua diretamente com o público externo para que se tenha um retrato das principais demandas.

25

O vendedor de uma empresa será promovido a Gerente de Vendas, cargo para o qual ele vem se preparando há algum tempo. Ele sabe que o foco da administração de vendas tem mudado, em função da concorrência acirrada existente no mercado.

Querendo exercer sua nova função adequadamente, qual deverá ser o foco de seu trabalho como gerente de vendas e a respectiva justificativa para essa escolha?

- (A) O controle da produção da empresa, por ser baseada na previsão do volume de vendas.
- (B) O planejamento das vendas, por ter como função o controle da programação da produção destinada ao mercado.
- (C) A identificação das novas necessidades da empresa, para que se possam realizar promoções, além da definição do tipo de propaganda a ser utilizado.
- (D) A clientela e suas necessidades, o atendimento pós-venda e as vendas em si, para que se possam fidelizar os clientes.
- (E) As novas mídias impressas utilizadas para a comercialização dos produtos no mercado, já que hoje o comércio virtual é uma realidade.

26

As empresas que atuam no mercado competitivo têm um desafio constante, independente do setor em que atuam: conquistar novos clientes e fidelizá-los. Esse desafio faz com que muitas empresas adotem ferramentas para facilitar o relacionamento com seus clientes.

Uma das ferramentas mais utilizadas com esse objetivo e seu propósito como sistema estão apresentados em:

- (A) CRM – identifica, amplia e mantém o relacionamento de longo prazo com os clientes.
- (B) PDCA – identifica as principais reclamações dos clientes, possibilitando, mediante análise, a correção das mesmas.
- (C) SAC – possibilita à empresa manter um contato direto com o cliente para realizar pesquisas de opinião, sendo considerado interativo e assíncrono.
- (D) CHAT – possibilita o armazenamento de informações sobre o perfil de consumo dos clientes, sendo considerado assíncrono.
- (E) 5W2H – envia mensagens aos clientes com as promoções da empresa, de acordo com o perfil cadastrado.

27

A administração financeira de uma empresa é vital para a sua sobrevivência e sustentabilidade no mercado, sendo importante também para viabilizar a frequente busca pela ampliação de sua competitividade.

O principal objetivo da administração financeira é

- (A) captar recursos financeiros no mercado para viabilizar as atividades de compra de suprimentos e equipamentos para a empresa.
- (B) aumentar o lucro e a rentabilidade da empresa, visto que todas as atividades por ela desenvolvidas envolvem recursos financeiros.
- (C) equilibrar o volume de recursos financeiros necessários para custear a folha de pagamento e a receita gerada pelo processo produtivo.
- (D) estabelecer contato com as instituições financeiras para ampliar o relacionamento com o mercado.
- (E) manter os prazos de pagamento da área de contas a pagar sempre anterior aos prazos dos recebimentos da área de contas a receber.

28

Um dos grandes desafios atuais da prática de gestão de riscos é atuar não só de forma preventiva aos eventos de incerteza, mas também, criar oportunidades de ganhos.

A importância da compreensão do risco para a empresa está relacionada

- (A) à eliminação da incerteza para o processo decisório da empresa.
- (B) à necessidade de implementar controles que eliminem a ocorrência do evento identificado na análise de risco.
- (C) à identificação de ameaças ou oportunidades que podem afetar negativa ou positivamente a empresa, para que se possam diminuir a probabilidade e o impacto das ameaças.
- (D) às melhorias providas pelo gerenciamento de riscos na estratégia organizacional, já que o risco inexistente no nível operacional.
- (E) ao atendimento às demandas de regulamentações e conformidade, já que a análise de riscos é um requisito legal para todas as atividades empresariais.

29

Na reorganização da defesa da concorrência, buscando aprimorar a duração do processo administrativo, ocorreu a criação de órgão destinado ao julgamento dos casos de concentração ocorridos no Brasil.

Tal órgão é o Tribunal

- (A) Arbitral de Defesa da Concorrência
- (B) Administrativo de Defesa Econômica
- (C) Especial de Intervenção Econômica
- (D) Judicante de Defesa Administrativa
- (E) Nacional de Direito Econômico

30

César mora em uma casa construída em um terreno onde residem outros membros da família. Ele pretende utilizar o seu imóvel como área de armazenamento de recipientes transportáveis de GLP, o que seria facilitado pelo fato de o terreno contíguo à sua residência permitir o ingresso de caminhões. Com esse intuito, requer autorização à ANP.

Consoante as normas da ANP sobre o tema, verifica-se que o(s)

- (A) pleito deve ser acolhido desde que sejam observadas determinadas normas de segurança.
- (B) depósito pretendido é privativo de distritos industriais.
- (C) armazenamento do GLP é vedado em áreas residenciais.
- (D) depósito ocorrerá em áreas contíguas a estradas federais, estaduais ou vicinais.
- (E) recipientes transportáveis de GLP devem ser armazenados em depósitos de empresas de petróleo.

31

Hélio, gerente de vendas da empresa YY, comunica, por carta, a uma empresa do ramo de material de construção que pretende adquirir uma determinada quantidade de bens, ali comercializados, no valor de R\$ 300.000,00. A proposta apresentada é válida por três meses. O representante da empresa nada diz e, após o prazo, a venda não se realiza.

De acordo com as normas do Direito Civil sobre contratos, o(a)

- (A) silêncio é considerado equiparado à pessoa ausente.
- (B) silêncio da empresa presume a não aceitação da proposta.
- (C) proposta de contrato obriga o proponente nesse caso.
- (D) proposta é considerada retratada, em havendo silêncio da empresa.
- (E) proposta perde a sua validade no prazo se ausente a aceitação.

32

Paulo é engenheiro, especializado em petróleo e gás. Ele pretende desligar-se da empresa multinacional onde exerce atividades gerenciais para tornar-se empreendedor. Devido à sua *expertise*, pretende atuar na distribuição de GLP e, para isso, requer autorização à ANP.

Nos termos das normas regulamentares à espécie, o engenheiro

- (A) poderá exercer a atividade como pessoa física, por ter especialização na área.
- (B) deverá apresentar estudo técnico-econômico do empreendimento.
- (C) incluirá na participação do empreendimento um especialista em gerência ambiental.
- (D) escolherá o local da sede da empresa no mesmo território da sede da ANP.
- (E) distribuirá sua atividade em vários locais por medida de segurança.

33

Defendendo os interesses de um cliente que estava interessado na distribuição de GLP, após os trâmites procedimentais, um advogado verifica que houve o ingresso na fase de outorga de autorização para a referida atividade.

Dentre os requisitos exigidos pela ANP, segundo as normas regulamentares aplicáveis, encontra-se o seguinte:

- (A) A comprovação de declaração de habilitação dos requisitos exigidos deverá ser apresentada.
- (B) O local de depósito deve ocorrer em terreno fora dos limites urbanos.
- (C) O interessado deverá ser proprietário do local onde ocorrerá o depósito dos recipientes de GLP.
- (D) Os empregados devem ter qualificação profissional aprovada pela ANP.
- (E) Os recipientes para utilização do GLP não poderão ser identificados por marca comercial.

34

Fernando, fotógrafo de escol, premiado em vários eventos nacionais e internacionais, resolve permanecer um período na cidade de Paragominas. Necessitando alugar um imóvel, foi-lhe exigido um fiador. Consultado, seu compadre Cláudio prontamente se compromete a realizar tal ato. O contrato, então, é estabelecido com prazo de dois anos. Findo esse período, Fernando viaja para o exterior e Claudio recebe o comunicado da existência de um débito correspondente a três meses de alugueres e de outros encargos impagos. Como Fernando possui vasto patrimônio no Brasil, por força da situação que se apresenta, o fiador contacta o compadre e sugere-lhe que esses bens sejam utilizados para pagamento da dívida.

Nos termos das normas aplicáveis ao contrato de fiança,

- (A) a obrigação para pagamento é do fiador, independentemente da existência de bens do afiançado.
- (B) a alegação de benefício de ordem pode ser apresentada pelo fiador.
- (C) o locatário pode requerer que os bens do fiador sejam alienados para pagar sua dívida.
- (D) o fiador não responde com seu patrimônio pela dívida deixada pelo locatário.
- (E) os efeitos da fiança cessam se o locatário tiver viajado ao exterior.

35

Isabella, próspera produtora rural, necessita de numerário para expandir os seus negócios. Dirigindo-se a uma instituição financeira onde possui conta corrente, faz a proposta de um empréstimo vultoso, garantido por hipoteca sobre os seus bens. Fazendo um levantamento do seu patrimônio, apresenta o rol ao gerente do estabelecimento bancário.

Da relação apresentada, somente poderia incidir hipoteca sobre

- (A) vinte ovelhas
- (B) cem cabeças de gado
- (C) cem hectares de terra
- (D) duzentos porcos
- (E) mil sacas de feijão

36

A necessidade de um estudo técnico-econômico para que se obtenha autorização para comercializar o GLP, na modalidade envasado e a granel, exige necessariamente a

- (A) projeção do volume de comercialização pelos próximos cinco anos.
- (B) indicação de pelo menos dez regiões geográficas onde se pretende atuar.
- (C) descrição dos investimentos para linhas de envasilhamento.
- (D) localização dos depósitos da propriedade onde se pretende alocar o material a ser comercializado.
- (E) designação de duas empresas que atuem no ramo, para afiançar a idoneidade do postulante.

37

Ebenezer possui veículo movido a gasolina e a álcool, mas pretende adaptá-lo para um que seja movido a gás.

No que concerne ao GLP, consoante as normas regulamentares, a sua utilização é vedada em várias situações, **EXCETO** no caso de

- (A) fogões
- (B) caminhões
- (C) automóveis
- (D) empilhadeiras
- (E) motocicletas

38

Uma firma de material de Informática apresenta proposta de prestação de serviços especiais a uma empresa desse ramo. A proposta inclui a obrigatoriedade da aquisição de equipamento nessa empresa, considerado o mais custoso do mercado, embora outras empresas realizem a venda desse mesmo material, mas sem prestar o serviço solicitado.

Nos termos das normas que regem a concorrência no Brasil, a aceitação dessa proposta é um(a)

- (A) ato de atividade comercial natural diante da prestação de serviços especiais.
- (B) mecanismo de busca do lucro inerente ao modelo capitalista.
- (C) fato corriqueiro no mercado e deve ser considerado como usos e costumes.
- (D) infração, desde que haja comunicação dos fatos ao Ministério Público.
- (E) imposição de venda casada, o que constitui delito contra a concorrência.

39

Uma pessoa tem duas opções para quitar uma dívida:

- pagar R\$ 5.500,00 daqui a um mês ou
- pagar R\$ 6.655,00 daqui a três meses.

Considerando que as duas opções foram oferecidas, utilizando a mesma taxa mensal de juros compostos, o valor da dívida hoje, em reais, é

- (A) 4.254,50
- (B) 4.345,00
- (C) 4.545,40
- (D) 4.922,50
- (E) 5.000,00

40

Considere a amortização de uma dívida pela Tabela Price de R\$ 455.000,00, em 61 meses, com taxa de juros de 1% ao mês.

A amortização acumulada ao final do pagamento das dezoito primeiras prestações, em reais, é

- (A) 105.000,00
- (B) 122.442,00
- (C) 134.262,00
- (D) 180.000,00
- (E) 246.352,00

Dados $(1,01)^{-43} = 0,65$ $(1,01)^{-61} = 0,545$
--

BLOCO 2

41

Nos sistemas operacionais atuais, como o Windows e o Linux, entre outros, os sistemas de arquivos possuem métodos de acesso específicos para leitura dos dados gravados nos arquivos.

Dentre esses métodos de acesso estão os métodos

- (A) direcional e sequencial
- (B) colateral e randômico
- (C) indexado e sequencial
- (D) relacional e colateral
- (E) renderizado e direcional

42

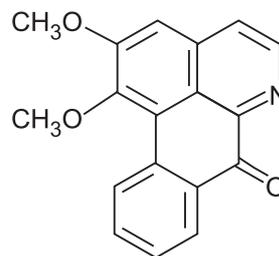
Para navegar pela internet com segurança, os usuários devem ter cuidado com determinados procedimentos que podem pôr em risco as informações contidas em seu computador.

Assim, um usuário **NÃO** deve

- (A) acessar hiperlinks em e-mails de remetentes desconhecidos.
- (B) ativar os recursos de segurança do navegador utilizado.
- (C) atualizar o software navegador, mesmo se solicitado pelo fornecedor.
- (D) instalar complementos de sites, em hipótese alguma.
- (E) usar softwares de firewall e antivírus juntos no mesmo computador.

43

A liscamina, representada abaixo, é uma substância natural que possui atividade bactericida.

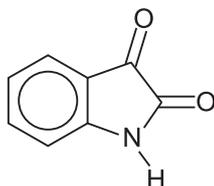


Na sua composição, está presente a função orgânica oxigenada

- (A) álcool
- (B) aldeído
- (C) éster
- (D) éter
- (E) fenol

44

A isatina, representada abaixo, é uma substância natural encontrada em diversas plantas.



De acordo com a estrutura, a fórmula molecular da isatina é

- (A) $C_7H_5NO_2$
- (B) $C_8H_5NO_2$
- (C) $C_8H_7NO_2$
- (D) $C_8H_{11}NO_2$
- (E) $C_9H_5NO_2$

45

Cloreto de ferro III em meio aquoso reage com hidróxido de amônio em meio aquoso, segundo a equação química não balanceada abaixo:



Nessa transformação química, e de acordo com os símbolos e códigos da reação, observa-se que

- (A) a representação $Fe(OH)_{3(s)}$ é uma indicação de que o hidróxido de ferro III é solúvel no meio.
- (B) o elemento Fe no $FeCl_3$ se oxida a $Fe(OH)_3$.
- (C) o número de oxidação do N no hidróxido de amônio é igual a 3+.
- (D) o $FeCl_3$ reage com o NH_4OH na proporção 3 mol de $FeCl_3$ para 1 mol de NH_4OH .
- (E) os íons $Fe^{3+}_{(aq)}$ se unem a íons $OH^{-}_{(aq)}$ para formarem um composto sólido no meio.

46

Qual dos seguintes fenômenos corresponde a uma transformação química?

- (A) Passagem do iodo do estado sólido para o estado de vapor com auxílio de calor.
- (B) Destilação fracionada do petróleo na separação dos seus constituintes.
- (C) Produção do ferro gusa a partir da hematita no alto forno de uma siderúrgica.
- (D) Fusão de uma liga ouro-cobre visando à separação desses metais.
- (E) Queda d'água nas hidrelétricas para a movimentação de turbinas que geram eletricidade.

47

Reações químicas que ocorrem com os reagentes em contato resultam de colisões entre esses reagentes. A velocidade da reação pode ser acelerada ou retardada, dependendo das condições em que ela acontece.

Nesse sentido, observa-se que

- (A) o $AgNO_3$, quando dissolvido em água, reage com $NaCl$ em meio aquoso a uma velocidade maior do que se ambos estivessem no estado sólido.
- (B) os catalisadores são substâncias que atuam no deslocamento do equilíbrio químico sem alterar a velocidade da reação.
- (C) a elevação da temperatura em uma reação endotérmica torna a reação mais lenta.
- (D) a elevação da pressão em uma reação entre gases e que resulta na expansão de volume torna a reação mais veloz.
- (E) uma lâmina de ferro é totalmente consumida por HCl em meio aquoso com velocidade maior do que se estivesse na forma de pó.

48

Ao se comparar o comportamento dos gases perfeitos oxigênio, O_2 , e hidrogênio, H_2 , conclui-se que

- (A) 32 g de O_2 e 2 g de H_2 ocupam volumes iguais nas mesmas condições de temperatura e de pressão.
- (B) o volume total ocupado por uma mistura contendo 32 g de O_2 e 2 g de H_2 ocupa aproximadamente 24,4 L, em condições normais de temperatura e de pressão.
- (C) a densidade do gás hidrogênio é maior que a do gás oxigênio.
- (D) a lei de Charles, a qual indica que, na pressão constante, o volume que um gás ocupa é diretamente proporcional à sua temperatura, só vale para o O_2 e não para o H_2 .
- (E) as massas de 1 mol de O_2 e de 1 mol de H_2 são iguais.

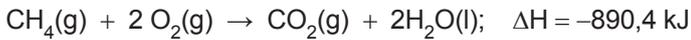
49

Considerando-se comportamento ideal, ao se comprimir 1 mol de gás pela metade e, simultaneamente, reduzir a sua temperatura pela metade, qual é a relação entre a pressão que o gás exerce na condição final em relação à condição inicial?

- (A) A mesma
- (B) A metade
- (C) O dobro
- (D) O triplo
- (E) Quatro vezes menor

50

As reações termoquímicas são representadas seguindo regras estabelecidas por uma entidade que tem autoridade máxima e palavra final sobre temas relacionados com nomenclatura e terminologia em química. A reação de combustão completa do metano, seguindo tais regras, é indicada abaixo.

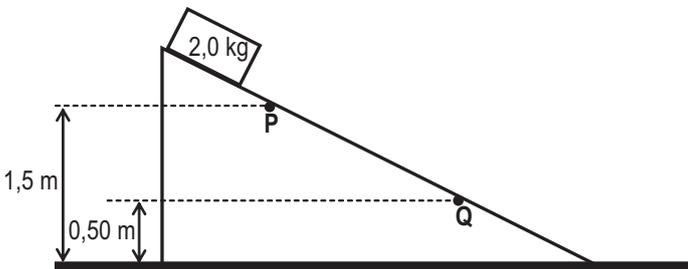


Com base na informação representada, constata-se que o(a)

- (A) metano está em excesso.
 (B) dióxido de carbono e a água exercem a mesma pressão no reator após a reação se processar completamente.
 (C) reação é endotérmica.
 (D) variação de entalpia dobra ao se duplicar a quantidade de metano na combustão completa.
 (E) reação inversa, ou seja $\text{CO}_2(\text{g})$ e $\text{H}_2\text{O}(\text{l})$, formando $\text{CH}_4(\text{g})$ e $\text{O}_2(\text{g})$, produz mais calor que a reação na direção original da equação.

51

Um bloco de 2,0 kg desliza para baixo sobre um plano inclinado, conforme mostra a Figura a seguir.



Esse bloco passa pelos pontos P e Q com velocidades respectivamente iguais a 4,0 m/s e 5,0 m/s. As alturas dos pontos P e Q medem, respectivamente, 1,5 m e 0,50 m.

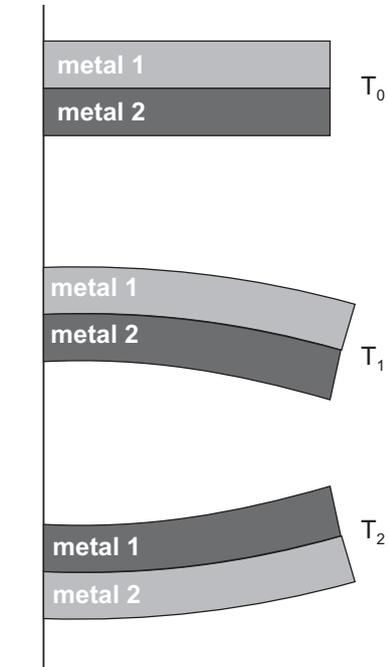
Qual é, aproximadamente, em J, o trabalho realizado pelas forças dissipativas que atuaram no bloco durante o trecho PQ?

- (A) 5,0
 (B) 9,0
 (C) 11
 (D) 20
 (E) 36

Dado
 Aceleração da gravidade = 10 m/s^2

52

A lâmina bimetálica é um dispositivo composto por duas lâminas de metais diferentes, 1 e 2, presas entre si. Considere uma lâmina bimetálica fixa à parede. À temperatura T_0 , a lâmina é reta; à T_1 , essa lâmina enverga para baixo e à T_2 , para cima, conforme mostra a Figura abaixo.



Se as composições dos metais 1 e 2 forem, respectivamente,

- (A) aço e cobre, então $T_1 > T_2$
 (B) cobre e níquel, então $T_1 < T_2$
 (C) aço e níquel, então $T_1 > T_2$
 (D) aço e latão, então $T_1 > T_2$
 (E) níquel e latão, então $T_1 < T_2$

Use para coeficiente de dilatação térmica linear:

aço = $1,20 \times 10^{-5} \text{ }^\circ\text{C}^{-1}$
 cobre = $1,70 \times 10^{-5} \text{ }^\circ\text{C}^{-1}$
 níquel = $1,30 \times 10^{-5} \text{ }^\circ\text{C}^{-1}$
 latão = $1,80 \times 10^{-5} \text{ }^\circ\text{C}^{-1}$

53

A chuva de vento ocorre quando as gotas da água da chuva sofrem ação do vento enquanto caem. Em um determinado instante, uma das gotas de uma chuva de vento possui componentes horizontal e vertical da sua velocidade iguais a 1,50 m/s e 2,00 m/s, respectivamente.

Qual é, aproximadamente, em m/s, o módulo do vetor velocidade dessa gota?

- (A) 6,25
 (B) 5,50
 (C) 3,50
 (D) 2,50
 (E) 1,75

54

Em uma garrafa térmica, são misturadas quantidades iguais de café quente e leite frio.

Quando o café e o leite entrarem em equilíbrio térmico, o que ocorrerá?

- (A) A troca de calor entre o café e o leite irá cessar.
- (B) A troca de temperatura entre o café e o leite irá cessar.
- (C) A temperatura do café será igual ao calor contido no leite.
- (D) O café e o leite atingirão o calor latente.
- (E) O calor contido no leite será igual ao calor contido no café.

55

Um prédio possui 36 andares e a altura de cada andar mede, aproximadamente, 3 m. A escada de emergência está presente em todos os andares e é constituída por degraus com 18 cm de altura cada.

Qual é a ordem de grandeza do número total de degraus da escada de emergência do prédio?

- (A) 10
- (B) 10^2
- (C) 10^3
- (D) 10^4
- (E) 10^5

BLOCO 3

56

Quando uma empresa divide um mercado em grupos menores de compradores para, dessa forma, oferecer produtos e serviços mais adequados a seus clientes, está sendo realizada a atividade de

- (A) posicionamento de mercado
- (B) pesquisa de marketing
- (C) segmentação de mercado
- (D) comunicação integrada de marketing
- (E) determinação de preços baseada no valor

57

Pesquisas qualitativas são utilizadas quando se busca coletar informações sobre pensamentos, sentimentos e intenções de compra de consumidores que, normalmente, não poderiam ser observadas ou medidas diretamente.

Entre os diferentes tipos de pesquisa qualitativa apresentados, destaca-se o de

- (A) Discussão em grupos de foco
- (B) Amostragem
- (C) Escalas nominais
- (D) Censo populacional
- (E) Histogramas

58

Há inúmeras formas de uma empresa organizar suas vendas. Entre essas formas, encontra-se a organização de vendas de produto.

Nesse tipo de organização de vendas, os vendedores são responsáveis por

- (A) tipos específicos de clientes, devendo atender a todas as necessidades desses.
- (B) determinados produtos ou linhas específicas de produtos.
- (C) determinadas atividades nas quais eles se especializem, sendo a força de vendas dividida a partir de funções específicas.
- (D) todas as atividades de vendas dentro de uma região geográfica.
- (E) todas as vendas realizadas a um grupo específico de clientes muito importantes para as empresas.

59

Há diversas orientações de marketing que empresas podem adotar, sendo elas as de produção, vendas, marketing e valor. Cada uma delas, respectivamente, possui enfoque em produtos, vendas, cliente e valor para o cliente.

Uma empresa que decide adotar uma orientação de valor com enfoque no cliente deve concentrar seus(suas)

- (A) esforços em entender as necessidades e desejos de consumidores, para construir produtos e serviços que os satisfaçam.
- (B) esforços nos produtos e em como fabricá-los com eficiência.
- (C) esforços em entender clientes, concorrentes e ambientes para, assim, oferecer produtos e serviços mais adequados aos consumidores.
- (D) atividades de marketing na venda dos produtos disponíveis.
- (E) atividades de marketing na informação aos clientes sobre os bens e serviços produzidos pela empresa, de maneira que os clientes se dirijam até a empresa para comprá-los.

60

Vendedores são bem sucedidos quando conhecem técnicas de vendas que os auxiliam em negociações com clientes.

Entre as diferentes técnicas de vendas utilizadas por vendedores bem sucedidos, destaca-se aquela que

- (A) iguala estratégias de vendas para contas diferentes.
- (B) concede benefícios antes de esclarecer as necessidades dos clientes.
- (C) investe todo o tempo com clientes antigos.
- (D) sabe identificar e contornar objeções para fechar vendas.
- (E) faz poucas perguntas enquanto negocia com o cliente.

61

Boone e Kurtz (2011) apontam três níveis de marketing de relacionamento. Em cada um desses níveis, o elo principal entre empresas e clientes, o nível de personalização e o potencial de vantagem competitiva sustentada são diferentes, conforme se observa na Tabela a seguir:

Diferenças entre níveis de marketing de relacionamento

Característica	Nível 1	Nível 2	Nível 3
Elo principal entre empresas e clientes	Financeiro	Social	Estrutural
Nível de personalização	Baixo	Médio	Médio a alto
Potencial de vantagem competitiva sustentada	Baixo	Médio	Alto

BOONE, L. e KURTZ, D. **Marketing contemporâneo**. São Paulo: Cengage Learning. 2011. Adaptado.

Analisando-se a Tabela, verifica-se que no nível

- (A) 1 de marketing de relacionamento, a relação entre empresas e clientes é profunda, com alta probabilidade de um relacionamento de longo prazo.
- (B) 1 de marketing de relacionamento, as empresas usam *e-mails* para clientes específicos, a fim de verificar se eles estão satisfeitos com os produtos e serviços adquiridos.
- (C) 2, o enfoque do marketing de relacionamento é no preço.
- (D) 3, as empresas não possuem um diferencial em relação a seus concorrentes.
- (E) 3, as empresas permitem que consumidores desenvolvam produtos que sejam mais adequados às suas necessidades e desejos.

62

À medida que um produto evolui em seu ciclo de vida, passando da etapa de introdução para a de crescimento, as estratégias de marketing utilizadas por empresas tendem a ser modificadas.

Quando um produto alcança a etapa de crescimento em seu ciclo de vida, a estratégia de marketing adotada pela empresa deverá ser a seguinte:

- (A) Baixar o preço do produto em função de sua falta de diferenciação em relação à concorrência.
- (B) Focar um nicho de mercado que seja fiel ao produto, mesmo havendo produtos concorrentes e substitutos mais novos.
- (C) Aumentar sua cobertura de distribuição e adotar novos canais.
- (D) Cortar custos tanto com pesquisa e desenvolvimento quanto com investimentos em produção e equipamentos.
- (E) Realizar promoções de vendas, para induzir consumidores a mudarem de marca, de forma a aumentar sua participação de mercado.

63

A elaboração de um planejamento de marketing envolve pensar tanto em questões estratégicas quanto táticas.

Para um planejamento estratégico de marketing, é necessário, durante a sua elaboração,

- (A) analisar os ambientes externo e interno.
- (B) escolher os canais de distribuição.
- (C) decidir as características dos produtos (embalagem, rótulo, segurança, cores, entre outras).
- (D) tomar as decisões sobre o composto de marketing da empresa.
- (E) decidir os preços a serem praticados para os produtos da empresa.

64

A fim de analisar e controlar a eficiência de um vendedor em suas atividades, as organizações utilizam diferentes critérios.

Entre os critérios apresentados, destaca-se o de

- (A) rateio da comissão
- (B) salário simples
- (C) método Delphi
- (D) método de objetivo e tarefa
- (E) cotas de vendas

65

A fim de saber quais clientes deve conquistar, um vendedor precisa entender quem são seus clientes potenciais.

Para uma empresa, um cliente potencial é aquele que

- (A) está satisfeito, atualmente, em comprar de seus concorrentes.
- (B) precisa do seu produto, mas seus recursos financeiros estão investidos na compra de outros itens.
- (C) tem necessidade de seu produto, possui recursos financeiros e vontade de conhecer novas propostas.
- (D) não precisa do seu produto, mas possui recursos financeiros para comprá-lo.
- (E) não possui recursos financeiros para comprar seu produto, mas está disposto a ouvir as novas propostas do mercado.

66

Considera-se que uma empresa que precise captar novos clientes constantemente, a fim de alcançar suas metas de vendas, não esteja praticando marketing corretamente.

Para que marketing seja praticado corretamente, a captação de novos clientes deve

- (A) ser realizada apenas dois meses por ano.
- (B) ocorrer somente quando novos produtos forem lançados.
- (C) ocorrer apenas quando algum antigo cliente deixar de ser seu consumidor.
- (D) ocorrer continuamente, mas sem que a empresa deixe de satisfazer os clientes atuais.
- (E) ser uma atividade secundária para a empresa.

67

Uma empresa decidiu utilizar propagandas, telemarketing e vendas pessoais em uma campanha de vendas. Inicialmente, utilizou propagandas para gerar conhecimento sobre a organização e seus produtos, além de identificar clientes potenciais que, posteriormente, foram contatados por profissionais de telemarketing, a fim de serem qualificados. Em seguida, os clientes mais adequados, ou seja, os que trariam mais benefícios para a empresa, foram abordados pela força de vendas, para que mais atenção pudesse ser dada a suas necessidades.

O uso da propaganda, da venda pessoal e do telemarketing, em conjunto, constitui uma ação de

- (A) merchandising
- (B) marketing direto
- (C) marketing de nicho
- (D) promoção de vendas
- (E) comunicação integrada de marketing

68

A fim de monitorar oportunidades e ameaças que possam surgir no mercado, empresas realizam análises de tendências e evoluções do ambiente de negócios em que atuam.

Ao se analisarem os estágios no ciclo de negócios, os índices de inflação e o grau de desemprego da população, qual é o tipo de ambiente em estudo?

- (A) Natural
- (B) Econômico
- (C) Sociocultural
- (D) Competitivo
- (E) Tecnológico

69

Entre as etapas do processo de vendas encontra-se a de resoluções de objeções.

Nessa etapa, uma prática a ser adotada pelo vendedor é a de

- (A) contatar o cliente para saber se ele está satisfeito com o produto.
- (B) levantar todas as informações relevantes disponíveis sobre o cliente.
- (C) descrever ao cliente as principais características de um produto, ressaltando suas forças e casos de sucesso.
- (D) contornar as expressões de resistência por parte do cliente potencial.
- (E) fornecer uma demonstração de um produto ou serviço ao cliente.

70

A administração de marketing é constituída de um conjunto específico de tarefas. Entre elas, encontram-se a identificação de diferentes fatores externos à empresa, que influenciam suas estratégias de marketing, e a projeção da imagem que a empresa deseja ocupar na mente do consumidor.

- Essas duas tarefas são denominadas, respectivamente,
- (A) *branding* e análise do comportamento do consumidor
 - (B) análise da compra organizacional e segmentação de mercado
 - (C) desnatamento de mercado e pesquisa de marketing
 - (D) marketing viral e análise SWOT
 - (E) análise macroambiental e posicionamento da marca

RASCUNHO

