

**ADMINISTRADOR(A) PLENO****LEIA ATENTAMENTE AS INSTRUÇÕES ABAIXO.**

- 01 - Você recebeu do fiscal o seguinte material:
- a) este caderno, com o enunciado das 80 questões das Provas Objetivas, todas com valor de 1,0 ponto, sem repetição ou falha, assim distribuídas:

| LÍNGUA PORTUGUESA II | LÍNGUA INGLESA II   | CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS |
|----------------------|---------------------|---------------------------|
| Questões<br>1 a 10   | Questões<br>11 a 20 | Questões<br>21 a 80       |

- 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**, preferivelmente a caneta esferográfica 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 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**.
- 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 razões de segurança, o candidato **não** poderá levar o Caderno de Questões.
- 11 - **O TEMPO DISPONÍVEL PARA ESTAS PROVAS DE QUESTÕES OBJETIVAS É DE 4 (QUATRO) HORAS.**
- 12 - As questões e os gabaritos das Provas Objetivas serão divulgados no segundo dia útil após a realização das provas na página da **FUNDAÇÃO CESGRANRIO (www.cesgranrio.org.br)**.

**LÍNGUA PORTUGUESA II****Miopia coletiva**

Qual é a relação entre contrair um empréstimo e o dilema de devorar uma sobremesa calórica? O que têm em comum as atividades do Banco Central e a decisão de consumir drogas? O economista Eduardo Giannetti da Fonseca enxerga em todos esses dilemas a lógica dos juros. Segundo ele, ao comer a sobremesa, desfruta-se o momento e pagam-se os juros depois, na forma de exercícios físicos. Para desfrutar alguns momentos de prazer extático, o drogado muitas vezes sacrifica seu patrimônio cerebral futuro. Torna-se agiota de si mesmo. Professor do Ibmec São Paulo, Giannetti acaba de lançar *O Valor do Amanhã*, uma das mais valiosas e legíveis obras já escritas sobre um assunto tão complexo e aparentemente árido como os juros. Sua tese central, exposta na entrevista que se segue, é a de que o mecanismo dos juros encontra similar na vida cotidiana das pessoas, na crença religiosa e até no metabolismo humano. A mesma lógica define o comportamento dos indivíduos e das sociedades. As que atribuem valor exagerado ao presente sujeitam-se a juros elevados. As que se preocupam demais com o futuro deixam passar boas oportunidades de investir e desfrutar o presente. Integrante do primeiro grupo de países, o Brasil padeceria do que Giannetti apelidou de miopia temporal – uma anomalia, alimentada pela impaciência, que leva o país a subestimar os desafios ambientais e sociais e a tentar resolver tudo a carimbadas e canetadas.

**Veja** – *Como o senhor concluiu que o pagamento de juros não se restringe ao mundo das finanças?*

**Giannetti** – As leis da economia descrevem muito bem o que ocorre na natureza. Não foi à toa que Charles Darwin, como ele próprio relata, vislumbrou a teoria da evolução lendo o economista Thomas Malthus. A luta para manter-se vivo e se reproduzir é uma forma de economia, e todos os seres vivos, inclusive os vegetais, precisam de algum modo decidir entre usar recursos agora e poupá-los para o futuro. As folhas das árvores captam renda solar para formar um estoque de energia que produzirá frutos e sementes na estação propícia. Toda vez que se abre mão de algo no presente em prol de um benefício futuro (ou vice-versa) está implícita a ocorrência de juros.

**Veja** – *Como se dão o acúmulo de poupança e o pagamento de juros no mundo biológico?*

**Giannetti** – Em várias situações. Toda vez que comemos em demasia, nosso organismo cria uma poupança automática na forma de gordura. Pode não parecer correto para quem quer emagrecer, mas, evolucionariamente, faz muito sentido. A existência dessa poupança na forma de gordura permite a um animal fazer um consumo pontual concentrado de energia sem precisar parar a fim de alimentar-se. Daí que o exercício físico “queima” gordura. Mas essa poupança tem custos. Você perde agilidade, perde mobilidade e precisa mantê-la apta para consumo. Mas traz benefícios. Serve de reserva para situações de atividade intensa e permite que um animal mantenha o nível calórico por algum tempo, mesmo que esteja atravessando um período de “vacas magras”. É o que, em economia, chamamos de poupança precaucionária.

(Extraído da **Revista Veja**, 9 nov. 2005)

**1**

Indique a opção que reproduz a **tese central** do texto.

- (A) Deve ser feito investimento no futuro para que haja prazer, em qualquer setor da vida.
- (B) A economia pode fornecer matéria para se analisarem aspectos da vida humana.
- (C) Há uma estreita relação entre os juros, a crença religiosa e o metabolismo humano.
- (D) A excessiva preocupação com o futuro deve ser substituída pela vivência do presente.
- (E) Identifica-se, no cotidiano, o processo de pagar no futuro o uso de bem no presente.

**2**

Os termos “miopia” e “juros” usados figuradamente no texto mantêm em comum com os sentidos originais os seguintes aspectos:

- (A) “alteração perceptual, que produz deformação da realidade” e “perda de bem no futuro por causa de uso indevido no presente”.
- (B) “perda de algum grau de visão para longe” e “taxa a ser paga posteriormente por uso de benefício tomado no presente”.
- (C) “anomalia que compromete a visão da sociedade” e “percentual estipulado previamente a ser pago por empréstimo”.
- (D) “deficiência visual que prejudica a visão de perto” e “fração previamente combinada a ser paga pelo tomador de numerário”.
- (E) “incapacidade de visão baseada na impaciência” e “pagamento a ser feito por utilização imprópria de algum bem”.

**3**

O conceito de economia adotado no texto **NÃO** comporta a noção de:

- (A) valor.
- (B) poupança.
- (C) livre mercado.
- (D) captação de recurso.
- (E) relação custo/benefício.

**4**

Pela leitura do primeiro par de pergunta/resposta, só **NÃO** se pode dizer que a teoria da evolução:

- (A) remete à sobrevivência das espécies.
- (B) se refere a acontecimentos naturais.
- (C) teve inspiração na economia.
- (D) foi vislumbrada por Thomas Malthus.
- (E) foi criada por Charles Darwin.

**5**

Indique a única opção que está em desacordo com a expressão “carimbadas e canetadas”.

- (A) Burocracia.
- (B) Imediatismo.
- (C) Planejamento.
- (D) Imprevidência.
- (E) Autoridade.

**6**

Para o Professor Giannetti, poupança precaucionária corresponde a:

- (A) calorias acumuladas quando as pessoas se alimentam em excesso.
- (B) fundo acumulado para épocas em que se tem pouco dinheiro.
- (C) verba poupada para pagamento de cauções futuras.
- (D) gordura armazenada para uso em atividades intensas.
- (E) benefício de quem sabe economizar dinheiro.

**7**

Assinale a opção em que a concordância segue a norma culta da língua.

- (A) Dos dois cientistas consultados, nem um nem outro aceitou o cargo.
- (B) Cada um dos jornalistas fizeram uma pergunta ao entrevistado.
- (C) Resta ainda muitas dúvidas sobre o cálculo dos juros.
- (D) Fazem dois meses que o cientista concedeu uma entrevista.
- (E) Os drogados não parecem perceberem o mal que fazem a si mesmos.

**8**

Assinale a opção que traz, respectivamente, sinônimos de “extático” e “anomalia”.

- (A) Enlevado, anormalidade.
- (B) Exagerado, irregularidade.
- (C) Absorto, estranhamento.
- (D) Imóvel, aberração.
- (E) Histérico, desigualdade.

**9**

“Como o senhor concluiu que o pagamento de juros não se restringe ao mundo das finanças?” (l.28-29)

Assinale a opção que reescreve a pergunta na forma afirmativa, de acordo com a norma culta e mantendo seu sentido original.

- (A) A conclusão a que se chega é que, no mundo das finanças, não há restrição de pagamento de juros.
- (B) A conclusão de que o mundo das finanças não restringe o pagamento de juros é mostrada.
- (C) A não-limitação do pagamento de juros no mundo das finanças é a conclusão do economista.
- (D) A conclusão aduzida é que pagamento de juros não se reduz só ao mundo das finanças.
- (E) A falta de delimitação do pagamento de juros para o mundo das finanças é o que é deduzido.

**10**

Nas opções a seguir encontram-se colunas, que contêm, à esquerda, frases ou expressões do texto e, à direita, novas redações para elas. Indique em qual há **ERRO** nas reescrituras, de acordo com a norma culta e com o sentido original.

|     |   |   |
|-----|---|---|
| (A) | “Giannetti apelidou de miopia temporal – uma anomalia,” (l.23-24)                     | Giannetti apelidou de miopia temporal: uma anomalia...                      |
| (B) | “...vislumbrou a teoria da evolução lendo o economista Thomas Malthus...” (l.32-33)   | ...vislumbrou a teoria da evolução ao ler o economista Thomas Malthus       |
| (C) | “A luta para manter-se vivo e se reproduzir ...” (l.33-34)                            | A luta para se manter vivo e reproduzir-se...                               |
| (D) | “Como se dão o acúmulo de poupança e o pagamento de juros...?” (l.42-43)              | Como se dá o acúmulo de poupança e o pagamento de juros...                  |
| (E) | “...permite a um animal fazer um consumo pontual concentrado de energia...” (l.49-50) | ...permite a um animal fazer um consumo pontual, concentrado de energia,... |

**LÍNGUA INGLESA II****Text 1****WHY DO WE NEED OIL AND GAS?**

Oil and natural gas are an important part of your everyday life. Not only do they give us mobility, they heat and cool our homes and provide electricity. Millions of products are made from oil and gas, including plastics, life-saving medications, clothing, cosmetics, and many other items you may use daily.

In the United States, 97% of the energy that drives the transportation sector (cars, buses, subways, railroads, airplanes, etc.) comes from fuels made from oil. Auto manufacturers are developing cars to run on alternate fuels such as electricity, hydrogen and ethanol. However, the electric batteries need to be charged and the fuel to generate the electricity could be oil or gas. The hydrogen needed for fuel cells may be generated from natural gas or petroleum-based products. Even as alternative fuels are developed, oil will be crucially important to assuring that people can get where they need to be and want to go for the foreseeable future. Unless there is an increase in the penetration of new technologies, alternative fuels are not expected to become competitive with oil for transportation before 2025.

World population is currently around 6 billion people, but is expected to grow to approximately 7.6 billion by 2020. That will mean a huge increase in the demand for transportation fuels, electricity, and many other consumer products made from oil and natural gas.

The world economy runs on these fuels. They improve your quality of life by providing you with transportation, warmth, light, and many everyday products. They enable you to get where you need to go, they supply products you need, and they create jobs. Without them, quality of life would decline and people in developing nations would not be able to improve their standard of living.

[http://www.spe.org/spe/jsp/basic/0,1104\\_1008218\\_1108884,00.html](http://www.spe.org/spe/jsp/basic/0,1104_1008218_1108884,00.html)

**11**

The main purpose of Text 1 is to:

- (A) analyze in detail how global economy works.
- (B) provide all available data on world population growth.
- (C) explain the importance of oil and gas in our daily routines.
- (D) criticize auto manufacturers in the U.S. for using fuels made from oil.
- (E) warn against the explosive population growth expected in the near future.

**12**

Mark the only true statement according to the second paragraph of Text 1.

- (A) By the year 2025 oil fuels will no longer be used in the transportation sector.
- (B) In the U.S., less than half of the energy used for transportation derives from oil.
- (C) Alternative fuels may become competitive with oil for transportation from 2025 on.
- (D) In the near future all American-made cars will run on alternative fuels such as hydrogen.
- (E) Manufacturers have developed battery-powered cars, whose batteries do not need recharging.

**13**

Mark the correct statement concerning reference.

- (A) "Your" (line 1) refers to "oil and natural gas".
- (B) "They" (line 17) refers to "alternative fuels".
- (C) "That" (line 24) refers to "6 billion people".
- (D) "These fuels" (line 27) refers to "oil and natural gas".
- (E) "They" in "they enable you" (line 30) refers to "everyday products".

**14**

In the Text 1, the words "daily" (line 6) and "currently" (line 22) could be replaced with, respectively:

- (A) "seldom" and "actually".
- (B) "frequently" and "now".
- (C) "in daytime" and "today".
- (D) "habitually" and "generally".
- (E) "every day" and "presently".

**15**

Check the item in which there is a correct correspondence between the underlined words and the idea in italics.

- (A) "Not only do they give..." (line 2) – *Condition*.
- (B) "alternate fuels such as electricity" (lines 10 -11) – *Addition*.
- (C) "However, the electric batteries..." (lines 11 -12) – *Contrast*.
- (D) "Even as alternative fuels are developed". (lines 15 -16) – *Cause*.
- (E) "...but is expected to grow to..." (line 23) – *Result*.

**Text 2****CONCEPTS OF LEADERSHIP**

Good leaders are made, not born. If you have the desire and willpower, you can become an effective leader. Good leaders develop through a never ending process of self-study, education, training, and experience.

5 To inspire your workers into higher levels of teamwork, there are certain things you must be, know, and do. These do not come naturally, but are acquired through continual work and study. Good leaders are continually working and studying to improve their leadership skills.

10 Before we get started, let's define leadership. Leadership is a process by which a person influences others to accomplish an objective and directs the organization in a way that makes it more cohesive and coherent. Leaders carry out this process by applying their  
15 leadership attributes, such as beliefs, values, ethics, character, knowledge, and skills. Although your position as a manager, supervisor, lead, etc. gives you the authority to accomplish certain tasks and objectives in the organization, this power does not make you a leader...it  
20 simply makes you the boss. Leadership differs in that it makes the followers want to achieve high goals, rather than simply bossing people around.

The basis of good leadership is honorable character and selfless service to your organization. In your  
25 employees' eyes, your leadership is everything you do that effects the organization's objectives and their well being. Respected leaders concentrate on what they are (such as beliefs and character), what they know (such as job, tasks, and human nature), and what they do (such  
30 as implementing, motivating, and providing direction).

<http://www.nwlink.com/~donclark/leader/leadcon.html>

**16**

Text 2 affirms that good leaders:

- (A) believe that the skills and abilities necessary to leadership are innate.
- (B) should never let themselves be influenced by their subordinates or co-workers.
- (C) must continually teach their co-workers how to develop leadership skills.
- (D) keep on improving their skills through continuous work and education.
- (E) would acquire more work experience if they had greater willpower.

**17**

"To inspire your workers into higher levels of teamwork" (Text 2, line 5) means to:

- (A) advise your subordinates to form different groups within the organization.
- (B) encourage people under your lead to improve their ability to work together.
- (C) urge all the workers to do their best to achieve higher positions in the company.
- (D) teach your employees how to work cooperatively to increase profits.
- (E) convince the organization's employees that they must work in teams.

**18**

According to Text 2 (lines 16 - 22), the difference between bosses and leaders is that:

- (A) leaders are more influential and inspiring to their workers.
- (B) leaders are not usually allowed to give orders to people.
- (C) leaders often seem more authoritarian and demanding than bosses.
- (D) bosses tend to be selfish and to neglect the workers' well-being.
- (E) bosses are not fully respected by their employees and peers.

**19**

In the sentence, "Leaders carry out this process by applying their leadership attributes, such as beliefs, values...and skills" (lines 14 -16), the underlined expression means the same as:

- (A) plan.
- (B) conduct.
- (C) evaluate.
- (D) call off.
- (E) put an end to.

**20**

Texts 1 and 2 have in common the fact that they are:

- (A) alarming and ironical.
- (B) pessimistic and hopeless.
- (C) distressing and discouraging.
- (D) indifferent and cynical.
- (E) informative and objective.

**CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS****21**

Qual é a negação de “não há quem não goste de futebol”?

- (A) Não há quem goste de futebol.  
(B) Ninguém gosta de futebol.  
(C) Todos gostam de futebol.  
(D) Há quem goste de futebol.  
(E) Há quem não goste de futebol.

**22**

A soma de cinco inteiros consecutivos é 60. Quanto vale a soma do maior com o menor desses inteiros?

- (A) 9      (B) 19      (C) 20      (D) 24      (E) 26

**23**

Os cinco diretores de uma empresa resolveram fazer uma reunião com os gerentes e subgerentes. Se cada diretor convoca cinco gerentes, cada gerente convoca cinco subgerentes e ninguém é convocado mais de uma vez, quantas pessoas haverá na reunião?

- (A) 125      (B) 150      (C) 155      (D) 160      (E) 165

**24**Qual é o valor máximo da função  $f(x) = \sin^2 x - 2\sin x + 1$ ?

- (A) 4      (B) 3      (C) 2      (D) 1      (E) 0

**25**Quanto vale  $x$ , se  $\log_{10} x^3 - \log_{10} x = 4$ ?

- (A) 1 000      (B) 100      (C) 50      (D) 10      (E) 1

**26**

Uma corda é dividida em dois pedaços. O ponto de divisão é selecionado aleatoriamente. Qual é a probabilidade de o comprimento do pedaço maior ser superior ao triplo do comprimento do pedaço menor?

- (A) 1/4      (B) 1/3      (C) 2/5      (D) 1/2      (E) 2/3

**27**

Joga-se um dado não tendencioso. Se o resultado não foi “quatro”, qual é a probabilidade de que tenha sido “um”?

- (A) 1/5      (B) 1/6  
(C) 1/9      (D) 1/12  
(E) 1/18

**28**

A variância da lista (1; 1; 2; 4) é igual a:

- (A) 0,5      (B) 0,75  
(C) 1      (D) 1,25  
(E) 1,5

**O enunciado a seguir refere-se às questões de números 29 e 30.**

Distribuição de salários mensais em uma empresa:

| Salários (R\$)  | Número de empregados |
|-----------------|----------------------|
| 300,00 — 400,00 | 40                   |
| 400,00 — 500,00 | 40                   |
| 500,00 — 600,00 | 80                   |
| 600,00 — 700,00 | 30                   |
| 700,00 — 800,00 | 10                   |

**29**

Qual é a estimativa, em reais, do salário mediano nessa empresa?

- (A) 500,00      (B) 515,00  
(C) 525,00      (D) 550,00  
(E) 575,00

**30**

Qual é a estimativa, em reais, do salário médio nessa empresa?

- (A) 500,00      (B) 515,00  
(C) 525,00      (D) 550,00  
(E) 575,00

**31**

Qual é a taxa trimestral equivalente à taxa de 10% ao mês?

- (A) 30%      (B) 30,2%  
(C) 31,1%      (D) 32%  
(E) 33,1%

**32**

Um artigo custa R\$ 100,00 à vista e pode ser pago em duas prestações de R\$ 60,00 cada, vencendo a primeira no ato da compra e a segunda, um mês após. Quanto vale, aproximadamente, a taxa mensal dos juros pagos pelos que compram a prazo?

- (A) 5%      (B) 10%  
(C) 15%      (D) 20%  
(E) 50%

**33**

Qual é, aproximadamente, a taxa mensal de juros (compostos) pagos por quem toma empréstimo por dois meses por meio de desconto simples por fora com taxa de desconto de 10% ao mês?

- (A) 10%      (B) 11,8%  
(C) 13,3%      (D) 15%  
(E) 20%

**O enunciado a seguir refere-se às questões de números 34 e 35.**

O quadro abaixo mostra, para dois investimentos A e B, as probabilidades de retorno:

| A      |       |         | B      |       |         |
|--------|-------|---------|--------|-------|---------|
| Evento | Prob. | Retorno | Evento | Prob. | Retorno |
| 1      | 0,15  | - 2%    | 1      | 0,10  | - 5%    |
| 2      | 0,20  | 0%      | 2      | 0,40  | 10%     |
| 3      | 0,30  | 5%      | 3      | 0,40  | 20%     |
| 4      | 0,35  | 10%     | 4      | 0,10  | 30%     |

**34**

Os retornos esperados de A e B, respectivamente, são:

- (A) 2,5% e 15%
- (B) 3,25% e 13,75%
- (C) 3,25% e 15%
- (D) 4,7% e 14,5%
- (E) 4,7% e 15%

**35**

As variâncias dos retornos de A e B, aproximada e respectivamente, são iguais a:

- (A) 0,0021 e 0,0082
- (B) 0,0021 e 0,0124
- (C) 0,0040 e 0,0082
- (D) 0,0040 e 0,0124
- (E) 0,0048 e 0,0096

**36**

Em um período no qual a taxa de inflação foi 20%, o rendimento de um fundo de investimento foi 50%. Qual foi, nesse período, o rendimento real?

- (A) 20%
- (B) 22,5%
- (C) 25%
- (D) 27,5%
- (E) 30%

**37**

Qual é a taxa efetiva anual correspondente a juros de 40% ao ano capitalizados trimestralmente?

- (A) 40%
- (B) 42,42%
- (C) 44,44%
- (D) 45,57%
- (E) 46,41%

**38**

Em uma empresa, um acréscimo de 20% no lucro, antes dos juros e imposto de renda, causou um aumento de 30% no lucro por ação. Qual era o grau de alavancagem financeira dessa empresa?

- (A) 0,67
- (B) 0,92
- (C) 1,08
- (D) 1,5
- (E) 1,67

**O enunciado a seguir refere-se às questões de números 39 e 40.**

Observe os fluxos de caixa de dois projetos de investimento, A e B. Os valores monetários estão em milhares de reais. Considere uma empresa cujo custo de capital seja 10% ao ano e que possa investir em um dos projetos (mas não em ambos).

| Época (anos) → | 0     | 1  | 2  | 3  |
|----------------|-------|----|----|----|
| Projeto ↓      |       |    |    |    |
| A              | - 80  | 30 | 40 | 50 |
| B              | - 160 | 60 | 70 | 90 |

Taxas Internas de Retorno: TIR (A) = 21,25% a.a

TIR (B) = 16,50%

Valores Presentes Líquidos (i = 10% a.a.): VPL (A) = 17,90

VPL (B) = 20,02

**39**

Para a empresa é:

- (A) melhor investir em B porque  $VPL(B) > VPL(A)$ .
- (B) melhor investir em A porque  $TIR(A) > TIR(B)$ .
- (C) melhor investir em A porque A necessita de um volume menor de investimento.
- (D) melhor não investir nem em A nem em B.
- (E) indiferente investir em A ou em B.

**40**

O tempo de retorno (*payback*) não descontado do projeto A é:

- (A) 2 anos.
- (B) 2,2 anos.
- (C) 2,5 anos.
- (D) 2,8 anos.
- (E) 3 anos.

**41**

Qual é o montante gerado por um principal de R\$ 1 000,00 em 2 meses e 15 dias, a juros de 10% ao mês, pela convenção linear?

- (A) R\$ 1 210,00
- (B) R\$ 1 269,06
- (C) R\$ 1 270,50
- (D) R\$ 1 271,34
- (E) R\$ 1 272,04

**42**

O índice de liquidez corrente é definido como sendo:

- (A) ativo circulante / passivo circulante.
- (B) ativo circulante / patrimônio líquido.
- (C) (ativo circulante - estoques) / passivo circulante.
- (D) ativo total / patrimônio líquido.
- (E) ativo total / passivo total.

**43**

Qual é o valor atual de uma renda perpétua, de pagamentos mensais postecipados, iguais a R\$ 100,00, a juros de 1% ao mês?

- (A) R\$ 1 000,00
- (B) R\$ 5 000,00
- (C) R\$ 8 000,00
- (D) R\$ 10 000,00
- (E) R\$ 100 000,00

Para as questões de números 44 e 45, use:

$$1,01^{24} = 1,27 \text{ e } 1,01^{-24} = 0,79$$

**44**

Investem-se, mensalmente, durante 24 meses, R\$ 100,00 em um fundo de investimentos que rende 1% ao mês. Qual é o montante imediatamente após o último depósito?

- (A) R\$ 2 424,00
- (B) R\$ 2 688,00
- (C) R\$ 2 700,00
- (D) R\$ 2 715,00
- (E) R\$ 2 752,00

**45**

Uma geladeira custa, à vista, R\$ 2 000,00 e pode, também, ser paga em 24 prestações mensais iguais, vencendo a primeira um mês após a compra. Se os juros são de 1% ao mês, qual é o valor da prestação?

- (A) R\$ 93,33
- (B) R\$ 95,24
- (C) R\$ 103,33
- (D) R\$ 107,48
- (E) R\$ 111,33

**46**

Com relação aos recursos humanos numa organização, classifique as afirmações abaixo como **verdadeiras (V)** ou **falsas (F)**.

- ( ) A estratégia da área de recursos humanos deve, necessariamente, estar inserida na estratégia organizacional.
- ( ) Ruído em comunicação, na organização, é todo e qualquer distúrbio que distorça a mensagem desde o emissor até o receptor.
- ( ) A administração de pessoal é responsabilidade de qualquer gestor que coordene outras pessoas, não apenas do departamento de pessoal.

A seqüência correta é:

- (A) V; V; V
- (B) V; F; V
- (C) V; F; F
- (D) F; F; V
- (E) F; V; V

**47**

Sobre a avaliação de desempenho numa organização, analise as afirmações abaixo.

- I - A avaliação de desempenho formal tem a vantagem de eliminar o caráter subjetivo característico da avaliação informal.
- II - A avaliação com foco voltado para o passado promove a exploração de potenciais e capacidades existentes.
- III - Identificar necessidades de treinamento é uma das vantagens da avaliação formal.

Está(ão) correta(s) a(s) afirmação(ões):

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

**48**

A respeito da remuneração e benefícios, relacione a primeira coluna com a segunda.

- I - Objetivo da remuneração
- II - Remuneração indireta
- III - Incentivo financeiro
- (P) Bonificação de produção
- (Q) Apoio à moradia
- (R) Comissões
- (S) Manutenção do pessoal

A relação correta é:

- (A) I - P, II - Q e S, III - R
- (B) I - P, II - R, III - Q e S
- (C) I - Q, II - R e S, III - P
- (D) I - Q e S, II - P, III - R
- (E) I - S, II - Q, III - P e R

**49**

No que se refere à gestão da qualidade, é **INCORRETO** afirmar que:

- (A) visa corrigir os erros e buscar melhorias contínuas.
- (B) visa a criação de produtos luxuosos e de preços elevados.
- (C) visa o atendimento ao cliente, pois é por ele que a empresa existe.
- (D) precisa do envolvimento de toda a empresa.
- (E) é função exclusiva da área de produção da empresa.

**50**

Analisando-se as diferenças entre o Sistema de Programação Empurrado e o Sistema de Programação Puxado, pode-se afirmar que este:

- (A) produz normalmente artigos em desacordo com o sistema de programação empurrado.
- (B) produz estoques intermediários na linha de produção.
- (C) é idêntico ao de programação empurrado, mudando somente a terminologia do processo.
- (D) não acumula estoques desnecessários entre as diferentes etapas do processo.
- (E) estoca produtos para atender à demanda futura.



51

Uma empresa de instalação de carpetes tem 5 instaladores, que colocam, juntos, 400 m<sup>2</sup> de carpete em 8 horas de serviço. Qual é a produtividade desse grupo, em metros, por hora?

- (A) 10 (B) 20  
(C) 30 (D) 40  
(E) 50

52

Um grande varejista comercializa diversos aparelhos eletrodomésticos. Este ano, verificou que foram as seguintes as vendas do modelo básico de fogões, nos últimos onze meses:

| Mês    | Jan. | Fev. | Mar. | Abr. | Mai. | Jun. | Jul. | Ago. | Set. | Out. | Nov. |
|--------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Fogões | 550  | 500  | 350  | 450  | 550  | 450  | 550  | 600  | 300  | 350  | 550  |

De quantas unidades é a previsão de vendas dos modelos básicos de fogões para o mês de dezembro, utilizando o modelo da média móvel do último quadrimestre?

- (A) 400 (B) 450  
(C) 470 (D) 475  
(E) 500

53

Oito impressoras entregues ao departamento de manutenção receberam um número seqüencial, por ordem de chegada, além da data em que cada impressora estaria pronta. Após ter sido feita a análise técnica dos problemas apresentados, todos os dados foram resumidos na tabela abaixo.

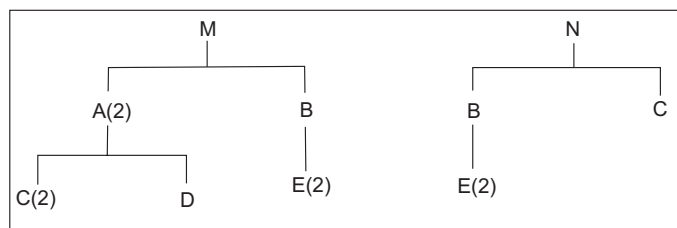
Tempo para Conserto das Impressoras

| Serviço nº | Dias até a entrega | Tempo para o conserto (em dias) |
|------------|--------------------|---------------------------------|
| 100        | 7                  | 3                               |
| 101        | 3                  | 5                               |
| 102        | 5                  | 4                               |
| 103        | 6                  | 4                               |
| 104        | 4                  | 7                               |
| 105        | 8                  | 3                               |

Utilizando-se a regra **PEPS** (*Primeiro a Entrar, Primeiro a Sair*), a seqüência correta de processamento dos trabalhos é:

- (A) 100 - 101 - 102 - 103 - 104 - 105  
(B) 100 - 102 - 104 - 105 - 103 - 101  
(C) 101 - 105 - 102 - 100 - 103 - 104  
(D) 101 - 104 - 103 - 105 - 100 - 102  
(E) 105 - 104 - 103 - 102 - 101 - 100

54



Utilizando a árvore de produto acima, quantos itens **C** são necessários para fabricar 50 itens **M** e 100 itens **N**?

- (A) 100 (B) 200 (C) 300 (D) 400 (E) 500

55

Relacione os termos da primeira coluna com a explicação a eles correspondente na segunda coluna.

- I – *Kanban* (P) processo de geração de idéias  
 II – *Keizen* (Q) sistema de cartões  
 III – *Brainstorming* (R) método de produção  
 IV – *Supply chains* (S) melhoria contínua  
 V – *Sistema Just-in-time*

A relação correta é:

- (A) I - P, II - R, III - Q, IV - S  
(B) I - Q, II - P, IV - R, V - S  
(C) II - Q, III - R, IV - S, V - P  
(D) I - Q, II - S, III - P, V - R  
(E) I - R, III - P, IV - Q, V - S

56

A Local Autopeças utiliza o sistema de classificação ABC para analisar as demandas anuais de cinco tipos de peças que comercializa, conforme apresentado a seguir.

| PRODUTO | Demanda anual (em unidades) | Preço unitário (em reais) |
|---------|-----------------------------|---------------------------|
| P01     | 80                          | 4,00                      |
| P02     | 90                          | 3,00                      |
| P03     | 50                          | 2,00                      |
| P04     | 100                         | 7,00                      |
| P05     | 120                         | 5,00                      |

Separando-se os produtos em grupos **A**, **B**, **C** (20%, 30%, 50%, respectivamente), com base na demanda anual em valores monetários, o produto que será classificado como pertencente à Classe **A** é:

- (A) P01.  
(B) P02.  
(C) P03.  
(D) P04.  
(E) P05.

**57**

No que se refere ao compromisso com a política de saúde e segurança no trabalho em uma organização, a alta gerência deve:

- I - estabelecer e publicar os objetivos de saúde e segurança no trabalho em documentos internos;
- II - assegurar a compreensão da política de saúde e segurança no trabalho especificamente nos níveis operacionais;
- III - prover recursos adequados à implementação da política de saúde e segurança no trabalho.

Está(ão) correta(s) a(s) afirmação(ões):

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

**58**

A função principal do *Master Production Schedule (MPS)* ou Planejamento Mestre de Produção (PMP) é:

- (A) assegurar a demanda dos produtos.
- (B) balancear suprimento e demanda dos produtos acabados.
- (C) elaborar o levantamento de dados dos concorrentes.
- (D) capacitar o serviço de pós-venda.
- (E) comparar o serviço ao cliente com as vendas efetivadas.

**59**

Assinale a opção que apresenta um objetivo para uma pesquisa do clima organizacional.

- (A) Medir o estado interno de dispêndio de esforços que atinge resultados compensadores.
- (B) Medir o grau de satisfação e a concorrência com o público externo de uma empresa.
- (C) Medir o grau de desenvolvimento dos empregados com suas tarefas e responsabilidades.
- (D) Avaliar a imagem e a compreensão que o público externo tem de uma empresa.
- (E) Interrelacionar o ambiente interno e o ambiente externo existente entre as empresas.

**60**

O diretor de RH, Paulo César Rodrigues, estava assombrado! Sua empresa, a "DMAIS", estava passando por uma imensa renovação organizacional. A diretoria decidiu dar um impulso na organização com investimento em T&D. A idéia era incrementar novas competências para a empresa, de forma conquistadora e agressiva, diferente do que vinha fazendo - conservadora e defensiva, o que significava remodelar a área de recursos humanos, deixando de ser fornecedora de competências para ser promotora de competências.

Dentre as alternativas a seguir, qual deverá ser a nova e imediata forma de agir do diretor de RH, o Sr. Paulo César?

- (A) Promover um *downsizing*, remodelando o quadro funcional.
- (B) Promover a educação dos funcionários nas novas maneiras de agir na empresa, impulsionando o seu *staff*.
- (C) Saber, com os demais executivos, quais as competências que deveriam ser agregadas à empresa.
- (D) Fazer um levantamento dos funcionários mais faltosos, assim como também dos mais antigos, de forma a substituí-los por funcionários jovens.
- (E) Modificar as atitudes das pessoas para que, a partir das novas decisões, a competência venha a ser melhorada.

**61**

Segmentando um mercado, um gerente de *marketing* pode identificar necessidades específicas de um grupo de consumidores. Há diversas bases a partir das quais se pode proceder à segmentação de mercados com a finalidade de se atingir mercados-alvo. Assinale a opção em que apenas três das variáveis apresentadas servem como base para segmentação de mercados.

- (A) Região de moradia, grupo étnico, benefícios procurados e volume de consumo.
- (B) Faixa etária, renda familiar, grau de escolaridade e estado civil.
- (C) Religião, ocupação, estágio no ciclo de vida familiar e estilo de vida.
- (D) Uso de categoria de produto, ocupação, volume de consumo e benefícios procurados.
- (E) Renda familiar, sexo, faixa etária e estágio no ciclo de vida do produto.

**62**

É comum representar-se o ciclo de vida de um produto por curvas em forma de sino, com concavidade para baixo, desenhadas sobre um par de eixos em que o das abscissas representa o tempo e o das ordenadas, as vendas e lucros. Costuma-se também identificar quatro fases desse ciclo de vida: introdução, crescimento, maturidade e declínio.

Nessa perspectiva, é correto afirmar que:

- (A) o crescimento das vendas no estágio de introdução costuma ser acelerado em comparação com as outras fases porque o mercado é ávido por novidades.
- (B) os lucros aumentam durante a fase de crescimento, porque, entre outras razões, os custos unitários de fabricação caem mais rápido que os preços, em função da curva de aprendizagem.
- (C) a fase de maturidade caracteriza-se pela inexistência de empresas gigantes que dominam o setor, porque a grande demanda dos consumidores obriga a que todas as empresas atendam a pequenos nichos de mercado.
- (D) a fase de maturidade costuma ser mais curta que as demais, porque o excesso de concorrentes obriga a que muitos se retirem do mercado.
- (E) a fase de declínio se dá em razão de problemas internos das empresas, porque motivos devidos ao ambiente externo afetariam todas as empresas, com um resultado desastroso para o setor como um todo.

**63**

Serviços diferem de bens físicos em vários aspectos. Sendo assim, gerentes de *marketing* de serviços devem estar atentos a aspectos da produção de serviços que não preocupam os gerentes de *marketing* de bens. Ao mesmo tempo, muitos elementos dos compostos de *marketing* pouco ou nada se alteram quando se lida com bens ou com serviços.

Nessa perspectiva, é correto afirmar que:

- (A) a produção de serviços, diferentemente da produção de bens, pode contar com a presença do usuário nas instalações do prestador, mas isso não traz nenhuma consequência para o gerente de serviços, pois não se pode gerenciar os usuários.
- (B) os serviços são, diferentemente dos bens, em grande medida, intangíveis, mas isso não oferece ao gerente de serviços nenhum desafio diferente daqueles normalmente enfrentados pelos gerentes de bens.
- (C) tanto os bens quanto os serviços são produzidos mediante processos; logo, quanto aos processos de produção, praticamente não há diferença entre as ações de um gerente de *marketing* de serviços e as de outro, de bens.
- (D) o planejamento de capacidade é um problema que aflige do mesmo modo os gerentes de *marketing* de bens e os de serviços.
- (E) alguns gerentes de serviços projetam o seu sistema de prestação de modo tal que os usuários tornam-se coprodutores do serviço, medida que, improvável na produção de bens, pode afetar, positiva ou negativamente, a produtividade dos serviços.

**64**

O conceito de sensibilidade a preço refere-se à resposta de determinado mercado a um movimento de preços ou de descontos. Por exemplo, se um mercado tem uma alta sensibilidade a preços, é de se esperar a ocorrência de substanciais mudanças de comportamento como resultado de pequenos movimentos de preços. Com base nessa relação, é correto afirmar que os consumidores são mais sensíveis ao preço de um produto quando este:

- (A) é produzido e distribuído com exclusividade.
- (B) é utilizado em conjunto com outros, comprados anteriormente.
- (C) envolve gasto pequeno do cliente em relação à sua renda total.
- (D) não pode ser estocado.
- (E) tem uma diferenciação não perceptível em relação aos concorrentes.

**65**

Acalanto, Bela Idade, Crescendo e Petizada são os nomes de quatro creches situadas em um mesmo bairro. As quatro acabam de contratar pesquisas junto aos moradores do bairro, no intuito de avaliar a sua imagem, bem como saber o quanto são conhecidas. O resultado das pesquisas encontra-se indicado no quadro abaixo.

|        |              | FAMILIARIDADE |            |
|--------|--------------|---------------|------------|
|        |              | BAIXA         | ALTA       |
| IMAGEM | FAVORÁVEL    | Acalanto      | Petizada   |
|        | DESFAVORÁVEL | Crescendo     | Bela Idade |

Cada creche tem diante de si um desafio de comunicação. Baseando-se no quadro, assinale a afirmação que corresponde a uma necessidade evidenciada pela pesquisa.

- (A) Acalanto precisa trabalhar para manter sua boa reputação e o alto grau de conscientização dos moradores do bairro.
- (B) Crescendo precisa lançar um programa de descontos.
- (C) Bela Idade precisa conquistar a atenção de mais pessoas.
- (D) Acalanto precisa tornar-se conhecida por novos consumidores potenciais.
- (E) Petizada deve esforçar-se para introduzir melhorias sem muito alarde e implementar um esforço de divulgação.

**66**

Uma companhia distribuidora de energia elétrica desenvolveu um aparelho que controla a potência elétrica demandada pelos consumidores residenciais. Devido a razões técnicas, o público-alvo da empresa são os consumidores de baixa renda – pessoas que moram em casas bastante modestas, dotadas de pouquíssimos pontos de luz e um chuveiro elétrico. A empresa decide fazer uma pesquisa para avaliar a receptividade (opinião e intenção de instalação) desses consumidores à idéia.

Nesse caso, o instrumento mais adequado é o uso de:

- (A) entrevistas telefônicas.
- (B) entrevistas pessoais.
- (C) questionários enviados por meios eletrônicos.
- (D) questionários enviados por correio.
- (E) questionários entregues pessoalmente aos consumidores e recolhidos dias mais tarde.

**67**

No passado, muitas empresas realizavam vendas para um único mercado, por meio de um único canal de *marketing*. Hoje, com a proliferação de segmentos de clientes e de alternativas de canal, um número cada vez maior de empresas vem adotando o chamado “*marketing* multicanal”, isto é, uma única empresa emprega dois ou mais canais de *marketing* para atingir um ou mais segmentos de mercado. Que afirmação **NÃO** corresponde a uma característica da utilização de múltiplos canais?

- (A) Cada canal só pode ser empregado para uma tarefa da empresa (pré-venda, fechamento da venda, pós-venda etc.).
- (B) Empregando mais canais, uma empresa pode conseguir maior cobertura de mercado.
- (C) O acréscimo de novos canais pode reduzir o custo por canal.
- (D) Novos canais podem oferecer vendas mais personalizadas.
- (E) Diferentes canais de uma mesma empresa podem acabar competindo pelos mesmos clientes.

**68**

O comércio eletrônico vem possibilitando uma mudança revolucionária nas oportunidades de *marketing* das empresas, bem como formas inovadoras de criação de valor para os consumidores. Sobre essa nova forma de fazer negócios, assinale a afirmação que corresponde ao seu uso efetivo.

- (A) Ela se presta bem a transações realizadas entre empresas e consumidores individuais, sendo inadequada para transações entre empresas.
- (B) A possibilidade de realização de transações comerciais por via eletrônica não prescinde da existência de instalações físicas da empresa, às quais o consumidor tem que comparecer em algum momento da transação.
- (C) Os recursos de comércio eletrônico atualmente existentes agregam valor aos consumidores na fase de busca de informação, mas não na etapa da compra propriamente dita.
- (D) O comércio eletrônico, pela possibilidade de uma comunicação interativa, permite a personalização de produtos, ajustando-se às necessidades dos clientes.
- (E) O comércio eletrônico vem demonstrando ser inadequado à venda de produtos perecíveis devido a problemas de armazenamento.

**69**

Muitas empresas praticam, atualmente, a gestão do relacionamento com o cliente – o chamado CRM – uma abordagem empresarial destinada a entender e influenciar o comportamento dos clientes, por meio de comunicações significativas para melhorar as compras, a retenção, a lealdade dos clientes, bem como a lucratividade da empresa. Nessa perspectiva, é correto afirmar que:

- (A) os contatos das empresas com os clientes são do tipo transacional, de tal forma que o consumo continuado dos produtos e serviços é obtido por meio de contatos adicionais.
- (B) a prática do CRM conduz a menores custos de recrutamento de clientes, dada a economia que se obtém em *marketing*, malas diretas, contatos, pesquisas etc.
- (C) a prática do CRM conduz a uma maior lucratividade por cliente, graças à possibilidade de fazer vendas casadas, o que, contudo, requer a conquista de uma quantidade relativamente elevada de novos clientes.
- (D) empresas bem-sucedidas na prática do CRM tendem a conseguir índices crescentes de retenção e lealdade dos clientes, o que oferece a possibilidade de redução do valor do cliente a longo prazo.
- (E) a prática do CRM envolve a vantagem da redução do custo das vendas, dado o conhecimento que as empresas já têm sobre os seus clientes, mas oferece um menor retorno sobre o investimento em comunicação, pela necessidade de se personalizar as mensagens.

**70**

Em toda sociedade, alguns comportamentos individuais conflitam com os interesses coletivos de longo prazo. Um exemplo disso é a não-adoção de métodos de controle da natalidade em países muito populosos. Outros comportamentos podem prejudicar os próprios indivíduos, como a recusa em fazer determinados exames médicos. Os agentes interessados em proteger os interesses dos indivíduos e da sociedade criam programas, denominados “mudança social planejada”, que têm o objetivo de mudar o comportamento desses indivíduos. Sobre as estratégias de se conduzir uma mudança social planejada, qual a afirmativa correta?

- (A) Os princípios e ferramentas de *marketing* não se aplicam ao campo social do comportamento, pois as ações sociais constituem iniciativas de natureza diversa das iniciativas comerciais.
- (B) Sem incentivos econômicos, é praticamente impossível fazer um indivíduo mudar um comportamento arraigado, pois o ser humano sempre age segundo uma comparação de custos e benefícios.
- (C) É contraproducente sancionar leis restritivas ao comportamento indesejável, pois essa medida costuma gerar fortes reações dos indivíduos atingidos, causando o efeito contrário.
- (D) Só é possível mudar comportamentos indesejáveis mediante a sanção de leis restritivas, pois as pessoas só mudam o jeito de ser quando forçadas a isso.
- (E) Os programas de mudança social planejada podem combinar estratégias diferenciadas para atingir diferentes grupos de indivíduos

71

O Sistema de Informação de *Marketing* (SIM) é a forma de uma empresa organizar um conjunto de informações de mercado, de modo a viabilizar a tomada de ações gerenciais consistentes. Esse sistema engloba, entre outras coisas, a coleta e tratamento de dados externos (obtidos de fontes externas à empresa) e o de dados internos (obtidos dentro da própria organização).

Sobre estes últimos, é correto afirmar que:

- (A) funcionários, clientes, pesquisas de mercado e relatórios internos podem ser fontes úteis de dados para alimentar um SIM.
- (B) funcionários que não atuam no âmbito estratégico da empresa não são fonte fidedigna de informação, por estarem desprovidos de condições para transmitir informações úteis para um sistema estratégico como o SIM.
- (C) clientes limitam-se a solicitações de informação ou a reclamações em seus contatos com as empresas, deixando de constituir uma fonte útil de dados para o SIM.
- (D) pesquisas de mercado anteriormente realizadas por uma empresa constituem a única fonte fidedigna de informação interna, por promover uma coleta de dados a partir de uma metodologia formal.
- (E) relatórios internos de uma empresa costumam fornecer informações inúteis para um SIM, por conterem basicamente dados contábeis ou de interesse específico para funcionários ou acionistas.

72

A maioria das empresas organiza as suas forças de vendas por localização geográfica, por produto ou por cliente. As afirmações que se seguem dizem respeito a essas estruturas.

- I - Uma desvantagem da estrutura geográfica é a necessidade de longos deslocamentos dos vendedores, uma vez que o território que cabe a cada um atender pode ser toda uma região geográfica de um país.
- II - Uma vantagem da estrutura por produtos é a remota possibilidade de um mesmo cliente ser visitado por mais de um vendedor, o que acarretaria uma duplicação de custos para a empresa.
- III - A estrutura por cliente funciona melhor quando diferentes tipos de compradores têm grandes necessidades, ou então necessidades significativamente diferentes.
- IV - A estrutura por cliente funciona melhor quando clientes de diferentes setores industriais situam-se geograficamente próximos uns aos outros.

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

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

73

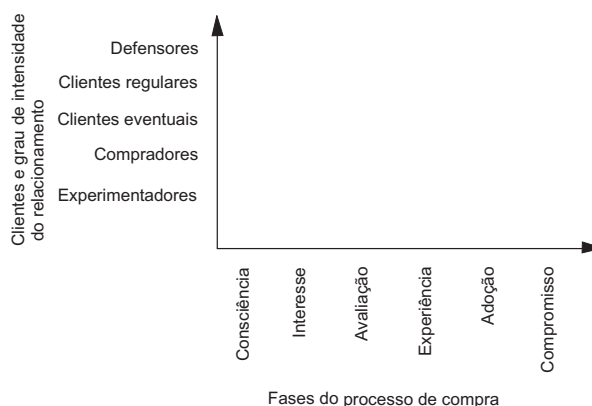
A propaganda é um importante elemento do composto de promoção, que conta com diversos veículos, cada um dos quais com vantagens e desvantagens.

O quadro a seguir apresenta, em cada linha, um veículo de propaganda, uma vantagem e uma desvantagem. Assinale a opção em que tanto a vantagem quanto a desvantagem correspondam ao veículo indicado.

|     | VEÍCULO          | VANTAGEM  | DESvantAGEM  |
|-----|------------------|---|--|
| (A) | Outdoor          | Possibilita veiculação do anúncio próximo ao ponto de venda | Seleciona a audiência apenas pela localização geográfica |
| (B) | Televisão        | Presta-se ao fornecimento de informações detalhadas         | Apresenta altos preços cobrados pelas emissoras          |
| (C) | Imprensa escrita | É capaz de prender a atenção do leitor                      | Tem limitada capacidade de selecionar o público          |
| (D) | Mala direta      | Tem relativa facilidade de mensuração do desempenho         | Oferece dificuldade de criar mensagens dirigidas         |
| (E) | Internet         | Possui ampla audiência (cobertura de massa)                 | Supõe tempo de exposição curto na maioria das vezes      |

74

Considere o par de eixos apresentado a seguir.



O gráfico que relaciona os dois eixos é adequadamente descrito por uma curva:

- (A) em forma de sino.
- (B) em forma de "U".
- (C) horizontal.
- (D) ascendente.
- (E) descendente.

**75**

As empresas cujos objetivos incluem crescimento das vendas e dos lucros têm diferentes opções à sua escolha, como mostra o quadro a seguir.

|                      |                            |                            |
|----------------------|----------------------------|----------------------------|
| Produtos<br>Mercados | Produtos atuais            | Novos produtos             |
| Cientes atuais       | Penetração de mercado      | Desenvolvimento do produto |
| Novos clientes       | Desenvolvimento do mercado | Diversificação             |

Qual a relação correta entre a forma de ação e a estratégia adotada?

- (A) Uma empresa que sistematicamente inclui receitas na embalagem do creme de leite que produz, na intenção de estimular os seus clientes a experimentar novas formas de usar o produto, está adotando a estratégia de penetração de mercado.
- (B) Uma empresa que passe a exportar para a Europa o suco de laranja que produz e vende no Brasil está adotando a estratégia de desenvolvimento de produto.
- (C) Uma empresa do ramo de alimentação que passe a produzir bebidas isotônicas para atingir o segmento de atletas, para o qual vinha oferecendo apenas barras de cereais, está adotando a estratégia de diversificação.
- (D) Um fabricante de produtos de beleza que estimule o seu público-alvo a usar creme hidratante em ocasiões diferentes das que já usa hoje, está adotando a estratégia de desenvolvimento de mercado.
- (E) Um fabricante de chupetas e bicos de mamadeira que passe a fabricar também preservativos masculinos visando o público adolescente está adotando a estratégia de desenvolvimento de produto.

**76**

João e José Silva, resolveram constituir a Empresa Irmãos Silva Ltda., em 01 jul. 2004, com capital social de R\$ 10.000,00, totalmente integralizado em dinheiro.

As primeiras operações da empresa foram:

- aquisição de móveis e utensílios por R\$ 8.000,00, sendo pagos no ato R\$ 2.000,00 e o restante a ser pago em três prestações mensais iguais e sucessivas;
- aquisição de um computador usado, à vista, por R\$ 1.000,00;
- aquisição de mercadorias para revenda, a prazo, por R\$ 5.000,00;
- obtenção de um empréstimo bancário de R\$ 3.000,00, recebido em dinheiro, na "boca" do caixa;
- pagamento, em dinheiro, de uma das três parcelas da compra de móveis e utensílios descrita acima.

Após estas operações, o saldo da conta Caixa da empresa, em reais, passou a ser de:

- (A) 6.000,00, credor.
- (B) 6.000,00, devedor.
- (C) 8.000,00, devedor.
- (D) 8.000,00, credor.
- (E) 10.000,00, devedor.

**77**

A Cia. Beta apresentou o seguinte Balancete em janeiro de 2005:

| Contas                      | Em reais   |  |
|-----------------------------|------------|--|
|                             | Saldos     |  |
| Depreciação Acumulada       | 4.000,00   |  |
| Caixa                       | 2.000,00   |  |
| Capital Social              | 110.000,00 |  |
| Adiantamento de Salários    | 18.000,00  |  |
| Duplicatas a Pagar          | 3.000,00   |  |
| Móveis e Utensílios         | 15.000,00  |  |
| Fornecedores a Pagar        | 20.000,00  |  |
| Adiantamento a Fornecedores | 20.000,00  |  |
| Instalações                 | 75.000,00  |  |
| Salários e Encargos a Pagar | 5.000,00   |  |
| Estoque de Mercadorias      | 25.000,00  |  |
| Empréstimos a Pagar (LP)    | 15.000,00  |  |
| Bancos Conta Movimento      | 12.000,00  |  |
| Lucros Acumulados           | 10.000,00  |  |

Com base nos dados acima, a soma, em reais, do saldo das contas que possuem natureza devedora será de:

- (A) 167.000,00
- (B) 163.000,00
- (C) 155.000,00
- (D) 152.000,00
- (E) 132.000,00

**78**

Uma pequena indústria de tapetes e carpetes gasta, em média, com salários e encargos dos empregados envolvidos com a produção, R\$ 35.000,00 mensais. Considerando ainda que o apontamento da mão-de-obra direta mensal atinge, em média, R\$ 21.000,00, incluindo salários e encargos, é correto classificar os gastos da indústria, em reais, com a mão-de-obra relativa ao pessoal de produção, em:

- (A) indiretos, na totalidade.
- (B) indiretos, 21.000,00 e diretos, 14.000,00.
- (C) diretos, 21.000,00 e indiretos, 35.000,00.
- (D) diretos, 21.000,00 e indiretos, 14.000,00.
- (E) diretos, na totalidade.

**79**

A Indústria Gama fabrica móveis sob encomenda. O processo produtivo, ao serrar a madeira, gera uma enorme quantidade de serragem, que é considerada pela indústria como subproduto e é regularmente vendida por um valor irrisório. Qual é o lançamento que registra o valor líquido da venda dessa serragem?

- (A) Débito de receitas eventuais e crédito de estoques.
- (B) Débito de subprodutos e crédito de receita de subprodutos.
- (C) Débito de custos de produção e crédito de recuperação de perdas.
- (D) Débito de estoques e crédito de receitas eventuais.
- (E) Débito de estoques e crédito de custos de produção.

**80**

O **custo de oportunidade** representa o:

- (A) quanto a empresa investiu em um projeto que tem limitações de remuneração, em função da falta de uma oportunidade.
- (B) quanto a empresa sacrificou em termos de remuneração, por ter aplicado seus recursos numa alternativa e não em outra.
- (C) investimento realizado pela empresa em algo que não poderá mais dar retorno.
- (D) sacrifício financeiro realizado por uma empresa em um projeto cuja perspectiva de remuneração está comprometida, em função de condições de mercado.
- (E) custo de uma operação da empresa cuja oportunidade de negócio foi perdida.