

## CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

01. Segundo o enfoque comportamental, a empresa deve ser vista como sistema social formado primariamente por pessoas, sentimentos, interesses e motivação. Seguindo este raciocínio, pode-se concluir que

- (A) nas organizações as pessoas comportam-se como peças de máquinas, ou seres estritamente profissionais.
- (B) sentimentos de amizade e hostilidade, cooperação e competição criam condições para a formação de grupos informais e regras para a convivência.
- (C) não existe nenhum entrelaçamento entre os componentes da organização informal (os grupos informais, as normas de conduta, a cultura organizacional e o clima organizacional).
- (D) crenças, preconceitos, cerimônias, rituais e símbolos adotados ou valorizados pela organização irão definir o clima organizacional.
- (E) o sistema social proporcionará o surgimento de uma cultura organizacional que refletirá apenas as normas e valores do sistema formal.

02. Depois do baixo desempenho de uma empresa do setor de móveis no último ano, o CEO resolveu redesenhar a sua estrutura organizacional e terceirizar algumas áreas. Para que a empresa tenha sucesso e dê continuidade aos seus negócios, sem desmotivar sua equipe, sua decisão não poderá ser tomada com o objetivo único de

- (A) *competência nos negócios*: por meio da terceirização, a administração da empresa poderá concentrar-se no seu negócio principal e delegar a terceiros atividades de apoio.
- (B) *excelência operacional*: a empresa se tornará mais ágil, porque se dedicará mais ao *core business*, concentrando-se em questões significativas e estratégicas para a empresa.
- (C) *downsizing*: que permitirá à empresa obter maior eficiência na utilização de seus recursos e redução de custos, além de reduzir a hierarquia e simplificar os seus processos.
- (D) *razões de ordem financeira*: redução de custos passíveis de enxugamento e economia na utilização de recursos da empresa.
- (E) *redução de salários*: desobrigar a empresa de encargos sociais e legais; para reduzir benefícios concedidos às pessoas da organização; demissão; redução salarial.

03. O Sr. X tem uma maneira muito particular de enxergar a organização. Em suas análises ele enxerga os departamentos de sua empresa como elementos da organização e a organização, por sua vez, como parte integrante de outros sistemas maiores. Sua abordagem dos fatos é sempre realizada de uma forma holística, ele defende a interdependência das partes e o tratamento complexo da realidade complexa. Pode-se dizer que o Sr. X enxerga a organização de uma forma

- (A) contingencial.
- (B) sistêmica.
- (C) burocrática.
- (D) behaviorista.
- (E) comportamental.

04. No último ano, o gerente de operações de uma grande empresa do setor automobilístico recebeu a incumbência de encontrar um método que trouxesse *drásticas* melhorias para alguns indicadores críticos da empresa, tais como custos, qualidade, atendimento e velocidade. Desta forma, decidiu repensar *fundamental* e reestruturar *radicalmente* os *processos* da empresa, abandonando procedimentos antigos e criando outros absolutamente novos. Desta forma, ele optou por:

- (A) automação.
- (B) downsizing.
- (C) reorganização e nivelamento.
- (D) reengenharia.
- (E) gestão pela qualidade total.

05. O CEO de uma indústria química defende o envolvimento diário e total das lideranças da empresa para o objetivo estratégico da qualidade. Desta forma, age preventivamente aos problemas e leva a empresa ao caminho da “excelência”. Em sua empresa, adotou um modelo de gestão da qualidade que:

- abrange a totalidade da organização - afeta profundamente a cultura da organização, atinge todos os níveis hierárquicos, atinge todos os processos de decisão e ação;
- considera a empresa como um sistema aberto;
- percebe a empresa como sendo uma criação da sociedade;
- qualifica as pessoas como base para a criatividade, iniciativa e aperfeiçoamento contínuo.

Assinale a alternativa que indica o modelo de gestão da qualidade adotado por ele

- (A) TQC – Total Quality Control (Controle Total da Qualidade).
- (B) Modelo do 5S.
- (C) NBR ISO 9000.
- (D) CEP – Controle Estatístico de Produção.
- (E) Filosofia da Garantia da Qualidade.

06. O Sr. Y é um profissional contratado por uma indústria de brinquedos, que tem como missão realizar a Modelagem dos Processos de Negócios da empresa. Para realizá-la com sucesso, o Sr. Y deve

- (A) concentrar-se exclusivamente na modelagem funcional do negócio, deixando de fora alguns aspectos como a modelagem estratégica, a modelagem de dados e a orientação a objeto.
- (B) na elaboração da modelagem funcional, focar principalmente as pessoas e a hierarquia, deixando em um segundo plano os recursos e a decomposição funcional.
- (C) realizar uma modelagem de dados a fim de formar uma base estável para suportar o negócio e as necessidades de informações decorrentes.
- (D) armazenar todas as informações que julgar necessárias.
- (E) conectar os objetivos estratégicos às unidades organizacionais e não às funções de negócio, dissociando o modelo organizacional do modelo funcional.

07. O Sr. Z foi trabalhar em uma empresa do setor de informática, cujo estilo de gestão de pessoas é condizente com os modelos atuais. Isto significa dizer que, nesta empresa,

- (A) a comunicação entre os participantes da organização e os programas de treinamento deixam a cultura organizacional cada vez mais implícita.
- (B) as pessoas têm a mentalidade de “habilidade única”, incentivando a especialização.
- (C) o sistema de recompensa pelo desempenho estimula a competitividade interna e a iniciativa.
- (D) os gestores estão envolvidos com objetivos de lucros e crescimento.
- (E) esquemas de participação nos resultados estão disponíveis apenas para os níveis mais altos da organização.

08. O gerente de recursos humanos de uma empresa do setor de cosméticos está implantando uma metodologia de avaliação de desempenho em sua empresa, e optou pelo método de *pesquisa de campo*. Isto significa

- (A) avaliar o desempenho das pessoas por meio de fatores de avaliação previamente definidos e graduados, utilizando um formulário de dupla entrada no qual as linhas em sentido horizontal representam os fatores de avaliação do desempenho, enquanto as colunas em sentido vertical representam os graus de variação dos fatores de avaliação.
- (B) avaliar o desempenho dos indivíduos por intermédio de frases descritivas de determinadas alternativas de tipos de desempenho individual.
- (C) que o superior irá avaliar o subordinado, com o auxílio de um especialista (staff). Este especialista irá a cada seção para entrevistar as chefias sobre o desempenho de seus respectivos subordinados.
- (D) que a avaliação será feita por todos os elementos que mantêm alguma interação com o avaliado, de forma circular.
- (E) que ele deve procurar atingir o *efeito halo* na aplicação do método de escala gráfica, para garantir o sucesso da avaliação.

09. Relativamente a liderança e motivação, pode-se dizer que

- (A) a liderança é uma habilidade pessoal, que torna algumas pessoas mais aptas a influenciar outras.
- (B) a técnica do *job enrichment* consiste em incrementar os fatores motivacionais de um cargo através da ampliação de tarefas (*job enlargement*), do aumento da variedade das tarefas e da melhoria dos fatores higiênicos dentro dos quais o trabalho é realizado.
- (C) a partir do momento em que os indivíduos ingressam em uma organização, os fatores cognitivos deixam de exercer alguma influência sobre sua motivação.
- (D) segundo as teorias situacionais de liderança, não existe um único estilo ou característica de liderança válida para toda e qualquer situação. Cada tipo de situação requer um tipo de liderança diferente para alcançar a eficácia dos subordinados.
- (E) um estilo de liderança democrática implica em: liberdade completa para as decisões grupais ou individuais, participação mínima do líder, divisão de tarefas e escolha dos companheiros totalmente a cargo do grupo e o líder não avalia o curso dos acontecimentos.

10. Em uma nova empresa, estão sendo revistos os sistemas de remuneração. Desta forma, a administração iniciou a implantação das estruturas salariais com a avaliação dos cargos, por meio do método de *avaliação por pontos*. Isto significa que

- (A) os cargos são dispostos em um rol em relação a algum critério de avaliação e comparados com os demais em função do critério escolhido como base de referência.
- (B) os cargos a serem comparados são divididos em um conjunto de cargos que possuem características comuns e são dispostos em um rol em relação a algum critério de avaliação e são comparados com os demais em função do critério escolhido como base de referência.
- (C) os cargos são comparados detalhadamente com fatores de avaliação integrada ou relativa.
- (D) os cargos são comparados por meio de fatores de avaliação em suas partes componentes, atribuindo-se valores numéricos para cada elemento ou aspecto do cargo, e um valor total é obtido pela soma dos valores numéricos.
- (E) os salários são comparados aos mesmos cargos de outras empresas que atuam no mercado de trabalho.

11. O responsável pelo treinamento e desenvolvimento de gerentes em uma grande multinacional do setor farmacêutico incentiva a construção de competências essenciais que originarão produtos inovadores. Desta forma, em seus programas de Gestão de Competências, ele incentiva o desenvolvimento de
- (A) competências específicas a cada uma das áreas vitais da empresa.
  - (B) competências que diferenciam a empresa perante concorrentes e clientes e constituem a razão de sobrevivência da empresa.
  - (C) competências individuais que compreendam as competências gerenciais.
  - (D) competências presentes entre os grupos e pessoas de cada área.
  - (E) programas de formação e treinamento gerenciais, concebidos como um conjunto de eventos independentes das atividades profissionais.

12. Uma consultora de Recursos Humanos foi contratada por uma multinacional para reavaliar os processos de comunicação interna da empresa. A preocupação da empresa era com as relações interpessoais, que estavam impedindo o funcionamento adequado da organização devido à existência de muitos conflitos não administrados (competições exacerbadas, rivalidade e disputas pelo poder). Para tentar retratar as relações interpessoais, a consultoria utilizou-se da “Janela de Johari”, conforme tabela abaixo:

|                                | Desconhecido dos outros | Conhecido dos outros |
|--------------------------------|-------------------------|----------------------|
| Conhecido da própria pessoa    | O “eu” oculto           | O “eu” aberto        |
| Desconhecido da própria pessoa | O “eu” desconhecido     | O “eu” cego          |

A consultora optou pela “Janela de Johari” porque, segundo este modelo,

- (A) na relação “*eu aberto*” com “*eu aberto*”, a pessoa compartilha reações ou sentimentos gerados por acontecimentos imediatos, revelando deliberadamente algo que esconde, nivelando a comunicação.
- (B) na relação “*eu cego*” com “*eu aberto*”, comunicações que a própria pessoa não percebe são reveladas de forma inconsciente.
- (C) na relação “*eu aberto*” com “*eu aberto*”, uma pessoa influencia os sentimentos da outra, sem que nenhum dos “eus” de ambas tenha consciência da origem do sentimento ou da comunicação; é o contágio emocional.
- (D) a relação “*eu cego*” com “*eu cego*” é um estágio de relacionamento interpessoal profundo, a comunicação é intensa.
- (E) na relação “*eu cego*” com “*eu aberto*”, uma pessoa influencia os sentimentos da outra, sem que nenhum dos “eus” de ambas tenha consciência da origem do sentimento ou da comunicação; é o contágio emocional.

13. O marketing moderno exige que as empresas se comuniquem com as partes envolvidas (atuais, potenciais e com o público em geral). Assinale a alternativa que corresponde a uma correta elaboração de uma plataforma de comunicação.

- A. Propaganda.
- B. Promoção de Vendas.
- C. Relações Públicas.
- D. Vendas Pessoais.
- E. Marketing Direto.
  - I. Anúncios impressos e eletrônicos, manuais e brochuras, painéis e outdoors, fitas de vídeo.
  - II. Kits para imprensa, seminários, relatórios anuais, patrocínios.
  - III. Catálogos, malas diretas, telemarketing, e-mail, correio de voz.
  - IV. Reuniões de vendas, amostras, feiras e exposições.
  - V. Programas de fidelização, diversão, demonstrações, cupons, exposições, financiamentos e juros baixos.

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

14. O gerente de marketing de uma empresa francesa do setor de embalagem procura desenvolver, junto à sua equipe, um *marketing orientado para produto*. Isto significa dizer que

- (A) os consumidores, via de regra, dão preferência a produtos fáceis de encontrar e de baixo custo.
- (B) a empresa deve ser mais efetiva que a concorrência na criação, entrega e comunicação de valor para o cliente de seus mercados-alvo selecionados.
- (C) a empresa deu garantia de que seus produtos ofereçam qualidade e desempenho superiores e que tenham características inovadoras.
- (D) os consumidores e as empresas, por vontade própria, normalmente não comprem os produtos da organização em quantidade suficiente. A organização deve empreender um esforço agressivo de vendas e promoção.
- (E) a tarefa da organização é atender às necessidades da sociedade como um todo.

15. Uma empresa está se programando para lançar um novo modelo de máquina fotográfica, semiprofissional e subaquática, para um público adepto de esportes radicais aquáticos, mas que não quer perder a qualidade de suas fotos. Considerando tais características, assinale a alternativa que contém o tipo de mídia mais adequado para este lançamento.
- (A) *Jornal*: devido à boa cobertura de mercado local, ampla aceitação, bom nível de qualidade de reprodução, o que permitirá uma melhor visualização do produto.
  - (B) *Rádio*: mesmo sem mostrar a imagem do produto, pode ser o meio mais adequado devido ao alto grau de seletividade geográfica e demográfica.
  - (C) *Páginas amarelas*: pela alta credibilidade e ampla cobertura.
  - (D) *Televisão*: por combinar visão, som, movimento, apela para os sentidos, alta repetição e alta cobertura.
  - (E) *Mala direta*: por ser um meio de baixo custo, com alto grau de retorno e seletividade de público.
- 
16. Os canais eletrônicos são as formas mais recentes de aplicação do marketing direto. O termo *e-commerce* descreve uma variedade de transações eletrônicas, como envio de pedidos de compras via EDI, uso de fax e e-mail, caixas eletrônicos, etc. Para ingressar nesse universo dos negócios eletrônicos, a empresa precisa estar alinhada em todos os seus procedimentos internos a fim de não prejudicar a velocidade de resposta ao mercado. Sobre este tema, pode-se afirmar que
- (A) a característica mais marcante da “era da informação” é o fato de que os processos de troca passaram a ser autogerenciados e controlados pelo cliente.
  - (B) a construção de relacionamentos tornou-se mais difícil para os profissionais de *e-marketing*, devido à dificuldade de diálogo e de troca de informações.
  - (C) apesar das vantagens do comércio eletrônico, dois pontos têm dificultado o crescimento da utilização deste tipo de ferramenta de negociação: a falta de segurança nas negociações e custos mais altos que os convencionais.
  - (D) apenas as grandes empresas podem arcar com os altos custos do *e-marketing*.
  - (E) o comércio eletrônico é o meio mais indicado para as empresas do setor de hortifruti, perfumes, bebidas ou cosméticos realizarem seus negócios.
- 
17. Empresas que não conseguem inovar e desenvolver novos produtos colocam-se em uma posição vulnerável no mercado. Por essa razão, muitas empresas investem grandes quantias em P&D para o desenvolvimento de novos produtos. Neste sentido, pode-se afirmar que
- (A) desenvolver produtos que mostram as deficiências das pessoas pode ser uma boa idéia para o lançamento de novos produtos.
  - (B) relacionar uma marca forte de um determinado segmento a um novo produto em um segmento completamente diferente pode ser uma boa estratégia para o lançamento de novos produtos.
  - (C) na ausência de boas idéias, o marketing de imitação pode ser utilizado como uma boa ferramenta para alavancar novos produtos.
  - (D) produtos totalmente inovadores e radicalmente diferentes são garantia de sucesso no lançamento de novos produtos.
  - (E) no desenvolvimento de novos produtos, além de projetar as características funcionais do produto, os pesquisadores precisam comunicar seus aspectos psicológicos por meio de características físicas, como, por exemplo, diferentes cores, tamanhos e pesos.
- 
18. Santos Inn pertence a uma rede de hotéis cujo perfil de seus clientes é de pessoas que viajam a negócios. Santos Inn tem procurado estreitar seu relacionamento com os clientes por meio da formação do “clube de hóspedes”, onde algumas informações sobre suas preferências são arquivadas. Esta postura visa colocar a marca do hotel em todos os aspectos de seus relacionamentos com os clientes, o que deverá resultar na sua fidelidade. Assim,
- (A) a meta aconselhável para este hotel é a maximização da satisfação do cliente, através do aumento de serviços e redução do seu preço.
  - (B) a fim de não comprometer a lucratividade do hotel, a empresa deve se contentar em ter clientes meramente satisfeitos, atendendo apenas às necessidades que não comprometem o dia-a-dia do hotel.
  - (C) o hotel deve encontrar formas de divulgar a satisfação de seus clientes para seu mercado-alvo, utilizando esta “satisfação” como ferramenta de marketing.
  - (D) este hotel deve preocupar-se em aumentar a oferta básica com serviços adicionais somente quando solicitado.
  - (E) Santos Inn deve preocupar-se apenas com as áreas de marketing, sem influenciar as outras áreas da empresa, a fim de evitar a dispersão do objetivo principal que é a “satisfação do cliente”.

19. Conceitue corretamente:

- A. Autorização de uso
  - B. Permissão de uso
  - C. Concessão de uso
  - D. Órgão de administração pública indireta do Estado
  - E. Órgão de administração pública direta do Estado
- I. Ato administrativo unilateral, discricionário e precário, gratuito ou oneroso, pelo qual a Administração Pública faculta a utilização privativa de bem público, para fins de interesse público.
- II. Órgão integrante das pessoas jurídicas políticas, aos quais a lei confere o exercício de funções administrativas.
- III. É o contrato administrativo pelo qual a Administração Pública faculta ao particular a utilização privativa de bem público, para que a exerça conforme a sua destinação.
- IV. Ato administrativo unilateral e discricionário, pelo qual a Administração consente, a título precário, que o particular se utilize de bem público com exclusividade.
- V. Pessoas jurídicas com personalidade de direito público ou privado, que executam indiretamente a atividade administrativa.
- (A) A-IV, B-I, C-III, D-V, E-II
- (B) A-I, B-IV, C-III, D-V, E-II
- (C) A-I, B-III, C-IV, D-V, E-II
- (D) A-II, B-III, C-IV, D-I, E-V
- (E) A-III, B-II, C-IV, D-I, E-V

20. O desequilíbrio fiscal, ou gastos sistematicamente superiores às receitas, trouxeram para a economia consequências negativas. A Lei de Responsabilidade Fiscal (LRF) foi criada para ser um instrumento que auxilie os governantes a gerir recursos públicos dentro de regras claras e precisas, aplicada a todos os gestores de recursos públicos e em todas as esferas do governo, relativas à gestão da receita e da despesa públicas, ao endividamento e à gestão do patrimônio público. Quanto à LRF é correto afirmar que

- (A) a lei permite a contratação de operações de crédito por antecipação da receita orçamentária (ARO) no último ano de mandato e proíbe o aumento das despesas com pessoal nos cento e oitenta dias que antecedem o final do mandato.
- (B) não é necessário o governo indicar uma fonte de receita ou redução de outra despesa para criar uma despesa continuada (por prazo superior a dois anos).
- (C) as metas fiscais e a política econômica e monetária são definidas apenas para o ano seguinte.
- (D) os limites de endividamento público serão estabelecidos pelo Senado Federal por proposta do Presidente da República.
- (E) não há limites, em relação à receita corrente líquida, para gastos com pessoal, para cada nível do governo (União, Estados, Distrito Federal e Municípios).

21. O balancete da Cia. XYZ apresenta os seguintes saldos em 31 de dezembro de 19X1:

| Conta                        | Saldo em 31/12/19X1-Em Reais |
|------------------------------|------------------------------|
| Imobilizado                  | 500,00                       |
| Depreciação Acumulada        | 75,00                        |
| Caixa                        | 50,00                        |
| Contas a Pagar               | 200,00                       |
| Contas a Receber             | 250,00                       |
| Estoques                     | 10,00                        |
| Financiamentos a Longo Prazo | 300,00                       |
| Salários a Pagar             | 50,00                        |
| Impostos a Recolher          | 20,00                        |
| Patrimônio Líquido           | 165,00                       |

Com base nas informações acima, assinale a alternativa correta

- (A) O Passivo Circulante é igual a R\$ 345,00.
- (B) O Exigível a Longo Prazo é igual a R\$ 800,00.
- (C) O Realizável a Longo Prazo é igual a R\$ 300,00.
- (D) O Ativo Permanente é igual a R\$ 425,00.
- (E) O Ativo Circulante é igual a R\$ 320,00.

22. O controle físico x financeiro de estoque da Cia. ABC apresentou a seguinte movimentação, durante o mês de janeiro de 1.9X1:

| Data  | Entrada no Estoque |                    | Saídas no Estoque |                    |
|-------|--------------------|--------------------|-------------------|--------------------|
|       | Quantidade         | Valor Unitário-R\$ | Quantidade        | Valor Unitário-R\$ |
| 01/01 | 10                 | 100                |                   |                    |
| 05/01 | 20                 | 112                |                   |                    |
| 10/01 |                    |                    | 15                |                    |

Com base nas informações acima, qual será o saldo final do estoque, quando apurado, respectivamente, pelos seguintes métodos:

- Custo Médio Ponderado Móvel
  - Primeiro que Entra, Primeiro que Sai
  - Último que Entra, Primeiro que Sai
- (A) R\$ 1.620,00. R\$ 1.560,00. R\$ 1.680,00.
- (B) R\$ 1.699,50. R\$ 1.700,00. R\$ 1.500,00.
- (C) R\$ 1.620,00. R\$ 1.750,00. R\$ 1.560,00.
- (D) R\$ 1.620,00. R\$ 1.700,00. R\$ 1.560,00.
- (E) R\$ 1.620,00. R\$ 1.680,00. R\$ 1.560,00.



23. Com base no controle físico x financeiro de estoque da Cia. ABC demonstrado na questão 22, qual será o Custo das Mercadorias Vendidas, quando apurado, respectivamente, pelos seguintes métodos:
- Custo Médio Ponderado Móvel
  - Primeiro que Entra, Primeiro que Sai
  - Último que Entra, Primeiro que Sai
- (A) R\$ 1.620,00. R\$ 1.560,00. R\$ 1.680,00.  
(B) R\$ 1.699,50. R\$ 1.700,00. R\$ 1.500,00.  
(C) R\$ 1.620,00. R\$ 1.750,00: R\$ 1.560,00.  
(D) R\$ 1.620,00. R\$ 1.700,00. R\$ 1.560,00.  
(E) R\$ 1.620,00. R\$ 1.680,00: R\$ 1.560,00.
- 
24. Analisando as demonstrações financeiras da Cia. XYZ, apresentadas na questão número 21 acima, o Capital Circulante Líquido é de
- (A) R\$ 310,00.  
(B) R\$ 270,00.  
(C) R\$ 425,00.  
(D) R\$ 40,00.  
(E) R\$ 30,00.
- 
25. É o índice que demonstra a capacidade da empresa para satisfazer todas as obrigações e pagamentos fixos, tais como juros dos empréstimos e principal, pagamentos de *leasing* e dividendos de ações preferenciais:
- (A) índice de endividamento geral.  
(B) índice de cobertura de juros.  
(C) índice de cobertura de pagamentos fixos.  
(D) índice exigível a longo prazo – patrimônio líquido.  
(E) índice do período médio de cobrança.
- 
26. É o índice que reflete a eficiência com a qual a empresa utiliza todos os seus ativos para gerar vendas:
- (A) Capital Circulante Líquido.  
(B) Liquidez corrente.  
(C) Liquidez seca.  
(D) Giro dos estoques.  
(E) Giro Total.
- 
27. A expressão do Grau de Alavancagem Operacional (GAO) é obtida por meio da divisão do(a):
- (A) Variação no Lucro Operacional pela Variação no Volume de Atividade.  
(B) Lucro Operacional pela Variação no Volume de Atividade.  
(C) Variação no Volume de Atividade pelo Lucro Operacional.  
(D) Lucro Financeiro pela Variação no Volume de Atividade.  
(E) Lucro Operacional pelo Lucro Financeiro.
- 
28. O Grau de Alavancagem Financeira pode ser obtido por meio da divisão do(a):
- (A) Variação Percentual no Caixa Gerado pela Atividade pela Variação Percentual no Lucro Operacional.  
(B) Lucro Líquido pelo Lucro Financeiro.  
(C) Variação Percentual no Lucro Líquido pelo Lucro Financeiro.  
(D) Variação Percentual no Lucro Operacional pelo Lucro Líquido  
(E) Variação Percentual no Lucro Líquido pela Variação Percentual no Lucro Operacional.
- 
29. O Grau de Comercialização da Produção pode ser obtido por meio da divisão
- (A) da Capacidade de Produção em Unidades pelas Unidades Vendidas.  
(B) das Unidades Produzidas pela Capacidade de Produção em Unidades.  
(C) das Unidades Vendidas pela Capacidade de Produção em Unidades.  
(D) da Capacidade de Produção em Unidades pelas Unidades Produzidas.  
(E) dos Custos Unitários de Produção pelas Unidades Vendidas.
- 
30. Qual é o índice que revela a dependência da empresa com relação às suas exigibilidades? Isto é, do montante investido em seus ativos, qual a participação dos recursos de terceiros?
- (A) Dependência Financeira.  
(B) Dependência Econômica.  
(C) Dependência Fiscal.  
(D) Capital Circulante Líquido.  
(E) Capital de Terceiros.

31. Assinale a alternativa que classifica as opções I a V abaixo, em:

A – Títulos de dívida.

B – Mercado de Capitais.

C – Ações Ordinárias.

D – Ação Preferencial.

E – Mercado de Balcão.

I. Mercado intangível para a compra e venda de títulos não registrados nas Bolsas de Valores.

II. Relação financeira criada por instituições e condições que permitem aos fornecedores e aos tomadores de fundos de longo prazo realizarem transações.

III. Em conjunto são unidades de que se constitui a propriedade ou o patrimônio de uma S.A.

IV. Instrumentos de dívida de longo prazo usados pelas empresas e governos para levantar grandes montantes de fundos, geralmente de um grupo diversificado de prestadores de fundos.

V. É uma forma especial de propriedade, com direito a dividendos periódicos fixos, pagos antes que se realize qualquer destinação de dividendos.

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

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

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

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

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

32. Em 1996, duas grandes empresas se uniram. A empresa A era a empresa maior e pertencia a um grande grupo francês. A empresa B era menor e seu capital era 100% nacional. Nesta combinação, prevaleceu a identidade de A e os ativos e os passivos de B foram fundidos nos de A. A aquisição de B por A ocorreu mediante pagamento à vista e o objetivo era garantir economias de escala. Esta operação é denominada

(A) alienação de investimento.

(B) fusão estratégica.

(C) cisão.

(D) swap de ações.

(E) LBOs – Aquisição alavancada.

33. Uma pessoa aplicou R\$ 90.000,00 no mercado financeiro e, após quatro anos, recebeu o montante simples de R\$ 180.000,00. Qual é a taxa anual desta aplicação?

(A) 15%.

(B) 30%.

(C) 45%.

(D) 20%.

(E) 25%.

34. O Sistema de Contas do Brasil é constituído de quatro contas nucleares, quais sejam:

(A) PIB, Renda Nacional Disponível, de Formação de Capital e Transações Correntes com o Resto do Mundo.

(B) PIB, PNB a preços de mercado, PNB ao custo dos fatores, renda disponível do setor privado.

(C) PIB, PNB ao custo dos fatores, renda disponível do setor privado, renda disponível do setor público.

(D) PNB, atividades primárias, atividades secundárias, atividades terciárias.

(E) PNB, conta da renda nacional disponível, conta corrente das administrações públicas, PIB por unidade da federação.

35. As taxas de câmbio permitem a unificação monetária dos preços em moeda doméstica com preços em moeda estrangeira, facilitando os processos de troca. Assim, em relação ao mercado de câmbio, pode-se afirmar que

(A) bancos centrais não intervêm nos mercados de câmbio, pois o volume das transações dos bancos centrais não é significativamente grande.

(B) um *swap* de câmbio é uma venda à vista de uma moeda combinada com uma recompra futura da moeda.

(C) em condições de normalidade da economia uma apreciação da moeda corrente de um país torna seus bens mais baratos para os estrangeiros.

(D) em uma transação de taxa de câmbio à vista, as taxas se tornam efetivas no momento da negociação, se fechada.

(E) os indivíduos não participam no mercado de câmbio devido ao volume insignificante de transações.

36. Fazem parte da Estrutura do Balanço Internacional de Pagamentos as categorias de transações abaixo relacionadas:

- A. Balança comercial.
- B. Balança de serviços.
- C. Transferências unilaterais.
- D. Movimentos de capital.
- E. Déficit ou superávit.

Conceitue corretamente cada uma delas.

- I. Resultado final do balanço internacional de pagamento.
- II. Receitas e despesas cambiais com seis categorias de transação: viagens internacionais, transporte, seguros, renda de capitais, serviços governamentais, outros serviços (direitos autorais, patentes industriais, telecomunicações, etc).
- III. Resultado líquido das transações com exportações e importações de mercadorias.
- IV. Resultado líquido de doações de fontes privadas, de governos ou de instituições multilaterais sem contrapartidas prévias ou futuras.
- V. Entradas e saídas de ativos financeiros, de três categorias básicas: movimentos autônomos de risco, financiamentos concedidos por bancos e fornecedores estrangeiros para transações correntes (predominantemente exportações e importações), empréstimos de curto e longo prazo tomados junto a organismos internacionais, agências governamentais e instituições financeiras privadas de outros países.

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

37. As políticas comerciais são instrumentos utilizados pelos governos para regular as transações comerciais internacionais. Sobre este tópico, pode-se afirmar que

- (A) a tarifa é um instrumento de comércio pouco utilizada devido à dificuldade em se atribuir a alíquota correta para determinados bens.
- (B) as tarifas *ad valorem* são fixas e cobradas por unidade do bem importado.
- (C) a utilização de barreiras não tarifárias, tais como cotas de importação e restrições de exportação, tem encontrado grande resistência junto aos governos modernos, que preferem utilizar outros mecanismos de proteção para a indústria doméstica.
- (D) pode-se encontrar: subsídio de crédito à exportação, aquisição nacional de bens e barreiras burocráticas sendo utilizadas como instrumentos de política comercial.
- (E) os efeitos de um subsídio à exportação sobre preços são exatamente os mesmos dos da tarifa.

38. Devido às necessidades de caixa pelas quais sua empresa estava passando, o Diretor Financeiro decidiu realizar uma operação mercantil, onde ocorreu a transferência, mediante contrato, dos direitos de crédito de algumas operações de exportação. Os riscos de recebimento, nesta operação, passaram a ser responsabilidades da empresa que realizou a compra. Esta foi uma operação de

- (A) empréstimo junto a bancos.
- (B) ACC junto a bancos do setor privado.
- (C) factoring realizado por sociedade de fomento comercial ou mercantil.
- (D) troca de cheques junto a algum agiota.
- (E) vendedor.

39. Um micro empresário do setor de plantas ornamentais decidiu, no último ano, exportar suas plantas a outros países. Infelizmente, não teve sucesso em sua estratégia, pois a operação de exportação foi barrada com o seguinte argumento: “mercadoria sujeita a preservação, conforme compromisso internacional assinado em maio/1991”. Este argumento refere-se à restrição de

- (A) mercadorias de exportação proibida.
- (B) mercadorias sujeitas à anuência prévia de outros órgãos.
- (C) mercadorias sujeitas a Registro Prévio de Venda – RPV.
- (D) mercadorias sujeitas ao pagamento do Imposto de Exportação.
- (E) mercadorias de exportação suspensa.

40. O diretor de compras de uma importante indústria multinacional francesa do setor de embalagens optou por implantar um sistema integrado de Gestão de Compras que abrangesse a cadeia de suprimentos como um todo. Assim, optou por implantar um sistema integrado da cadeia de suprimentos – *Supply Chain*. A implantação deste sistema é facilitada pela evolução tecnológica e pelos novos modelos de relacionamento com fornecedores. Abaixo são citados alguns pontos observados na implantação do sistema:

- *Procurement*.
- Compras realizadas via EDI.
- Além do EDI, pode-se utilizar a Internet.

Comparando esta forma, mais moderna, do gerenciamento da área de compras, com os procedimentos tradicionais, pode-se concluir que o *supply chain*:

- (A) é muito mais burocratizado do que os métodos tradicionais.
- (B) coloca a função de compras à parte.
- (C) é muito mais voltado para as tarefas, enquanto o modelo tradicional é mais voltado para processos.
- (D) possui a desvantagem de utilizar uma metodologia de compras baseada na “cadeia de suprimentos”, gerando desconfiança e falta de parceria.
- (E) se utilizado de forma correta, otimizará a cadeia de suprimentos e reduzirá custos.



## INGLÊS

Leia o texto e responda as questões de números 41 a 45.

### Thinking Without Limits: Qualifications of the 21<sup>st</sup> Century CEO

By Stephen A. Unger

#### Possess Cultural Fluency

To succeed in the global environment, the 21<sup>st</sup> century CEO must possess a high degree of cultural fluency. As organizations expand globally and compete internationally, their CEOs must understand the challenges specific to each regional market. Each region has its own regulatory environment and style of doing business. Successful CEOs understand the need to adjust their communication style and timeline to the culture in which they are conducting business.

<http://www.careerpath.com/ows-bin/editorial.cgi/special/wolimits.htm>

41. According to the text, cultural fluency

- (A) is a concept that depends on regional markets.
- (B) is essential for specific business events in the area of communication and media.
- (C) promotes a high degree of foreign language fluency.
- (D) may be developed through technological evolution.
- (E) is very important for successful CEOs.

42. Successful CEOs should

- (A) expand globally, that is, both regionally and nationally.
- (B) avoid and control challenges because they generate communication conflicts.
- (C) develop their personal communication style and stick to it.
- (D) adapt their communication style to the environment they are working in.
- (E) establish strict timelines and ensure they are fulfilled.

43. The word “To” in the passage from the text “To succeed in the global environment...” can, without changing its meaning, be replaced for

- (A) In order to.
- (B) Because of.
- (C) So.
- (D) As.
- (E) Such as.

44. The word “they” in the passage from the text “...the culture in which they are conducting business.” refers to

- (A) the culture.
- (B) business.
- (C) successful CEOs.
- (D) communication style and timeline.
- (E) organizations.

45. The word “must” in the expressions from the text “must possess” and “must understand” expresses the meaning of

- (A) request.
- (B) requirement.
- (C) possibility.
- (D) certainty.
- (E) permission.

Leia o texto e responda as questões de números 46 a 50.

### Poor change their habits

Brazilian entrepreneurs are taking note of the fact that although buying power has declined in recent years, people with low incomes do everything to maintain the habits acquired previously, especially after having entered the consumer market after the currency stabilization plan initiated with the Real Plan.

Economists’ suspicions about this fact were confirmed by data disclosed by AC Nielsen. Traditional items from the basket of basic food staples are losing space in the supermarkets. Between 2000 and 2001, rice, a staple in Brazilian meals, fell almost 1% in sales volume and sugar dropped 3.1%. But sales of bakery cakes rose 19%. Manufacturers of cookies and refrigerated products also have no reason to complain. Other items incorporated into consumer habits of the low middle class are the mobile phone, computer, motorcycle, 21-inch TV and airline ticket. AC Nielsen shows that even with the declining buying power of the average salary in recent years, the share in consumption of socio-economic classes C and D increased. From 1997 to 1999, the portion of economically active population rose from 46.8% to 48.2%, with the incorporation of portions of class E that gained and of B that lost income.

The sales growth in basic products has been stable in recent years, says Renata Aisen Wolf, a consultant in market development with Integração Consultoria Empresarial. Soft drinks, disposable diapers and household cleaning products, even with new product launches and innovations, have not persuaded the consumer to buy more than is necessary. But products for entertainment or individual and family enjoyment, like mobile phone, CD and DVD players and personal computer keep rolling out.

GAZETA MERCANTIL International Weekly Edition,  
March 4 to 10, 2002

46. After the Real Plan,

- (A) buying power stabilized and only recently increased.
- (B) Brazilian entrepreneurs noticed that industry promoted new habits.
- (C) foreign currencies defined the fluctuation rate of the Brazilian currency.
- (D) low income people entered the consumer market.
- (E) poor people maintained the consuming habits they had before the Real Plan.

47. The sales volume of the following product increased:

- (A) cookies.
- (B) refrigerators.
- (C) rice.
- (D) sugar.
- (E) meals.

48. According to the second paragraph of the text,

- (A) the average salary of the lower-middle class increased.
- (B) class E started to consume computers and mobile phones.
- (C) the economically active population was larger in 1997.
- (D) all economic classes now equally consume items like 21-inch TVs and airline tickets.
- (E) the income of the socio-economic class B decreased.

49. According to the last paragraph of the text,

- (A) as a general rule, people don't buy more than necessary.
- (B) the increase in certain electrical appliances sales shows that people care about entertainment or individual and family enjoyment.
- (C) new products and innovations boosted sales.
- (D) low-income people are drinking more soft drinks.
- (E) women are consuming more disposable diapers because their income is higher now.

50. AC Nielsen

- (A) proved that the Real plan was a good solution.
- (B) took note of the entrepreneurs' analysis.
- (C) confirmed the economists' suspicions.
- (D) is specialized in low-income population behavior.
- (E) identified that family entertainment is gaining importance.

## ESPAÑOL

Lea el texto a continuación y conteste de la pregunta 41 hasta la 50.

### LA SITUACIÓN EN EL PAÍS VASCO

#### Rojo apuesta por listas conjuntas en los pueblos donde los ediles sufran amenazas

El secretario general del PSE, Javier Rojo, se ha pronunciado en contra de la enmienda anunciada por la agrupación socialista de Llodio, en la que se aboga por la dimisión de todos los concejales socialistas en pueblos donde no tengan responsabilidades de Gobierno, exceptuando las capitales. Como alternativa, Rojo propone la presentación de listas conjuntas de partidos políticos en los ayuntamientos donde los ediles sufren amenazas de ETA.

Sobre esta propuesta, Rojo ha señalado que votará en contra de la misma, ya que no comparte "que los concejales tengan que dimitir de su responsabilidad, porque hay una estrategia terrorista que justamente lo que pretende es esto. Puedo entender que **existan** compañeros que tengan ese sentimiento consecuencia de su propia situación, pero no les voy a hacer más favores a los terroristas. Si en esta Comunidad termina no habiendo concejales de unas determinadas formaciones políticas y abandonamos, algún día tendremos las bombas a la entrada del Parlamento, para que quienes no pensamos como ellos tampoco entremos", ha augurado Rojo.

Para el dirigente socialista, "**si** en este país **consiguen** los terroristas que no existan concejales de determinadas formaciones políticas habremos perdido todos, y tendremos Gobiernos que no pintan nada. En aquellos ayuntamientos donde sólo un color político tenga que gobernar, como consecuencia de que los demás no nos podemos presentar, el alcalde será un **pelele**".

Por ello, Rojo **ha propuesto** que "las fuerzas políticas democráticas, en aquellos sitios que no puedan presentarse porque nos quieren matar o nos quieren echar, tenemos que ir juntos a las elecciones, juntos a defender los intereses de la mayoría, para que los ciudadanos vean que vamos contra el terrorismo".

Rojo **ha concluido** que este mensaje lo envía "para las formaciones políticas que puedan no entendernos porque todavía no tienen el aliento de los terroristas en su espalda, que sepan que han empezado por unos y que terminarán con todos".

#### La propuesta de Llodio

La agrupación socialista de Llodio (Alava) ha realizado una enmienda a la ponencia base del congreso del PSE-EE en la que **aboga** por la dimisión de todos los concejales socialistas en pueblos del País Vasco. La propuesta fue realizada por Raúl Arza, el portavoz socialista en el ayuntamiento de San Sebastián que ayer dimitió de su cargo **tras** conocer el atentado contra su compañera de Portugalete Esther Cabezudo.

(El País, España, marzo de 2002.)

41. La alternativa propuesta por el Sr. Rojo tiene efecto directamente

- (A) regional.
- (B) provincial.
- (C) municipal.
- (D) nacional.
- (E) parlamentario.

42. La forma “existan”, en negrita en el texto, podría sustituirse, con igual sentido, por

- (A) hayan
- (B) tenga
- (C) haya
- (D) halla
- (E) tengan

43. El Sr. Rojo augura

- (A) que los terroristas alejarán a los socialistas.
- (B) que los ediles tienen que ser del mismo partido.
- (C) que nadie podrá quedarse en el ayuntamiento.
- (D) que sólo entrarán los concejales de oposición.
- (E) que los concejales tienen que ser del mismo partido.

44. La palabra “Rojo”, en el texto, es

- (A) El sobrenombre del señor Javier.
- (B) el sobrenombre del secretario general del PSE.
- (C) El apodo del señor Javier, del PSE.
- (D) el apellido del secretario general del PSE.
- (E) El hipocorístico del señor Javier, dirigente socialista.

45. Las palabras “si” y “consiguen”, en negrita en el texto, podrían sustituirse, según lo que dice el texto, correcta y respectivamente, por

- (A) se – lograr
- (B) cuando – logren
- (C) mientras – lograren
- (D) cuando – lograren
- (E) mientras – lograr

46. La palabra “pelele”, de acuerdo con el texto, quiere decir

- (A) gran jefe.
- (B) gran fuerza política.
- (C) aliado.
- (D) socialista.
- (E) inútil.

47. Si se sustituyen las formas “ha propuesto” y “ha concluido” por otras, en pretérito perfecto simple y con igual concordanza, se tienen:

- (A) propuso – concluyó
- (B) propós – conclujo
- (C) propuse – concluye
- (D) propostó – concluyó
- (E) propone – concluye

48. El Sr. Rojo supone que

- (A) los terroristas persiguen a todas las formaciones políticas.
- (B) los terroristas actúan siempre por la espalda.
- (C) ya están todos sin aliento por lo del terrorismo.
- (D) no todas las formaciones políticas le comprenden la causa.
- (E) las formaciones políticas tienen que saber que el terrorismo aún no empezó.

49. La propuesta de Llodio

- (A) quiere la realización de una enmienda a la ponencia base del congreso.
- (B) plantea la salida de los concejales socialistas del País Vasco.
- (C) defiende la permanencia de los socialistas en San Sebastián.
- (D) va en contra de la salida de los concejales socialistas.
- (E) afirma que el pueblo vasco no quiere concejales socialistas.

50. Las expresiones “aboga” y “tras” quieren decir, según el sentido del texto y respectivamente

- (A) niega – al
- (B) niega – después de
- (C) defiende – después de
- (D) aclara – antes de
- (E) defiende – antes de

## NOÇÕES DE INFORMÁTICA

51. Ao se enviar uma mensagem através de um aplicativo para correio eletrônico, pode-se a ela anexar um arquivo. Esse recurso é conhecido como

- (A) *Attach file*.
- (B) *Append file*.
- (C) *Append data*.
- (D) *Include file*.
- (E) *Send data*.

52. Os endereços de correio eletrônico (*e-mails*) de interesse de um usuário podem ser guardados e organizados em um *browser*, através de um recurso conhecido como

- (A) *Address Book*.
- (B) *Address Bookmark*.
- (C) *Bookmarks*.
- (D) *E-mail Book*.
- (E) *E-mail Bookmark*.

53. Quando se copia um texto entre documentos do *MS-Word* 2000, caso a seleção inclua a marca de parágrafo ¶, a formatação que o *Word* copia inclui o estilo de

- (A) páginas e os formatos de seção adicionais aplicados ao parágrafo, sem copiar o estilo de caractere e os formatos de caractere.
- (B) parágrafo e os formatos de parágrafo adicionais aplicados ao parágrafo, sem copiar o estilo de caractere e os formatos de caractere.
- (C) caractere e os formatos de caractere adicionais aplicados à seleção.
- (D) parágrafo e os formatos de parágrafo adicionais aplicados ao parágrafo, o estilo de caractere e os formatos de caractere.
- (E) fontes e os formatos de fontes adicionais aplicados à seleção.

54. No *MS-Excel* 2000, a criação de gráficos

- (A) pode ser feita na própria planilha ou como um objeto incorporado a uma planilha.
- (B) não permite que eles sejam publicados em uma página da *Web*.
- (C) pode ser feita selecionando-se os dados e se utilizando o Assistente de desenho.
- (D) não pode ser feita sem o uso do Assistente de gráfico.
- (E) é feita da mesma forma que a criação de um relatório de um gráfico dinâmico.

55. O recurso do *MS-Excel* 2000 que agrupa várias seqüências de caracteres de texto em uma única seqüência de caracteres de texto chama-se

- (A) Aglutinar.
- (B) Agrupar.
- (C) Concatenar.
- (D) Emendar.
- (E) Unificar.

56. Para se duplicar um *slide* no *MS-Powerpoint* 2000, deve-se

- (A) ativar o Assistente de duplicação de *slides* no menu Ferramentas.
- (B) copiar o *slide* para a área de transferência do *Windows*, e clicar com o botão esquerdo do *mouse* no menu Duplicação.
- (C) copiar o *slide* para a área de transferência do *Windows*, e clicar com o botão esquerdo do *mouse* no menu Novo *slide*.
- (D) selecionar o *slide* e no menu Inserir, clicar com o botão esquerdo do *mouse* em Novo *slide*.
- (E) selecionar o *slide* e no menu Inserir, clicar com o botão esquerdo do *mouse* em Duplicar *slide*.

57. O *Windows* 2000 permite a inclusão de rotinas em arquivos (*script*) para a configuração do sistema durante a inicialização. A linha

```
net time \\sol /set /yes
```

de um *script* de *logon* permite que

- (A) a máquina sol acerte o relógio de todas as máquinas do domínio.
- (B) o relógio da estação de trabalho seja sincronizado com o relógio da máquina sol.
- (C) a estação de trabalho consulte o relógio da máquina sol para certificar o acesso do usuário.
- (D) o relógio da estação de trabalho seja com o relógio da rede universal.
- (E) o usuário faça uma consulta do horário atual do relógio da máquina sol.

58. A figura abaixo apresenta alguns itens de uma área de trabalho do Windows:



Cada um dos quatros itens é denominado, respectivamente, de

- (A) pasta, diretório, aplicação e arquivo.
- (B) diretório, atalho para arquivo, aplicação e arquivo.
- (C) pasta, atalho para pasta, aplicação e atalho para arquivo.
- (D) diretório, aplicação, atalho para arquivo e atalho para pasta.
- (E) pasta, atalho para pasta, arquivo e atalho para arquivo.

---

59. O endereço eletrônico que identifica uma informação na Web chama-se

- (A) *File Transfer Protocol*.
- (B) *Internet Object Address*.
- (C) *Object Locator Element*.
- (D) *Page Address Identifier*.
- (E) *Uniform Resource Locator*.

---

60. Com relação à *Internet*, os \_\_\_\_\_ normalmente possuem um recurso especial para o registro e organização de \_\_\_\_\_, para o caso de se precisar acessá-lo novamente, denominado \_\_\_\_\_.

Escolha a alternativa que completa, corretamente e respectivamente, os espaços no texto acima.

- (A) *sites*; endereços; *address book*.
- (B) *sites*; localizadores; *address book*.
- (C) *browsers*; localizadores; *bookmark*.
- (D) *browsers*; usuários; *file manager*.
- (E) *e-mails*; localizadores; *link storage*.