



24 de Janeiro de 2010

**CARGO Nº 09**

**ANALISTA COMERCIAL JÚNIOR**

Atuação: Telecomunicações

N.º DO CARTÃO

NOME (LETRA DE FORMA)

ASSINATURA

**INFORMAÇÕES / INSTRUÇÕES:**

1. Verifique se a prova está completa: questões de números 1 a 40 e 1 redação.
2. A compreensão e a interpretação das questões constituem parte integrante da prova, razão pela qual os fiscais não poderão interferir.
3. Preenchimento do **Cartão-Resposta**:
  - Preencher para cada questão apenas uma resposta
  - Preencher totalmente o espaço  correspondente, conforme o modelo:
  - Usar caneta esferográfica, escrita normal, tinta azul ou preta
  - Para qualquer outra forma de preenchimento, a leitora anulará a questão

**O CARTÃO-RESPOSTA É PERSONALIZADO.  
NÃO PODE SER SUBSTITUÍDO, NEM CONTER RASURAS.**

**Duração total da prova: 4 horas e 30 minutos**

**Anote o seu gabarito.**

|     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 1.  | 2.  | 3.  | 4.  | 5.  | 6.  | 7.  | 8.  | 9.  | 10. |
| 11. | 12. | 13. | 14. | 15. | 16. | 17. | 18. | 19. | 20. |
| 21. | 22. | 23. | 24. | 25. | 26. | 27. | 28. | 29. | 30. |
| 31. | 32. | 33. | 34. | 35. | 36. | 37. | 38. | 39. | 40. |



EM BRANCO



## CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

1. Assinale a alternativa que **NÃO** apresenta um objetivo da Agência Nacional de Telecomunicações, em sua Resolução nº 272, de 09 de agosto de 2001:

- A) Disciplinar as condições de prestação e fruição do Serviço de Comunicação Multimídia (SCM).
- B) A prestação do Serviço de Comunicação Multimídia é regida pelo Regulamento dos Serviços de Telecomunicações e por outros regulamentos, normas e planos aplicáveis ao serviço, pelos termos de autorização celebrados entre as prestadoras e a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel).
- C) Serviço de Comunicação Multimídia é um serviço fixo de telecomunicações de interesse coletivo, prestado em âmbito nacional e internacional, no regime privado, que possibilita a oferta de capacidade de transmissão, emissão e recepção de informações multimídia, utilizando quaisquer meios, a assinantes dentro de uma área de prestação de serviço.
- D) Distinguem-se do Serviço de Comunicação Multimídia o Serviço Telefônico Fixo Comutado destinado ao uso do público em geral (STFC) e os serviços de comunicação eletrônica de massa, tais como o Serviço de Radiodifusão, o Serviço de TV a Cabo, o Serviço de Distribuição de Sinais Multiponto Multicanal (MMDS) e o Serviço de Distribuição de Sinais de Televisão e de Áudio por Assinatura via Satélite (DTH).

E) Fiscalizar os recursos de numeração pelas redes de suporte à prestação do Serviço de Comunicação Multimídia (SCM).

2. De acordo com a resolução nº 272, de 09 de agosto de 2001, no que se refere às autorizações para exploração do Serviço de Comunicação Multimídia, assinale a **CORRETA**:

- A) A pessoa jurídica que preencher as condições previstas em lei e na regulamentação pertinente poderá requerer à Anatel, mediante formulário próprio, autorização para prestação do SCM, acompanhado de projeto elaborado.
- B) A exploração do SCM não depende de autorização da Anatel, devendo basear-se nos princípios constitucionais da atividade econômica.
- C) Haverá limite determinado ao número de autorizações para exploração do SCM, que serão expedidas por prazo determinado e a título oneroso.

D) Visando a promover e a preservar a justa e ampla competição e impedir a concentração econômica do mercado, os contratantes poderão estabelecer restrições, limites ou condições a empresas ou grupos empresariais quanto à obtenção e transferência de autorizações de SCM.

E) A Anatel verificará o atendimento das condições estabelecidas e, ouvida previamente a Procuradoria da Agência, decidirá sobre o requerimento no prazo de até trinta dias da sua apresentação, por ato publicado no Diário Oficial da União (DOU), que justificará a inexecutabilidade de licitação.

3. De acordo com a resolução nº 272, de 09 de agosto de 2001, a autorização para exploração do Serviço de Comunicação Multimídia será extinta por:

- A) Cassação, prescrição, renúncia, revogação ou anulação.
- B) Cassação, caducidade, decaimento, renúncia ou anulação.
- C) Prescrição, decaimento, nulidade, revogação ou rejeição.
- D) Prescrição, revogação, renúncia, extinção ou rejeição.
- E) Cassação, decaimento, nulidade, renúncia ou rejeição.

4. De acordo com a resolução nº 272, de 09 de agosto de 2001, quanto à instalação e o licenciamento do sistema, analise as assertivas e assinale, a seguir a alternativa **CORRETA**:

- I. O prazo para o início da operação comercial do serviço não poderá ser superior a dezoito meses, contado a partir da data de publicação do ato de autorização para prestação do serviço no DOU.
- II. O prazo previsto jamais poderá ser prorrogado, ainda que as razões apresentadas para tanto sejam julgadas relevantes pela Anatel.
- III. O prazo para início da operação comercial do serviço, quando este depender de sistema radioelétrico próprio, será contado a partir da data de publicação do ato de autorização de uso de radiofrequência no DOU.
- IV. O resumo do Projeto de Instalação será apostado ao termo de concessão, entendido como um complemento ao Projeto Básico.
- V. O caráter experimental da operação não exime a prestadora de suas responsabilidades, especialmente quanto à emissão de interferências nas faixas de radionavegação marítima e aeronáutica.
- VI. A prestadora deve informar à Anatel somente as alterações relevantes das características técnicas constantes do Projeto de Instalação, no prazo máximo de três meses após sua efetivação.



- A) II, IV e VI são falsas.  
B) I, III e V são falsas.  
C) I, II e III são falsas.  
D) IV, V e VI são falsas.  
E) Todas são falsas.
5. De acordo com a resolução nº 272, de 09 de agosto de 2001, no que se refere à transferência, é **CORRETO** afirmar:
- A) A transferência da autorização para exploração de SCM e da autorização para uso de radiofrequência a ele associada exige prévia licitação.  
B) A transferência da autorização somente poderá ser efetuada após vinte anos contados do início efetivo da operação comercial do serviço.  
C) Para transferência da autorização do SCM, a interessada deve apresentar declaração firmada por seu representante legal, comprometendo-se a cumprir todas as cláusulas do termo de autorização em vigor, sub-rogando-se nos direitos e obrigações da primitiva autorizada.  
D) A transferência do controle societário de prestadora de SCM é a única que não se sujeita à posterior aprovação pela Anatel, visando à manutenção das condições de autorização ou de outras condições previstas na regulamentação, devendo a prestadora enviar à Agência, no prazo de até sessenta dias contado da data de registro no órgão competente.  
E) Os acordos de sócios, que regulam as transferências de quotas e ações, bem como o exercício do direito de voto, das prestadoras de SCM e os de suas sócias diretas e indiretas, não precisam ser encaminhados à Agência, mas, se forem, deverão respeitar o prazo de trinta dias, após o registro no órgão competente.
6. De acordo com a resolução nº 272, de 09 de agosto de 2001, no que diz respeito à prestação de serviço, é **INCORRETO** afirmar:
- A) A prestadora será parcialmente responsável pela exploração e execução do serviço perante o assinante, inclusive quanto ao correto funcionamento da rede de suporte ao serviço, mesmo que esta seja de propriedade de terceiros, não lhe sendo garantido, neste caso, direito de regresso.  
B) A responsabilidade da prestadora perante a Agência compreenderá igualmente o correto funcionamento da rede de suporte à prestação do serviço, inclusive nos casos em que esta seja de propriedade de terceiros.  
C) O serviço deve ser prestado em condições não discriminatórias a todos os assinantes localizados na área de prestação especificada no termo de autorização.  
D) Devem constar do contrato de prestação do serviço com o assinante os direitos e deveres da prestadora e dos assinantes.  
E) Precisam constar no contrato de prestação de serviço com o assinante os parâmetros de qualidade do serviço.
7. Diante do exposto na resolução nº 272, de 09 de agosto de 2001, são parâmetros de qualidade para o Serviço de Comunicação Multimídia, sem prejuízo de outros que venham a ser definidos pela Anatel, **EXCETO**:
- A) O fornecimento de sinais respeitando as características estabelecidas na regulamentação.  
B) Disponibilidade do serviço nos índices contratados.  
C) Divulgação das decisões no Diário Oficial.  
D) Emissão de sinais eletromagnéticos nos níveis estabelecidos em regulamentação.  
E) Número de reclamações contra a prestadora.
8. Com relação ao que expõe a resolução nº 272, de 09 de agosto de 2001, sobre os deveres dos assinantes, analise as assertivas e assinale, a seguir, a alternativa **CORRETA**:
- I. Utilizar adequadamente o serviço, os equipamentos e as redes de telecomunicações.  
II. Preservar somente os bens da prestadora.  
III. Efetuar o pagamento referente à prestação do serviço.  
IV. Providenciar local adequado e infraestrutura necessários à correta instalação e funcionamento de equipamentos da prestadora, quando for o caso.  
V. Conectar à rede à da prestadora terminais que possuam certificação expedida ou aceita pela Anatel, ou qualquer outra.
- A) I e II são afirmações falsas.  
B) III e V são afirmações falsas.  
C) II e IV são afirmações falsas.  
D) II e V são afirmações falsas.  
E) III e IV são afirmações falsas.



9. Nos termos da resolução nº 272, de 09 de agosto de 2001, sobre os serviços públicos e de emergência, assinale a **CORRETA**:

- A) É direito das prestadoras de SCM assegurar, na forma de contratos, o acesso gratuito dos seus assinantes aos serviços de emergência.
- B) As prestadoras de Serviço de Comunicação Multimídia deverão atender com prioridade o Presidente da República, seus representantes protocolares, sua comitiva e pessoal de apoio, bem como os Chefes de Estado estrangeiros, quando em visitas ou deslocamentos oficiais pelo território brasileiro.
- C) É direito das prestadoras de SCM colocar à disposição das autoridades e dos agentes da defesa civil, nos casos de calamidade pública, todos os meios, sistemas e disponibilidades que lhe forem solicitados com vista a dar-lhes suporte ou a amparar as populações atingidas, na forma de contratos.
- D) Na prestação do SCM é permitida a oferta de serviço com as características do Serviço Telefônico Fixo Comutado destinado ao uso do particular em geral, em especial o encaminhamento de tráfego telefônico por meio da rede de SCM simultaneamente originado e terminado nas redes do STFC.
- E) Na prestação do SCM, não é permitido o fornecimento de sinais de vídeo e áudio de forma eventual, mediante contrato ou pagamento por evento.

10. De acordo com o Código Civil Brasileiro, sobre os contratos em geral, assinale a **INCORRETA**:

- A) Nos contratos de adesão, são anuláveis as cláusulas que estipulem a revogação antecipada do aderente a direito resultante da natureza do negócio.
- B) A liberdade de contratar será exercida em razão e nos limites da função social do contrato.
- C) Os contratantes são obrigados a guardar tanto a conclusão do contrato como, em sua execução, os princípios de probidade e boa-fé.
- D) Quando houver no contrato de adesão cláusulas ambíguas ou contraditórias, dever-se-á adotar a interpretação mais favorável ao aderente.
- E) É lícito às partes estipular contratos atípicos.

11. Os projetos A e B têm seus fluxos de caixa apresentados no quadro a seguir, o qual contempla também os fluxos descontados a valor presente,

tomando como base a Taxa Mínima de Atratividade estabelecida em 9% ao ano. Após considerações, marque a única alternativa **CORRETA**.

|                      | Projeto A        |                       | Projeto B        |                       |
|----------------------|------------------|-----------------------|------------------|-----------------------|
| Investimento inicial | \$35.000,00      |                       | \$22.280,00      |                       |
| Ano                  | Fluxo (*) normal | Fluxo (**) descontado | Fluxo (*) normal | Fluxo (**) descontado |
| 1                    | \$18.000,00      | \$16.513,76           | \$ 8.000,00      | \$ 7.339,45           |
| 2                    | \$16.500,00      | \$13.887,72           | \$15.000,00      | \$12.625,20           |
| 3                    | \$20.000,00      | \$15.443,67           | \$10.000,00      | \$ 7.721,83           |
| 4                    | \$22.000,00      | \$15.585,35           | \$12.000,00      | \$ 8.501,10           |
| 5                    | \$25.000,00      | \$16.248,28           | \$ 9.000,00      | \$ 5.849,38           |

(\*) Entenda-se por fluxo normal o fluxo líquido de entradas e saídas de caixa.

(\*\*) Entenda-se por fluxo descontado o fluxo normal trazido a valor presente, utilizando-se a TMA de 9% a.a.

- A) Considerando o fluxo normal, o projeto A recupera o investimento antes que o projeto B.
- B) O período de *payback* dos dois projetos ultrapassa 5 anos.
- C) Considerando os fluxos descontados, ambos os projetos apresentam retorno do investimento (*payback*) em aproximadamente 2,3 anos.
- D) Considerando os fluxos descontados, o projeto A apresenta *payback* de 3,5 anos.
- E) Considerando os fluxos descontados, o projeto B apresenta *payback* de 3,5 anos.

12. Analisando-se as fontes e respectivos custos de capital da Cia e Cia Ltda., obteve-se:

| FONTE DE CAPITAL          | CUSTO (% ao ano) | PARTICIPAÇÃO |
|---------------------------|------------------|--------------|
| Empréstimos a Longo Prazo | 15%              | 50%          |
| Ações Preferenciais       | 10%              | 20%          |
| Ações Ordinárias          | 12%              | 30%          |

Considerando tão somente o custo de capital e desprezando o nível de risco de cada fonte, a empresa deveria aceitar todos os projetos que obtenham um retorno maior ou igual a:

- A) 10,0 % ao ano.
- B) 37,0 % ao ano.
- C) 12,3 % ao ano.
- D) 15,0 % ao ano.
- E) 13,1 % ao ano.



13. A Luar e Sonhar Ltda. tem que decidir entre dois projetos, de igual risco e mutuamente excludentes – Alfa e Beta. Os fluxos de caixa para cada projeto são mostrados na tabela a seguir:

|                      | Alfa              | Beta     |
|----------------------|-------------------|----------|
| Investimento inicial | \$30.000          | \$30.000 |
| Ano                  | Fluxos de entrada |          |
| 1                    | \$12.000          | \$10.000 |
| 2                    | \$12.000          | \$10.000 |
| 3                    | \$12.000          | \$10.000 |
| 4                    | \$12.000          | \$10.000 |

O custo de capital (TMA) da empresa é de 10% ao ano. Sabendo-se que o projeto Alfa tem VPL = \$8,038,39 e TIR = 21,86% a.a.; o projeto Beta tem VPL = \$1.698,65 e TIR = 12,59 % a.a., qual projeto você recomenda para a empresa?

- A) Somente o Beta.  
B) Os dois projetos, visto que ambos possuem TIR > TMA.  
C) Nenhum projeto.  
D) Os dados são insuficientes para análise.  
E) Somente o Alfa.
14. O balanço patrimonial de uma empresa é um demonstrativo composto pelos grupos de contas integrantes dos ativos e passivos. Assinale a afirmação **CORRETA** sobre ela:
- A) No Passivo aparece a origem dos recursos da empresa, e no ativo, as aplicações desses recursos.  
B) Os estoques da empresa são evidenciados nas contas do passivo.  
C) As dívidas financeiras de curto prazo evidenciam-se no ativo.  
D) Duplicatas a receber são demonstradas no passivo.  
E) O Ativo é maior do que o passivo se a empresa der lucro.
15. Marque se as frases a seguir são **falsas (F)** ou **verdadeiras (V)**, e assinale a sequência **CORRETA**:
- ( ) A insolvência técnica de uma empresa pode ser mensurada através do nível de Capital Circulante Líquido.  
( ) Quando o Capital Circulante Líquido é negativo, parte dos investimentos permanentes está sendo financiada com recursos de curto prazo.  
( ) São exemplos de fontes de recursos onerosos para uma empresa: patrimônio líquido, empréstimos bancários e duplicatas descontadas.  
( ) Quanto maior for o Capital Circulante Líquido, maior será a capacidade de pagamento de uma empresa. Existirão mais recursos de curto prazo relativamente às obrigações de curto prazo.

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

16. O balanço patrimonial de uma empresa está assim representado:

Bens.....R\$100.000  
Direitos.....R\$ 80.000  
Obrigações.....R\$ 50.000

Assim, pode-se afirmar que o valor do patrimônio bruto, do ativo, do patrimônio líquido e do passivo é, respectivamente:

- A) R\$180.000, R\$180.000, R\$230.000 e R\$50.000  
B) R\$230.000, R\$230.000, R\$180.000 e R\$50.000  
C) R\$180.000, R\$180.000, R\$130.000 e R\$50.000  
D) R\$230.000, R\$230.000, R\$50.000 e R\$180.000  
E) R\$150.000, R\$230.000, R\$180.000 e R\$50.000

17. Na maior parte das empresas comerciais, o ativo supera o passivo (obrigações). Dessa forma, a representação mais comum do patrimônio de uma empresa comercial é dada pela seguinte equação:

- A) Ativo = Passivo + Patrimônio Líquido.  
B) Passivo + Ativo = Patrimônio Líquido.  
C) Ativo + Patrimônio Líquido = Passivo.  
D) Ativo Permanente + Ativo Circulante = Passivo.  
E) Passivo = Ativo Circulante + Patrimônio Líquido.

18. Em acordo com o artigo 153 da Constituição Federal, compete à União instituir impostos sobre a renda e proventos de qualquer natureza, os quais, ainda em acordo com o referido artigo, apresentam as seguintes características:

- A) Generalidade e seletividade.  
B) Cumulatividade e essencialidade.  
C) Não cumulatividade e seletividade.  
D) Progressividade e seletividade.  
E) Universalidade e progressividade.



19. A vedação absoluta ao poder de tributar de certas pessoas ou de certos bens, estabelecida na Constituição Federal, caracteriza a:

- A) Não incidência legal.
- B) Isenção.
- C) Imunidade.
- D) Remissão.
- E) Equidade.

20. Em acordo com a Constituição Federal, assinale qual das espécies abaixo **NÃO** é considerada tributo:

- A) Impostos.
- B) Empréstimos Compulsórios.
- C) Contribuições de Melhoria.
- D) Tarifas.
- E) Taxas.

21. O quadro abaixo apresenta o controle de entradas e saídas do estoque de camisetas de uma loja comercial.

| Data  | Entradas no estoque |                | Saídas do estoque |                |
|-------|---------------------|----------------|-------------------|----------------|
|       | Quantidade          | Preço unitário | Quantidade        | Preço unitário |
| 05/11 | 10                  | R\$15,00       |                   |                |
| 15/11 | 30                  | R\$12,00       |                   |                |
| 25/11 |                     |                | 20                |                |

Utilizando os métodos de custo médio, PEPS e UEPS, o valor do estoque ao final da movimentação, em reais, será respectivamente de:

- A) R\$260,00; R\$270,00; R\$240,00
- B) R\$250,00; R\$260,00; R\$240,00
- C) R\$260,00; R\$270,00; R\$250,00
- D) R\$255,00; R\$250,00; R\$260,00
- E) R\$255,00; R\$240,00; R\$270,00

22. Analisando diversas formas de distribuição de seu único produto, a Lance & Lances Ltda., deparou-se com três possibilidades para o transporte: por caminhão, por trem e por avião. O quadro a seguir detalha as informações:

| Transporte   | Caminhão | Trem     | Avião    |
|--|----------|----------|----------|
| Custo do frete por tonelada.                                       | R\$40,00 | R\$30,00 | R\$60,00 |
| Tempo de entrega.  | 15 dias  | 10 dias  | 2 dias   |
| Custo da manutenção do estoque em trânsito, por tonelada, por dia. | R\$2,00  | R\$4,00  | R\$5,00  |

Considerando apenas o custo do transporte, não importando o tempo que o produto leve para chegar ao destino final, podemos afirmar, em relação ao custo total por tonelada, que:

- A) As três opções apresentam o mesmo custo.
- B) O custo mais baixo é por caminhão.
- C) O custo mais baixo é por trem.
- D) O custo mais baixo é por avião.
- E) O custo mais elevado é por caminhão.

23. O processo de fabricação de um produto apresenta, em reais, os custos da tabela abaixo:

| Custos primários |     | Custos indiretos rateados por produto |             |                         |
|------------------|-----|---------------------------------------|-------------|-------------------------|
| MOD              | MD  | MOI                                   | Depreciação | Outros custos indiretos |
| 80               | 320 | 30                                    | 5           | 35                      |

Onde:

MOD = mão de obra direta

MD = materiais diretos (matéria-prima)

MOI = mão de obra indireta

Considerando as informações, podemos concluir que o Custo de Transformação desse produto é de:

- A) R\$85,00
- B) R\$115,00
- C) R\$325,00
- D) R\$150,00
- E) R\$390,00

24. Marque se as frases a seguir são **falsas (F)** ou **verdadeiras (V)**, e assinale a sequência **CORRETA**:

( ) O Serviço de Comunicação Multimídia é um serviço fixo de telecomunicações de interesse individual, prestado em âmbito municipal, no regime privado, que possibilita a oferta de capacidade de transmissão, emissão e recepção de informações multimídia, utilizando quaisquer meios, a assinantes dentro de uma área de prestação de serviço.

( ) Distinguem-se do Serviço de Comunicação Multimídia, o Serviço Telefônico Fixo Comutado destinado ao uso do público em geral (STFC) e os serviços de comunicação eletrônica de massa.

( ) Em acordo com o Regulamento do Serviço de Comunicação Multimídia, entende-se por "Informações Multimídia" os sinais de áudio, vídeo, dados, voz e outros sons, imagens, textos e outras informações de qualquer natureza.

( ) Ainda em acordo com o Regulamento do Serviço de Comunicação Multimídia, interconexão é a ligação entre redes de telecomunicações funcionalmente compatíveis, de modo que os usuários de serviços de uma das redes possam comunicar-se com usuários de serviço de outra ou acessar serviços nelas disponíveis.



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

25. Marque a alternativa **INCORRETA**:

- A) É assegurado aos interessados o uso das redes de suporte do Serviço de Comunicação Multimídia para provimento de serviços de valor adicionado (SVA), de forma não discriminatória e a preços e condições justos e razoáveis.
  - B) A exploração do Serviço de Comunicação Multimídia depende de autorização da Anatel, devendo basear-se nos princípios constitucionais da atividade econômica.
  - C) Não há limites ao número de autorizações para exploração do SCM.
  - D) As prestadoras de Serviços de Comunicação Multimídia (SCM) não têm direito ao uso de redes ou de elementos de redes de outras prestadoras de serviços de telecomunicações de interesse coletivo.
  - E) É uma das condições subjetivas, para obter autorização de exploração do SCM pela empresa, dispor de qualificação jurídica e técnica para bem prestar o serviço, capacidade econômico-financeira, regularidade fiscal e estar em situação regular com a Seguridade Social.
26. A partir do Ato de Autorização, a prestadora de Serviço de Comunicação Multimídia (SCM) deverá entregar à Anatel um resumo do Projeto de Instalação, como condição para a emissão de autorização para instalação do sistema. O prazo máximo para entrega desse resumo, a contar deste ato de autorização, é de:
- A) 180 dias.
  - B) 30 dias.
  - C) 60 dias.
  - D) 120 dias.
  - E) 90 dias.

27. Marque se as frases a seguir são **falsas (F)** ou **verdadeiras (V)**, e assinale a opção **CORRETA**.

- ( ) A transferência da autorização para prestação de Serviço de Comunicação Multimídia (SCM) somente poderá ser efetuada três anos após o início efetivo da operação comercial do serviço.
- ( ) A prestadora de SCM é integralmente responsável pela exploração e execução do serviço perante o assinante, inclusive quanto ao correto funcionamento da rede de suporte ao serviço, mesmo que seja de propriedade de terceiros.

- ( ) O endereço da Anatel é um dos itens obrigatórios que devem constar nos Contratos firmados entre as prestadoras de SCM e os assinantes.
- ( ) Também deverão constar dos contratos firmados entre as prestadoras de SCM e os assinantes os direitos e deveres das partes.

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

28. **NÃO** constitui direito dos assinantes de Serviços de Comunicação Multimídia (SCM):

- A) Efetuar o pagamento referente à prestação do serviço.
- B) Total liberdade de escolha da prestadora.
- C) Conhecimento prévio de toda e qualquer alteração nas condições de prestação do serviço que lhe atinja direta ou indiretamente.
- D) Cancelamento ou interrupção do serviço prestado, a qualquer tempo e sem ônus adicional.
- E) Resposta eficiente e pronta às suas reclamações, pela prestadora.

29. A Segmentação de Mercado permite que a empresa direcione seus esforços para seu público-alvo, focalizando os atributos que os consumidores consideram mais importantes. Identifique, nos exemplos abaixo, qual é o tipo de segmentação, utilizado, respectivamente:

- I. Campanhas publicitárias, promoção e esforços de vendas para atender a necessidades específicas da região Nordeste do Brasil.
  - II. Lançamento de uma linha de cosméticos exclusiva para homens.
  - III. Coleção de roupas para atender as pessoas que têm estilo de vida esportista.
  - IV. Grupos de consumidores que têm conhecimento, atitudes e hábitos de uso semelhantes em relação a determinado produto.
  - V. Coleção de calçados com modelagem mais larga e salto confortável para atender à terceira idade.
- A) Demográfica; comportamental; demográfica; psicográfica; psicográfica.
  - B) Geográfica, demográfica; comportamental; psicográfica; demográfica.
  - C) Comportamental; demográfica, comportamental; psicográfica; demográfica.
  - D) Demográfica; demográfica; psicográfica; comportamental; demográfica.
  - E) Geográfica; demográfica; psicográfica; comportamental; demográfica.



30. Em comparação com as empresas voltadas para o mercado consumidor, as organizações direcionadas para o mercado empresarial lidam com \_\_\_\_\_ compradores, porém, estes são \_\_\_\_\_ e \_\_\_\_\_ concentrados geograficamente. Os compradores organizacionais normalmente se deparam com decisões de compra \_\_\_\_\_ complexas e seguem um processo \_\_\_\_\_ formal.

Assinale a alternativa que preenche **CORRETAMENTE** os espaços em branco:

- A) Menos; maiores; mais; mais; mais.
- B) Menos; menores; mais; menos; menos.
- C) Mais, menores; menos; menos, menos.
- D) Mais; maiores, mais; mais; mais.
- E) Menos; menores; menos; menos; menos.

31. Quando o consumidor, ao avaliar algumas marcas nos atributos que julga importantes para a sua decisão de compra, considera que um desempenho fraco num determinado item (por exemplo, preço) pode ser contrabalançado por uma performance excelente em outros quesitos (por exemplo, *design* e qualidade), ele está utilizando uma estratégia de avaliação:

- A) Conjuntiva.
- B) Compensatória.
- C) Não compensatória.
- D) Eliminação por aspectos.
- E) Heurística.

32. “Uma atividade expressiva e simbólica baseada em comportamentos múltiplos que ocorrem em uma sequência de episódios fixos, e que tendem a se repetir várias vezes” (BLACKWELL; ENGEL; MINIARD, 2005, p.177.) consiste em:

- A) Modelo de compra por expectativas.
- B) Compra por conveniência.
- C) Rituais de consumo.
- D) Compra por impulso.
- E) Normas de consumo.

33. Analise as duas situações abaixo e identifique, assinalando a alternativa **CORRETA**, qual foi a estratégia de determinação de preço utilizada na fase de introdução dos produtos da Intel e da Dell.

- I. A Intel lança um microprocessador novo a cada doze meses e cobra por eles um preço elevado. Esses novos *chips* são instalados em PCs e servidores de última geração, comprados por clientes que simplesmente não conseguem esperar. À medida que as vendas iniciais decrescem e os concorrentes ameaçam lançar *chips* semelhantes, a Intel reduz o preço para

atrair a próxima camada de clientes sensíveis a preços. Desse modo, a Intel consegue obter o máximo de receita dos vários segmentos de mercado.

- II. A Dell, para entrar no mercado de computadores pessoais, passou a vender máquinas e produtos relacionados de alta qualidade por meio de canais diretos de baixo custo. Suas vendas alcançaram as alturas quando a IMB, Compaq, Apple e outros concorrentes, que vendiam por meio de lojas de varejo, não conseguiram igualar seus preços. (Fonte: KOTLER; ARMSTRONG, 2003, p.285.)

- A) Preços segmentados e preços psicológicos.
- B) Preços de referência e preços promocionais.
- C) Preços para subprodutos e preços para pacotes de produtos.
- D) Preços de penetração de mercado e preços de referência.
- E) Preços de desnatamento (*skimming* de mercado) e preços de penetração de mercado.

34. Identifique as etapas do processo de compra que correspondem às partes sublinhadas no texto abaixo:

“Como o carro de Pedro está apresentando alguns problemas e alto custo de manutenção há alguns meses, ele pretende trocar de automóvel até o final do ano. No caminho ao trabalho, Pedro para em uma banca para comprar um exemplar da revista Quatro Rodas”, que contém uma reportagem avaliando os diversos modelos de automóveis lançados neste ano, que ele quer ler com atenção. Pedro já definiu que este novo carro deverá ter um amplo espaço de porta malas, motor 1.6 ou superior e preço inferior a R\$ 70.000. Qualquer modelo que não atenda a essas predeterminações será eliminado do seu rol de alternativas. Pedro ainda não decidiu a marca nem a cor do seu carro novo, mas está em dúvida entre quatro opções. No sábado irá visitar essas revendas e decidir qual carro comprar após fazer os “test drives”. Pedro adora viajar e costuma percorrer longas distâncias, assim, o carro deverá proporcionar conforto e ser muito prazeroso de dirigir.”

Assinale a alternativa que corresponde, respectivamente, às etapas identificadas:



A) Reconhecimento da necessidade; busca de informação externa de fonte comercial e impessoal; avaliação de alternativas utilizando regra de decisão não compensatória; compra parcialmente planejada; consumo hedônico.

B) Avaliação de alternativas; busca de informação continuada; reconhecimento da necessidade; compra parcialmente planejada; consumo utilitário.

C) Reconhecimento da necessidade; busca de informação externa de fonte comercial e impessoal; avaliação de alternativas utilizando regra de decisão compensatória; compra totalmente planejada, consumo hedônico.

D) Avaliação de alternativas, busca de informação de fonte externa pessoal; avaliação de alternativas utilizando regra de decisão não compensatória; compra por impulso; consumo utilitário.

E) Compra parcialmente planejada; reconhecimento da necessidade; busca de informação interna; consumo hedônico; satisfação.

35. Por meio de uma pesquisa de mercado identificaram-se os atributos considerados mais importantes e a percepção de desempenho que os clientes têm desses atributos nas principais empresas que atuam no setor. A importância foi medida por meio de uma escala de 0 a 10, em que zero significa “nada importante” e dez significa “muito importante”. O desempenho das empresas também foi mensurado com uma escala de 0 a 10, em que 0 significa “péssimo” e 10, “excelente”. As tabelas abaixo indicam a média de importância dos atributos avaliados e a média de desempenho das empresas A e B. Com base na grade de importância *versus* desempenhos simultâneos, identifique qual é a situação da empresa A em relação a empresa B nos quatro atributos avaliados, respectivamente.

| Atributo             | Média de Importância |
|----------------------|----------------------|
| Qualidade do produto | 9,5                  |
| Prazo de entrega     | 9,3                  |
| Preço                | 6,3                  |
| Atendimento          | 6,4                  |

| Empresa A            | Média de Desempenho |
|----------------------|---------------------|
| Qualidade do produto | 9,1                 |
| Prazo de entrega     | 6,4                 |
| Preço                | 9,0                 |
| Atendimento          | 6,0                 |

| Empresa B            | Média de Desempenho |
|----------------------|---------------------|
| Qualidade do produto | 7,5                 |
| Prazo de entrega     | 6,5                 |
| Preço                | 6,0                 |
| Atendimento          | 5,5                 |

| Importância do atributo | Nosso Desempenho | Desempenho do Concorrente | Resultado Simultâneo       |
|-------------------------|------------------|---------------------------|----------------------------|
| Alta                    | Fraco            | Fraco                     | Oportunidade Negligenciada |
|                         |                  | Bom                       | Desvantagem Competitiva    |
|                         | Bom              | Fraco                     | Vantagem Competitiva       |
|                         |                  | Bom                       | Competição Empatada        |
| Baixa                   | Fraco            | Fraco                     | Oportunidade Nula          |
|                         |                  | Bom                       | Alarme Falso               |
|                         | Bom              | Fraco                     | Vantagem Falsa             |
|                         |                  | Bom                       | Competição Falsa           |

A) Desvantagem competitiva; oportunidade negligenciada; vantagem competitiva; competição empatada.

B) Oportunidade negligenciada; vantagem competitiva; vantagem falsa; oportunidade nula.

C) Vantagem competitiva; oportunidade negligenciada; competição falsa; oportunidade nula.

D) Vantagem competitiva; oportunidade negligenciada; vantagem falsa; oportunidade nula.

E) Vantagem competitiva; oportunidade nula; vantagem falsa; oportunidade negligenciada.

36. Recursos econômicos referem-se à quantidade de dinheiro que os consumidores possuem, ou seja, a sua renda e o crédito, que consiste na capacidade de aumentar o recurso de renda, pelo menos por um período de tempo. No Brasil, as pessoas são classificadas de acordo com seu poder aquisitivo, nas classes A, B, C, D e E. Qual é o nome do critério atualmente adotado no Brasil e quais são as bases para classificação?

A) Critério BRASIL: utiliza como base de classificação o grau de instrução do chefe da família e a posse de bens de conforto dos consumidores.

B) Critério ABIPEME: utiliza como base de classificação a posse de bens de conforto dos consumidores.

C) Critério ANEP: utiliza como base de classificação o grau de instrução do chefe da família e a posse de bens de conforto dos consumidores.

D) Critério BRASIL: utiliza como base de classificação a posse de bens de conforto dos consumidores.

E) Nenhuma das anteriores.



37. A empresa “Madame Vassoura Confecções” fabrica e comercializa peças de vestuário. Durante o último mês as margens de lucro foram as seguintes: calças, 4%; camisas e camisetas, 5%; blusas e casacos, 7%; e outros produtos 10%. Sabendo que o faturamento com vendas de calças foi R\$ 40.000,00; de camisas e camisetas, R\$ 30.000,00; de blusas e casacos, R\$ 10.000,00; e de outros produtos R\$ 5.000,00, pode-se afirmar que:

- A) O lucro médio foi de 6,5% sobre o faturamento total.
- B) O lucro naquele período ultrapassou R\$ 5.500,00.
- C) O lucro médio foi inferior a 5% sobre o faturamento total.
- D) Sem conhecer as quantidades vendidas não é possível fazer afirmações seguras.
- E) O lucro naquele período foi inferior a R\$ 4.400,00.

38. Em estatística, o desvio padrão é uma medida de grande utilidade. Analise as seguintes assertivas:

- I. O desvio padrão é uma medida de dispersão relativa.
- II. A razão entre o desvio padrão e a média resulta no coeficiente de variação.
- III. O desvio padrão populacional é um estimador do desvio padrão amostral.
- IV. A razão entre o desvio padrão e a raiz quadrada do tamanho da amostra resulta no erro padrão.
- V. O valor do desvio padrão pode ser nulo.
- VI. O valor do desvio padrão pode ser negativo.

Assinale a única alternativa **CORRETA**:

- A) Apenas as assertivas I, II e IV são verdadeiras.
- B) Apenas as assertivas I, III e VI são verdadeiras.
- C) Apenas a assertiva VI é falsa.
- D) Apenas as assertivas II, IV e V são verdadeiras.
- E) Todas as assertivas são verdadeiras.

39. O senhor Anderlei pretende comprar uma mansão na cidade de Fortaleza e pede ao seu amigo Mário que escolha o imóvel. Mário indica um no valor de R\$ 5.000.000,00, que é aceito de imediato por Anderlei, contanto que o pagamento possa ser realizado da seguinte forma: a partir da assinatura do contrato, após 2 meses, o valor de R\$ 3.000.000,00; após três meses R\$ 2.000.000,00; e o restante em uma data a ser combinada. Considere uma taxa de 10% ao mês. Dado esse contexto, assinale a alternativa **CORRETA**. (Considerar capitalização composta.)

- A) Se pagamento final ocorrer 4 meses após a compra, o pagamento final será de R\$ 145.500,00.
- B) Se pagamento final ocorrer 4 meses após a compra, o pagamento final será R\$ 150.000,00.
- C) Se pagamento final ocorrer 4 meses após a compra, o pagamento final será de R\$500.000,00.
- D) Se pagamento final ocorrer 4 meses após a compra, o pagamento final estará entre R\$ 435.000,00 e R\$ 455.000,00.
- E) Se pagamento final ocorrer 4 meses após a compra, o pagamento final estará entre R\$1.455.000,00 e R\$ 1.500.000,00.

40. O senhor Maurício tem cheque para receber daqui a dois meses no valor de R\$ 3.000.000,00, e o senhor Edson tem um outro no valor de R\$ 3.600.000,00 para receber daqui a 4 meses. O senhor Maurício propõe uma troca. Leve em conta esse contexto para marcar a alternativa **CORRETA**. (Considerar capitalização composta.)

- A) Caso a taxa de mercado seja 5% ao mês, Edson terá feito um bom negócio.
- B) Caso a taxa de mercado seja 30% ao mês, Edson terá feito um bom negócio.
- C) Caso a taxa de mercado seja 20% ao mês, Edson terá feito um bom negócio.
- D) Caso a taxa de mercado seja 10% ao mês, Edson terá feito um bom negócio.
- E) Caso a taxa de mercado seja 40% ao mês, Edson terá feito um bom negócio.



# REDAÇÃO

Leia os textos a seguir:

## TEXTO I

A partir da metade do século XX, ocorreu um conjunto de transformações econômicas e sociais cuja dimensão é difícil de ser mensurada: a chamada explosão da informação. Embora essa expressão tenha surgido no contexto da informação científica e tecnológica, seu significado, hoje, em um contexto mais geral, atinge proporções gigantescas.

Por estabelecerem novas formas de pensamento e mesmo de lógica, a informática e a Internet vêm gerando impactos sociais e culturais importantes. A disseminação do microcomputador e a expansão da Internet vêm acelerando o processo de globalização tanto no sentido do mercado quanto no sentido das trocas simbólicas possíveis entre sociedades e culturas diferentes, o que tem provocado e acelerado o fenômeno de hibridização amplamente caracterizado como próprio da pós-modernidade.

FERNANDES, M. F.; PARÁ, T. *A contribuição das novas tecnologias da informação na geração de conhecimento*. Disponível em: <http://www.coep.ufrj.br>. Acesso em: 11 ago. 2009 (adaptado). In: LINGUAGENS, CÓDIGOS E SUAS TECNOLOGIAS- *Enem* – 2009. Caderno 7, pág. 7. [http://download.globo.com/vestibular/dia2\\_caderno7.pdf](http://download.globo.com/vestibular/dia2_caderno7.pdf) . Acesso: 06/12/2009.

## TEXTO II

As tecnologias de informação e comunicação (TIC) vieram aprimorar ou substituir meios tradicionais de comunicação e armazenamento de informações, tais como o rádio e a TV analógicos, os livros, os telégrafos, o fax etc. As novas bases tecnológicas são mais poderosas e versáteis, introduziram fortemente a possibilidade de comunicação interativa e estão presentes em todos os meios produtivos da atualidade. As novas TIC vieram acompanhadas da chamada *Digital Divide*, *Digital Gap* ou *Digital Exclusion*, traduzidas para o português como **Divisão Digital** ou **Exclusão Digital**, sendo, às vezes, também usados os termos Brecha Digital ou Abismo Digital.

LINGUAGENS, CÓDIGOS E SUAS TECNOLOGIAS- *Enem* – 2009. Caderno 7, pág. 7. [http://download.globo.com/vestibular/dia2\\_caderno7.pdf](http://download.globo.com/vestibular/dia2_caderno7.pdf) . Acesso: 06/12/2009. (adaptado: grifo)

## PROPOSTA DE REDAÇÃO

Com base nesses dois textos, e em outras informações/argumentos que julgar pertinentes, escreva um artigo jornalístico, entre 15 e 20 linhas, a ser enviado para a seção de opinião (*Tendência e Debates*) do jornal Folha de S. Paulo, discorrendo sobre o tema: **As tecnologias de informação e comunicação: vantagens e limites**.

### SOBRE A REDAÇÃO

1. Estructure o texto da sua redação com um **mínimo de 15** e um **máximo de 20 linhas**.
2. Faça o rascunho no espaço reservado.
3. Transcreva o texto do rascunho para a FOLHA DE REDAÇÃO que lhe foi entregue em separado.
4. Não há necessidade de colocar título.
5. Não coloque o seu nome, nem a sua assinatura na FOLHA DE REDAÇÃO, nem faça marcas nela. A FOLHA DE REDAÇÃO já se encontra devidamente identificada.





EM BRANCO



EM BRANCO



EM BRANCO