

Cargo (Nível Médio):

ASSISTENTE TÉCNICO DE COMERCIAL

Prova de Português, Raciocínio Lógico e
Conhecimentos Específicos

CADERNO DE QUESTÕES

INSTRUÇÕES GERAIS

1. Este **Caderno de Questões** somente deverá ser aberto quando for autorizado pelo Fiscal.
2. **Assine** neste Caderno de Questões e **coloque** o número do seu documento de identificação (RG, CNH etc.).
3. **Antes de iniciar** a prova, **confira** se o **tipo** da prova do **Caderno de Questões** é o mesmo da **etiqueta da banca** e da **Folha de Respostas**.
4. Ao ser autorizado o início da prova, verifique se a numeração das questões e a paginação estão corretas. Verifique também se contém **60 (sessenta)** questões objetivas com 5 (cinco) alternativas cada, caso contrário comunique imediatamente ao Fiscal.
5. Você dispõe de **3h30min (três horas e trinta minutos)** para fazer esta prova. Faça-a com tranquilidade, mas **controle seu tempo**. Esse **tempo** inclui a marcação da **Folha de Respostas** das questões objetivas. Você somente poderá sair em definitivo do Local de Prova após decorridas **2h (duas horas)** do seu início.
6. Na **Folha de Respostas**, confira seu **nome**, número do seu **documento de identificação** e **cargo escolhido**.
7. Em hipótese alguma lhe será concedida outra Folha de Respostas.
8. Preencha a **Folha de Respostas** utilizando caneta esferográfica de tinta azul ou preta. Na Folha de Respostas objetivas, preencha completamente o círculo correspondente à alternativa escolhida, conforme modelo: 1

A	B	C	D	E
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
9. Será atribuído o valor ZERO à questão que contenha na Folha de Respostas de questões objetivas: dupla marcação, marcação rasurada ou emendada, não preenchida totalmente ou que não tenha sido transcrita.
10. A correção da prova objetiva será efetuada de forma eletrônica e considerando-se apenas o conteúdo da **Folha de Respostas**.
11. Caso a Comissão julgue uma questão como sendo nula, os pontos serão atribuídos a todos os candidatos.
12. Não será permitida qualquer espécie de consulta.
13. Ao terminar a prova, **devolva** ao **Fiscal** de Sala este **Caderno de Questões**, juntamente com a **Folha de Respostas** objetivas e **assine a Lista de Presença**.
14. Nas salas que apresentarem apenas 1 (um) fiscal de sala, os 03 (três) últimos candidatos somente poderão ausentar-se do recinto juntos, após a **assinatura da Ata de Encerramento** de provas.

Boa Prova!

N. do doc. de identificação (RG, CNH etc.):

Assinatura do(a) candidato(a):



FUNDEPES

PORTUGUÊS

AS QUESTÕES DE 1 A 3 REFEREM-SE AO TEXTO ABAIXO.

Há um ódio barato vigente em nossa cultura. E ele é programado quando se dirige aos pobres, aos tachados de loucos, às prostitutas, aos travestis, aos grupos de adolescentes que se vestem de modo inusitado ou pertencem a uma tribo que não a das roupas de marcas sempre aceitas. Ódio barato porque é fácil de sentir e dirigir-se a quem é marcado como descartável pelo sistema econômico (TIBURI, Márcia. Cult, ano 15, abril 2012, p. 41).

1. A opinião que a autora expressa no texto acima tem como argumento principal:

- A) Há uma cultura da tolerância aos diferentes e aos que se dissociam da normalidade ideológica.
- B) A indiferença configura um ódio barato às camadas sociais desfavorecidas.
- C) A nossa cultura institui um ódio barato aos que, deslocados de um perfil aceitável, são vistos como estranhos e diferentes.
- D) Há um ódio barato às estruturas sociais excludentes, marcadas pela cultura capitalista da descartabilidade.
- E) Os indivíduos marcados por valores inusitados instituem formas alternativas de convivência. Dessa forma, desenvolvem um ódio barato dirigido aos diferentes.

2. Quando a autora afirma “aos tachados de loucos”, quer dizer:

- A) Todos os estranhos são considerados loucos.
- B) Apenas os naturalmente loucos são vistos como diferentes.
- C) Alguns enlouquecem porque são estranhos.
- D) Todos os diferentes são loucos.
- E) Alguns diferentes são chamados de loucos.

3. A que ideia remete-se o fragmento do texto “aos grupos de adolescentes que se vestem de modo inusitado”?

- A) Há adolescentes diferentes que se vestem de forma circunstancial.
- B) Há grupos de adolescentes que se portam de forma cáustica diante da sociedade.
- C) Os grupos de adolescentes estranhos usam roupas matizadas.
- D) Alguns grupos de adolescentes se vestem de forma insólita.
- E) Há grupos de adolescentes que se vestem de forma configurável aos olhos da sociedade.

AS QUESTÕES DE 4 A 6 REFEREM-SE AO TEXTO ABAIXO.

Sustentabilidade significa criar alicerces econômicos, sociais e ambientais duradouros, que possam ser usufruídos de forma justa e igualitária por todas as gerações atuais e futuras, de qualquer classe social, credo ou cultura. Já a sociedade sustentável é aquela que é autônoma e democrática na busca por um futuro comum que garanta qualidade de vida e bem estar a todas as formas de vida, sem diminuir as possibilidades de usufruto das gerações vindouras (www.euescrevo.com.br).

4. Qual das afirmações abaixo não constitui um objetivo da sustentabilidade?

- A) Consideradas as especificidades, o usufruto deve ser um valor compartilhável por todos.
- B) Delimitar o conjunto de valores que possa ser usufruído sem transcender a abrangência temporal.
- C) Estabelecer uma base econômica, social e ambiental duradoura.
- D) Provocar na sociedade uma intenção autônoma e democrática para a consecução de seu perfil igualitário.
- E) Garantir que seus valores e resultados possam ser compartilhados de forma justa e igualitária.

5. A afirmação “Já a sociedade sustentável é aquela que é autônoma e democrática na busca por um futuro comum”

- A) constitui um ponto de vista deslocado da ideia central do texto.
- B) é uma premissa que se opõe ao argumento inicial.
- C) é o conceito de sustentabilidade, prescrito no início do texto.
- D) expressa uma negação à estrutura semântica do texto.
- E) proporciona um suplemento expressivo ao argumento inicial do texto.

6. A que ideia remete-se o fragmento do texto “sem diminuir as possibilidades de usufruto das gerações vindouras”?

- A) As benesses serão suprimidas das gerações vindouras.
- B) Sem limitar às gerações futuras as possibilidades de fruição.
- C) As gerações futuras alheiam-se diante das possibilidades de colher os frutos.
- D) Limitam-se para as gerações vindouras as possibilidades de desfrute.
- E) Sem proporcionar às gerações vindouras a fruição.

AS QUESTÕES 7 e 8 REFEREM-SE AO TEXTO ABAIXO.

INVEROSSIMILHANÇA: Michaelis inverossimilhança • sf (in+verossimilhança) Falta de verossimilhança; improbabilidade. Coisa inverossímil. Houaiss inverossimilhança • substantivo feminino caráter de inverossimilhante, condição do que não parece verdadeiro ou provável; falta de verossimilhança Michaelis inverossimilhança • sf (in+verossimilhança) Inverossimilhança.

7. Como se pode ver, trata-se aí de fragmentos de informações dicionarizadas da palavra "inverossimilhança". Segundo esses significados, o inverossímil

- A) é algo impossível de acontecer.
- B) é aquilo que pode ser comprovado como verdadeiro.
- C) é um fenômeno da irrealidade que se estabelece como imagem ilusória.
- D) é tudo que se encontra em consonância com as imagens da realidade.
- E) é tudo que não suscita probabilidade.

8. Qual a função da linguagem predominante no texto?

- A) Poética
- B) Fática
- C) Conativa
- D) Metalinguística
- E) Referencial

AS QUESTÕES 09 e 10 REFEREM-SE AO TEXTO ABAIXO.

[...]
Vai e diz
Diz assim:
Como sou
Infeliz
No meu descaminho
Diz que estou sozinho
E sem saber de mim (Vinícius de Moraes)

9. No verso "Diz que estou sozinho", a 2ª oração apresenta caráter sintático de

- A) complemento verbal.
- B) complemento nominal.
- C) um termo acessório.
- D) aposto.
- E) sujeito.

10. O "que" em "que estou sozinho" classifica-se como

- A) pronome demonstrativo.
- B) preposição.
- C) conjunção subordinativa integrante.
- D) conjunção subordinativa causal.
- E) pronome relativo.

O texto a seguir servirá de base para as questões de 11 a 14.**Somos gente**

Decretaram que pessoas com mais de sessenta anos merecem alguns benefícios.

Há mais tempo decretaram que negro era gente. Há menos tempo que isso decretaram que mulher também era gente, pois podia votar.

Mas voltando aos com mais de sessenta: decretaram coisas que deveriam ser naturais numa sociedade razoável. Não as vejo como benefícios, mas como condições mínimas de dignidade e respeito. Benefício tem jeito de concessão, caridade. Coisas como não lhes cobrarem mais pelo seguro saúde porque estão mais velhos, na idade em que possivelmente vão de verdade começar a precisar de médico, remédio, hospital, não deveriam ser impostas por decreto.

Decretaram também que depois dos sessenta as pessoas podem andar de graça no ônibus e pagar meia entrada no cinema. Perceberam, pois, que após os sessenta as pessoas ainda se locomovem e se divertem. Pensei que achassem que nessa altura a gente ficasse inexoravelmente meio inválido e... invalidado.

Que sociedade esquisita esta nossa, em que é preciso decretar que em qualquer idade a gente é gente.

[...]

LUFT, Lya. *Pensar é transgredir*. Rio de Janeiro:

Record, 2005. p. 137 (Fragmento).

11. A respeito do texto acima, assinale a opção incorreta.

- A) O texto é uma crônica, gênero textual do tipo narrativo, e focaliza um engajamento da autora com o social.
- B) O fato narrado no texto retrata aspecto da nossa realidade: a criação de certos decretos.
- C) O fato cotidiano retratado no texto é a invenção de decretos, em especial aqueles que concedem benefícios às pessoas acima de sessenta anos.
- D) No texto, o narrador dá algumas opiniões sobre o fato abordado, mostrando ser desnecessária a criação de quaisquer decretos.
- E) A temática textual revela a inquietação da autora diante do comportamento da sociedade.

12. Assinale a opção que apresenta a opinião do narrador do texto acerca da concessão de benefícios aos que têm mais de sessenta anos.

- A) Todos os benefícios concedidos por decretos deveriam ser direcionados apenas ao cidadão jovem.
- B) Os decretos que concedem benefícios ao cidadão idoso são inexoravelmente inválidos.
- C) Os benefícios parecem um ato de bondade, de caridade, e não um direito do cidadão idoso.
- D) Os decretos são invalidados, uma vez que os benefícios são concedidos a quem não os merece.
- E) Os benefícios aos idosos representam sempre atos de bondade, de caridade, porém eles (os cidadãos idosos) não têm direitos.

13. Dadas as afirmações abaixo com relação aos vocábulos destacados no fragmento “Pensei que achassem que nessa altura a gente ficasse inexoravelmente inválido e... invalidado”,

- I. Ao empregar o vocábulo “inválido”, a característica atribuída ao ser parece natural, inerente.
- II. Com o vocábulo “invalidado”, que denota uma voz passiva, a característica ao ser parece ter sido dada, gerada ou causada por outrem.
- III. Ao empregar o particípio “invalidado”, a autora pretende enfatizar que a sociedade “invalida” o idoso, colocando-o de lado, menosprezando-o.
- IV. A autora enfatiza que o cidadão não é invalidado por ser idoso, mas pelo fato de a sociedade o “invalidar”.

verifica-se que está(ão) correta(s)

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

14. Nas orações seguintes,

- I. “Há menos tempo...”
- II. “... como não lhes cobrarem...”
- III. “Decretaram também...”

qual a correta classificação do sujeito em cada uma?

- A) I – simples; II – simples; III – indeterminado.
- B) I – oração sem sujeito; II – simples; III – indeterminado.
- C) I – oração sem sujeito; II – indeterminado; III – simples.
- D) I – simples; II – composto; III – oração sem sujeito.
- E) I – oração sem sujeito; II – indeterminado; III – indeterminado.

O texto a seguir servirá de base para as questões de 15 a 17.

Paciência

Lenine/Dudu Falcão/Mameluco

Mesmo quando tudo pede
Um pouco mais de calma
Até quando o corpo pede
Um pouco mais de alma
A vida não para

Enquanto o tempo acelera
E pede pressa
Eu me recuso faço hora,
Vou na valsa
A vida é tão rara

.....

CD Lenine Acústico MTV, 2006.

15. Dadas as afirmações seguintes sobre a letra da canção,

- I. A mensagem, na letra da canção, revela um cuidado especial com o ritmo das frases, com a sonoridade das palavras; assim, a função da linguagem que predomina é a denotativa.
- II. O texto revela um jogo de ideias: oposição entre a pressa do dia a dia, “a vida não para”, e a necessidade de calma, “um pouco mais de calma”. Dessa forma, há ênfase na mensagem – uso da função poética da linguagem.
- III. O emissor do texto teve a intenção de falar objetivamente sobre algo do mundo exterior. Nesse caso, utilizou a função referencial da linguagem.
- IV. Em “Enquanto o tempo acelera” (1º verso/2ª estrofe), a conjunção “enquanto” expressa o mesmo valor semântico que “conquanto”.
- V. Em “E pede pressa” (2º verso/2ª estrofe), o conectivo aditivo poderia ser substituído por “mas também”, sem prejuízos semânticos.

verifica-se que estão corretas

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

16. Nas frases: “Mesmo quando tudo pede” (1º verso/ 1ª estrofe), “Até quando o corpo pede” (3º verso/ 1ª estrofe), “Enquanto o tempo acelera” (1º verso/ 2ª estrofe), os elementos de coesão destacados expressam, respectivamente, ideias de

- A) tempo, tempo, concessão.
- B) concessão, concessão, tempo.
- C) concessão, tempo, adversidade.
- D) adversidade, proporcionalidade, concessão.
- E) tempo, proporcionalidade, concessão.

17. Indique a opção correta quanto à colocação pronominal, considerando o 3º verso da 2ª estrofe (“Eu me recuso faço hora”).

- A) O pronome oblíquo átono encontra-se enclítico, conforme a norma da língua escrita orienta.
- B) Empregou-se a colocação proclítica do pronome oblíquo átono, pelo mesmo motivo por que ela foi empregada em: “Fui eu quem te ajudou”.
- C) Se o pronome pessoal oblíquo fosse colocado depois do verbo “recuso”, uma infração da norma culta ocorreria.
- D) No verso, pode-se utilizar o pronome átono tanto proclítico como enclítico, uma vez que há um pronome pessoal do caso reto, não precedido de palavra atrativa.
- E) Há, no verso, uma locução verbal, a qual admite que se coloque o pronome oblíquo em posições diferentes.

O texto a seguir servirá de base para a questões 18 e 19.

Muitos países vivem da venda de matérias-primas, petróleo, minério, recursos não renováveis que, com o tempo, diminuirão e, eventualmente, desaparecerão. E, depois, o que esses países farão? Para ter outra fonte de receita, essas nações devem tentar desenvolver novos setores da economia e fabricar produtos tecnológicos que consigam vender – podem até ser produtos agrícolas, mas que exijam uso da tecnologia. Os países que fizerem isso encontrarão formas de dar um bom padrão de vida a todas as pessoas. Acredito que o empreendedorismo tecnológico é o caminho para manter a paz no mundo, porque as pessoas que trabalham duro para ganhar mais não querem desperdiçar isso numa guerra. Os países que não fizerem isso não prosperarão. Eles correm o risco de ver a qualidade de vida cair. Muitos desses países, em algum momento, começarão a desmoronar, e milhões de pessoas começarão a emigrar para as nações mais ricas. Como lidar com essa visão melancólica do futuro? Podemos resolver isso ao incentivar e ensinar o empreendedorismo tecnológico. Para que os cidadãos numa nação dediquem sua capacidade intelectual a projetar, fabricar e vender produtos inovadores, é necessário que o país crie condições certas. Entre elas, encorajar a formação de engenheiros e cientistas, e encorajá-los a empreender.

Dan Shechtman. Revista *Época*, 23 jul. 2012, p. 77.

18. Com relação as orações em destaque nas transcrições abaixo,

- I. “[...] recursos não renováveis que, com o tempo, diminuirão [...]”
- II. “[...] e fabricar produtos tecnológicos que consigam vender [...]”
- III. “Os países que fizerem isso encontrarão formas [...]”
- IV. “Acredito que o empreendedorismo tecnológico é o caminho [...]”
- V. “[...] porque as pessoas que trabalham duro para ganhar mais [...]”

é correto dizer:

- A) todas são subordinadas substantivas.
- B) todas são subordinadas adjetivas.
- C) somente I, II e III são subordinadas adjetivas.
- D) com exceção de IV, que é uma oração absoluta, todas as outras são adjetivas.
- E) com exceção de IV, que é uma oração subordinada substantiva, as demais são adjetivas.

19. Considerando as substituições do verbo “criar” na frase: “É necessário que o país crie as condições certas”, assinale a opção em que se empregou indevidamente a regência verbal.

- A) [...] que o país visse às condições certas.
- B) [...] que o país proceda às condições certas.
- C) [...] que o país precise das condições certas.
- D) [...] que o país aspire às condições certas.
- E) [...] que o país acate às condições certas.

Baseie-se no texto abaixo para responder à questão 20.

Gastronomia — Japão vende o melão mais caro do mundo
As frutas são um luxo no Japão, e os melões Yubari são a joia da coroa. A primeira colheita é vendida em leilão, onde o valor de cada unidade pode alcançar várias centenas de dólares.

Disponível em: <http://veja.abril.com.br/multimedia/>. 19 jul. 2012.

Acessado em 2012-07-25.

20. Marque, entre as opções que seguem, apenas a que está errada.

- A) A vírgula antes da conjunção aditiva, na 2ª oração do texto, justifica-se porque a oração iniciada por essa conjunção apresenta sujeito diferente da primeira oração do período.
- B) Nos dois momentos em que aparece, no primeiro período do texto, o verbo “ser” tem a mesma função sintática.
- C) Em: “As frutas são um luxo...”, aceita-se acomodar o verbo “ser” à flexão do predicativo (As frutas é um luxo...).
- D) A locução verbal “pode alcançar” deveria estar pluralizada, a fim de concordar com o sujeito simples “várias centenas de dólares”.
- E) A locução verbal “pode alcançar” encontra-se, no texto, singularizada, concordando com o sujeito simples, cujo núcleo é “valor”.

RACIOCÍNIO LÓGICO

21. Sabendo que oito nadadores disputam as finais de uma prova de natação dos jogos olímpicos, quantos são os resultados possíveis em relação às medalhas de ouro, prata e bronze da prova dos cem metros nado borboleta?

- A) 512
- B) 336
- C) 56
- D) 5.040
- E) 40.320

22. Para a revisão do seu Plano Diretor de Informática, a Diretoria de uma empresa pretende designar uma comissão constituída de 2 Analistas de Tecnologia da Informação, 2 Analistas de Administração e 1 Diretor. Quantas comissões podem ser formadas se a empresa conta com 5 Analistas de Tecnologia da Informação, 4 Analistas de Administração e 3 Diretores?

- A) 792
- B) 19
- C) 720
- D) 180
- E) 60

23. Considerando as seguintes proposições,

p: A união de conjuntos é comutativa e a diferença de conjuntos é associativa.

q: $2 + 3 = 6$ ou $3 \cdot 2 = 6$.

r: A capital de Alagoas é Maceió ou o Brasil é uma ilha.

os valores lógicos de **p**, **q** e **r** são, respectivamente,

- A) V, V e V.
- B) V, F e F.
- C) F, F e F.
- D) F, V e F.
- E) F, V e V.

24. Qual a negação da afirmação “todos os funcionários da ALGÁS são brasileiros”?

- A) “Nenhum funcionário da ALGÁS é brasileiro.”
- B) “Existe pelo menos um brasileiro que não é funcionário da ALGÁS.”
- C) “Pelo menos um funcionário da ALGÁS é estrangeiro.”
- D) “Nenhum funcionário da ALGÁS é estrangeiro.”
- E) “Existem estrangeiros que não são funcionários da ALGÁS.”

25. Se os termos da sequência (5, 10, 26, 50, 122, 170, ...) obedecem a uma sequência lógica na lei de sua formação, qual o sétimo termo?

- A) 280
- B) 282
- C) 286
- D) 288
- E) 290

26. Se a partir do terceiro termo for obedecida uma sequência lógica na sua formação, o sétimo termo da sequência (2, 3, 5, 14, 69, 965...) é um inteiro

- A) múltiplo de 4.
- B) múltiplo de 10.
- C) primo.
- D) maior que 70.000.
- E) menor que 60.000.

27. Sejam A, B e C três subconjuntos de um universo U e as seguintes afirmações,

- I. Se $B \subset A$, então $B - A \subset C$.
- II. Se $A \cap B = \emptyset$ e $B \cap C = \emptyset$, então $A \cap C = \emptyset$.
- III. Se $A \cup B = C$, então $C - A = B$.

temos que

- A) todas as afirmações são falsas.
- B) todas as afirmações são verdadeiras.
- C) apenas a afirmação I é verdadeira.
- D) apenas as afirmações I e II são verdadeiras.
- E) apenas as afirmações I e III são verdadeiras.

28. Em relação aos argumentos seguintes,

- I. $p \rightarrow q, \sim q \mid \text{---} p$
- II. $p \rightarrow q, q \rightarrow r \mid \text{---} r$
- III. $p \vee q, q \mid \text{---} p$

temos que

- A) nenhum deles é válido.
- B) todos são válidos.
- C) apenas I é válido.
- D) apenas II é válido.
- E) apenas III é válido.

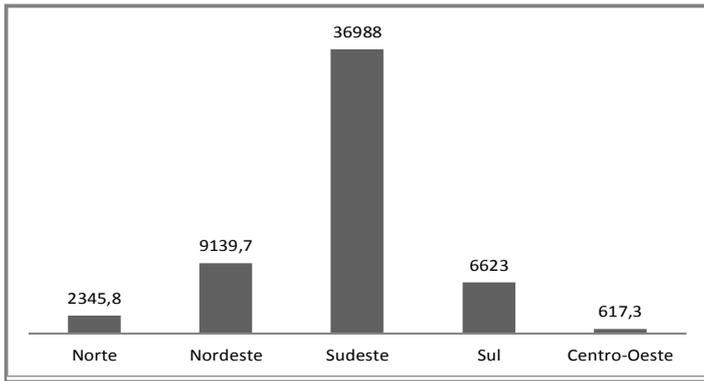
29. Antes de entregar as notas de uma prova com duas questões, o professor anunciou:

- I. 20 alunos acertaram a primeira questão;
- II. 18 alunos acertaram a segunda questão;
- III. 5 alunos acertaram as duas questões;
- IV. 8 alunos erraram as duas questões;

O número de alunos que fez a prova foi situado entre

- A) 55 e 60.
- B) 35 e 40.
- C) 45 e 50.
- D) 50 e 55.
- E) 40 e 45.

30. O gráfico abaixo apresenta o consumo de gás natural no Brasil no mês de junho de 2012.



Fonte: Associação Brasileira das Empresas Distribuidoras de Gás Canalizado

A relação entre o consumo da região de menor consumo e o consumo da região de maior consumo foi de, aproximadamente,

- A) 4,21%.
- B) 2,35%.
- C) 1,11%.
- D) 1,67%.
- E) 0,91%.

CONHECIMENTO ESPECÍFICO

31. Comercialmente, promover a venda de um produto ou serviço é uma forma interessante de atingir as pessoas. Marque a opção em que todas as atividades não pertencem ao seu raio de ação.

- A) Palestras e seminários direcionados, exposições, amostragem.
- B) Concessões e trocas, símbolos e logotipos, eventos.
- C) Reuniões de vendas localizadas, porta a porta, catálogo de produtos.
- D) Concursos, jogos, loterias e sorteios.
- E) *Outdoors*, degustação, cupons para descontos.

32. Clientes, mundo corporativo e negócios são termos inerentes à gestão do cliente nos dias atuais. Marque a opção que expõe corretamente informações sobre o cliente.

- A) Conhecer todos os tipos de clientes é fundamental para uma ação mais eficiente. Não somente aquele que compra da minha empresa e está na lista de bons pagadores. É preciso conhecer os “outros” tipos de clientes.
- B) Cliente tem sempre razão, pois ele deve ser considerado o rei de uma empresa. Sua determinação em relação ao consumo é preponderante em todos os níveis.
- C) Definir etapas necessárias para um programa de Gestão de Relacionamento se faz desnecessário, pois, em geral, apresenta falhas imperdoáveis no tocante aos aspectos de manutenção da venda.
- D) O que dificulta uma maior aproximação com os novos clientes são programas como Jovens Empreendedores que sempre transferem as suas responsabilidades administrativas, jurídicas e econômicas a terceiros.
- E) Ao implantar o processo gerencial de vendas, a empresa necessita manter uma direção estratégica que alinha a marca e o prazo de compreensão dos atributos dos ativos e passivos gerenciais no foco do ciclo de consumo do cliente.

33. As atividades que gestam as relações com os clientes são, muitas vezes, medida pelo comportamento de compra. Aspecto que não é simples nem fácil de compreender. Qual a opção abaixo que não interage harmoniosamente entre consumo e desempenho comunicativo com os consumidores?

- A) Estudar as pessoas fornece pistas para o desenvolvimento de novos produtos, preços, canais de distribuição, mensagens e outros elementos do mix de *marketing*.
- B) As empresas devem manter uma orientação estratégica em sua comunicação, tanto interna quanto externa.
- C) Desempenho e consumo se transformam em valor agregado da função para a empresa que com credibilidade cuida da gerência da comunicação simbólica.
- D) A arte de explorar condições favoráveis com o fim de alcançar objetivos específicos é uma linha de ação que deve indicar, claramente, como a empresa pretende utilizar seus recursos para alcançar os objetivos estabelecidos.
- E) Estratégias de comunicação junto aos clientes envolvem pesquisas e ações que podem conduzir ao posicionamento de uma empresa.

34. Há sutis diferenças entre *marketing* e vendas. Das opções abaixo, qual a que não apresenta informações corretas?

- A) Vendas enfocam as necessidades do vendedor; o *marketing*, as do comprador.
- B) A finalidade de vendas é o lucro através da satisfação do consumidor; a de *marketing* é a obtenção de lucros através do volume de vendas.
- C) O foco principal do conceito de vendas são os produtos.
- D) O foco principal do conceito de *marketing* é a necessidade do consumidor.
- E) O campo intermediário do conceito de venda são as vendas e a promoção; o de *marketing* é o *marketing* coordenado.

35. Elaborar uma proposta comercial não é apenas seguir aspectos formais ou convencionais como apresentação da empresa ou produto, detalhes técnicos, vantagens e condições de fornecimento. Qual a opção que expõe outro argumento válido para essa temática?

- A) O início da argumentação de toda proposta comercial é demonstrar os aspectos positivos e negativos da empresa, produto ou serviço, isto é, é preciso trazer uma mescla de dados.
- B) O item AVALIAÇÃO é secundário em uma proposta comercial, uma vez que o pretendente já deve ter, previamente, todas as informações para sua aquisição.
- C) Propor apenas ações óbvias, pois fórmulas inovadoras não são bem-vindas nem aceitas. Ousadia é algo perigoso neste campo de trabalho.
- D) Os itens BENEFÍCIOS e EVIDÊNCIAS são considerados argumentos de efeito reverso, isto é, desnecessários para uma elaboração comercial de alto nível.
- E) É uma ferramenta que abrange desde os seus objetivos primordiais na busca para alocar de maneira mais eficiente os recursos que aproveitem diversas oportunidades, trazendo um retorno satisfatório para os recursos empregados pela empresa.

36. Em termos empresariais, viver em sociedade estimula os cidadãos a uma eterna negociação. As pessoas vendem e negociam o tempo todo, mesmo que não saibam disso. Vendemos nossa imagem, nossos pontos de vista, ajustamos o relacionamento com nossos companheiros, vendemos bens e serviços. Dentre as opções abaixo, marque a que é coerente com os princípios de uma proposição comercial.

- A) O conhecimento superficial da organização, seus produtos, serviços, valores e política comercial são o que move uma boa apresentação comercial.
- B) Informações sobre a concorrência, as objeções e os principais motivos de compra da clientela são dispensáveis em uma análise comercial.
- C) Comprometimento com objetivos próprios e da organização são fatores importantes quando o profissional de vendas está no mercado, no campo de batalha.
- D) O bom vendedor compreende que o cliente não pode ser contaminado pelo seu otimismo e segurança.
- E) Capacidade de análise, gestão dos negócios e da área de atuação devem ser colocados em nível secundário, uma vez que o vendedor já toma conta de outros afazeres.

37. Segundo Lupetti (2009), a conjuntura econômica e globalizada predominante nas empresas tem alterado, ao longo dos anos, o perfil dos clientes. São profissionais cada vez mais bem informados, dispostos e capacitados a conseguir elevar os lucros das organizações. Considerado esse perfil, conquistar um cliente nem sempre é fácil, mas depende muito de quem procura e dos caminhos que percorre. Qual a opção que apresenta aspectos pertinentes à temática exposta nessa assertiva?

- A) Apresentar informações específicas nas reuniões de comercialização, favorecendo a compreensão de que o faturamento é o item primordial para trabalhar demanda e oferta de produtos e serviços.
- B) Ativar permanentemente atividades complementares de palestras exclusivas de comissão nas vendas de produtos e serviços.
- C) É necessário identificar e analisar detalhadamente a concorrência existente e entender que os anúncios não são aliados de atividades na conquista de clientes, essencialmente, aqueles que buscam produtos de consumo rápido.
- D) Buscar uma comunicação indireta com os fornecedores de produtos e serviços. Assim, é possível elevar o potencial do patrimônio líquido da empresa.
- E) Desenvolver atividades em relação aos *prospects* pelo conhecimento, abordagens comunicacionais e técnicas específicas e especializadas.

38. Nos trâmites dos negócios empresariais existem objetivos essenciais, tais como: preservar os padrões de conduta, aprimorar continuamente as relações com fornecedores e cumprir as leis e os regulamentos aplicados às operações. No tocante aos vínculos de um tratamento ético nas organizações, essa assertiva configura-se como

- A) verdadeira, em parte.
- B) completamente verdadeira.
- C) completamente falsa.
- D) verdadeira em parte, pois é preciso retirar a expressão "preservar os padrões de conduta" para torná-la totalmente verdadeira.
- E) verdadeira em parte, pois é necessário retirar a expressão "aprimorar continuamente" para torná-la totalmente verdadeira.

39. Dadas as afirmações,

- I. O AutoCad trabalha com três sistemas de coordenadas: o WCS, UCS e o CCS.
- II. O sistema de coordenadas WCS não pode ser alterado pelo usuário.
- III. O sistema de coordenadas UCS pode ser criado pelo usuário.

verifica-se que está(ão) correta(s)

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

40. De acordo com a NBR 15526, para locais sujeitos a tráfego de veículos e locais não sujeitos a tráfego de veículos, a profundidade das tubulações enterradas a partir da geratriz devem ser, respectivamente, no mínimo de

- A) 50 cm e 30 cm.
- B) 60 cm e 30 cm.
- C) 80 cm e 40 cm.
- D) 90 cm e 40 cm.
- E) 100 cm e 50 cm.

41. Considerando as duas assertivas abaixo,

- I. A ética empresarial geralmente atua sobre três áreas de tomada de decisão gerencial: escolhas quanto à lei (se será cumprida ou não) e sobre os assuntos econômicos e sociais que estão além do domínio da lei e sobre a preeminência do interesse próprio.
- II. Ética dos negócios é o estudo pelo qual normas morais pessoais se aplicam às atividades e aos objetivos da empresa comercial.

qual a opção correta?

- A) Somente a assertiva I é verdadeira.
- B) As duas assertivas estão corretas, mas não discorrem sobre a mesma temática.
- C) As duas assertivas são falsas.
- D) As duas assertivas são verdadeiras e discorrem sobre a mesma temática.
- E) Somente a assertiva II é verdadeira.

42. Marque a opção correta sobre promoção de vendas.

- A) Uma grande vantagem é que, ao aplicar promoção de vendas, corre-se o risco de induzir clientes leais a estocar o produto, sem que se consiga influenciar outros clientes potenciais.
- B) Uma de suas vantagens é que ela se configura como uma maneira eficaz par criar imagens.
- C) Em algumas situações, como as relativas a produtos complexos, os compradores podem esperar vendas pessoais.
- D) Sua função primordial é informar sobre as atividades solidárias ou comunitárias desenvolvidas pela organização.
- E) Promoção de vendas vincula-se facilmente a outras comunicações e oferece multiplicidade de instrumentos disponíveis.

43. No AutoCad, o comando 'Grid' serve para visualizar o espaço

- A) delimitado de desenho através de pontos espaçados que não podem ser configurados pelo usuário.
- B) ilimitado de desenho através de pontos espaçados que podem ser configurados pelo usuário.
- C) delimitado de desenho através de pontos espaçados que podem ser configurados pelo usuário.
- D) delimitado de desenho através de linhas espaçadas que podem ser configurados pelo usuário.
- E) delimitado de desenho através de linhas espaçadas que não podem ser configurados pelo usuário.

44. Conhecer as técnicas de venda e de negociação comerciais necessárias para captar os clientes e mantê-los satisfeitos, rentabilizar os contatos comerciais e contribuir para a formação de uma boa imagem junto ao público são, em geral, objetivos oferecidos pelos cursos de formação para vendedores. Das opções abaixo, marque a que se coaduna com o tema exposto nesta questão.

- A) Venda pessoal é a forma de comunicação que atinge isoladamente as pessoas; por isso mesmo, sua característica principal é a de criar uma imagem ou um posicionamento acerca do produto ou serviço oferecido.
- B) A função de vendas tenta criar demanda para bens, locais, pessoas ou eventos.
- C) Tendo o propósito de fazer o cliente vivenciar uma aproximação maior entre a empresa e seus produtos ou serviço, as técnicas de venda se caracterizam por abrir as portas da empresa para os clientes e assim atingi-los emocionalmente.
- D) As atividades de vendas são pontuadas pela imagem pessoal dos vendedores que demonstram associação com outra imagem, ou seja, com a de uma instituição esportiva, cultural, educativa, social ou ecológica.
- E) Venda pessoal é a forma de comunicação que pode ser, se bem desenvolvida, a mais persuasiva de comunicação, porém, sua abrangência é limitada devido ao seu alto custo.

45. São exemplos de equipamentos utilizados apenas na área residencial e no grande comércio referente ao uso de gás natural:

- A) fornos de fundição, atomizadores, batedeiras, forno de têmpera.
- B) secadoras de roupa, atomizadores, fritadeiras, aquecedores de piscina.
- C) secadoras de roupa, calandra, forno de têmpera, aquecedores de piscina.
- D) fornos de fundição, atomizadores, fritadeiras, aquecedores de piscina.
- E) secadoras de roupa, calandra, fritadeiras, aquecedores de piscina.

46. Dadas as afirmações oriundas da Resolução 16, de 2008, da ANP,

- I. Ponto de Entrega é o ponto no qual o gás natural especificado é entregue pelo carregador ou quem este autorize ao transportador.
- II. Ponto de Recepção é o ponto no qual o gás natural especificado é entregue pelo transportador ao carregador ou quem este autorize.
- III. Instalações de Transporte são dutos de transporte de gás natural, suas estações de compressão ou de redução de pressão, bem como as instalações de armazenagem necessárias para a operação do sistema.

verifica-se que está(ao) correta(s)

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

47. Realizar uma campanha promocional de vendas exige

- A) execução por um período predeterminado e limitado e, com frequência, gera vendas rapidamente, pois interage com o consumidor oferecendo-lhe alguma coisa, um benefício extra.
- B) tipificação por eventos que associam a marca de uma organização a parcerias que demonstram a imagem como núcleo forte de divulgação.
- C) conhecimento e aprimoramento de vantagens competitivas que reúnem as características da campanha institucional e sustentação de mensagens específicas.
- D) possibilidade de integração em reuniões de comissão e vendas, proporcionada pela interatividade instantânea, o que caracteriza sucesso imediato na comercialização.
- E) promoção da marca, do *staff* ou da reputação de uma organização objetivando a melhoria das relações públicas, isto é, a melhoria do relacionamento com todos os públicos com os quais a empresa está envolvida.

48. A NBR 13103 é válida para a utilização de aparelhos com potência nominal (Quantidade de calor contida no combustível consumido, na unidade de tempo, pelo aparelho de utilização) de até

- A) 40,0 kW.
- B) 50,0 kW.
- C) 60,0 kW.
- D) 70,0 kW.
- E) 80,0 kW.

49. A pressão máxima de uma rede de distribuição interna para instalações residenciais e comerciais deve ser de, no máximo,

- A) 100 KPa.
- B) 150 KPa.
- C) 200 KPa.
- D) 220 KPa.
- E) 250 KPa.

50. Estado no qual a maioria dos segmentos do mercado potencial não gosta de um determinado produto ou serviço, podendo-se até pagar um preço para evitá-lo. Este conceito se refere a *Marketing* de

- A) conversão.
- B) sincronização.
- C) desenvolvimento.
- D) manutenção.
- E) revitalização.

51. A velocidade máxima de um gás escoando por um gasoduto deve ser de 15 m/s. Este valor em km/h é de

- A) 4,2 km/h.
- B) 42 km/h.
- C) 5,4 km/h.
- D) 54 km/h.
- E) 30 km/h.

52. A escala a ser escolhida para um desenho depende da complexidade do objeto ou elemento a ser representado e da finalidade da representação. De acordo com a NBR 8196 de 1999. A designação: 'ESCALA 1 : X', onde o valor de X é maior que 1 indica escala

- A) de ampliação.
- B) de redução.
- C) natural.
- D) descritiva.
- E) graduada.

53. Dadas as seguintes afirmações,

- I. O GLP tem um maior poder calorífico comparado ao gás natural.
- II. A pressão de armazenamento do gás natural pode chegar a 200 atm enquanto que a pressão do GLP pode chegar a 15 atm.
- III. A origem do gás natural pode ser obtido através de processos industriais

verifica-se que está(ao) correta(s)

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

54. Dadas as afirmações seguintes,

- I. A troca, um conceito muito utilizado no *Marketing*, é a única alternativa de que o homem dispõe para obter um produto, capaz de satisfazer a uma necessidade específica.
- II. Mercado é uma arena para trocas potenciais.
- III. Produto é tudo aquilo capaz de satisfazer a um desejo.

verifica-se que está(ao) correta(s)

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

55. Um gasoduto possui 2,4 km de extensão. Este valor em milhas é de, aproximadamente,

- A) 1 milha.
- B) 1,25 milha.
- C) 1,5 milha.
- D) 1,75 milha.
- E) 2 milhas.

56. Qual é a definição de unidade de potência (W) no sistema S.I.?

- A) $\text{kg.m}^2.\text{s}^{-3}$
- B) $\text{kg.m}^2.\text{s}^{-2}$
- C) kg.m.s^{-2}
- D) kg.m.s^{-1}
- E) kg.m.s^{-3}

57. No gás natural, encontram-se hidrocarbonetos com até

- A) 12 átomos de carbono.
- B) 14 átomos de carbono.
- C) 16 átomos de carbono.
- D) 18 átomos de carbono.
- E) 20 átomos de carbono.

58. Considerando o Sistema Internacional de Unidades – SI, a letra W representa a unidade derivativa de medida da seguinte grandeza:

- A) energia.
- B) força.
- C) resistência.
- D) potência.
- E) trabalho.

59. Dadas as afirmações de acordo com a NBR 10126, de 1987,

- I. Cotagem é a representação gráfica no desenho da característica do elemento, através de linhas, símbolos, notas e valor numérico numa unidade de medida.
- II. Toda cotagem necessária para descrever uma peça ou componente, clara e completamente, deve ser representada diretamente no desenho.
- III. A cotagem deve ser localizada em qualquer vista ou corte do elemento.

verifica-se que não está(ao) correta(as)

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

60. Em linhas gerais negociação é o processo de buscar a aceitação de ideias, propósitos ou interesses visando ao melhor resultado possível. Qual a opção que não apresenta informações relativas à negociação em vendas?

- A) O processo de negociação envolve permuta, compromissos, firmeza, segurança, convicção e condições.
- B) Acertar novos e futuros negócios que podem propiciar um clima de abertura e preparação para que sejam possíveis empreendimentos futuros.
- C) Um passo importante é o empenho na manutenção de clientes, geralmente denominado de seguimento da venda ou trabalho de pós-vendas.
- D) Setor responsável por reuniões de profissionais de vários setores no sentido de levantar tendências de lançamentos e posicionamentos da empresa, da marca e de seus produtos.
- E) Praticar o planejamento em vendas é uma arte que exige tempo, análise da clientela, seleção de produtos a serem oferecidos e argumentos utilizados.