



# RETA DE CHEGADA

“Mais que a partida, é a chegada” – Mônica Roberta

Site: [www.retadachegada.com.br](http://www.retadachegada.com.br)

Tel/Fax.: (21) 3902-1462 (Centro) e (21) 99157-5825 (wpp)

E-Mail: [monicarobs@hotmail.com](mailto:monicarobs@hotmail.com)



#@PETROBRAS/2018: PJ. TRABALHO + ENG. MÉTODOS + PJ. PRODUTO + INOVAÇÃO – 501 A 600 (S06)

#PTRAB:

**(CESG/INNOVA/2012/ADM01/APO/PTRAB) 501/57- A qualidade de vida da população tem sido objeto de debate e reflexão em função das novas expectativas do homem em relação aos seus objetivos, sejam eles profissionais ou pessoais. A busca de melhores condições de vida e de trabalho vem sendo enfatizada, englobando diversos fatores que são determinantes para o alcance dessa qualidade de vida. A qualidade de vida no trabalho está associada aos elementos listados abaixo, EXCETO à(ao)**

- (A) autonomia no exercício das atividades, na programação e na execução do trabalho.
- (B) viabilidade de oportunizar avanços na instituição e na carreira, que serão reconhecidos por colegas, membros da família e comunidade.
- (C) possibilidade de o empregado poder expressar seus pontos de vista aos superiores, sem medo de represálias.
- (D) grau de relacionamento marcado por auxílio recíproco, abertura interpessoal e respeito às individualidades.
- (E) exercício da capacidade intelectual plena do trabalhador, independente da remuneração por ele obtida.

**(CESG/PETROBRAS/2014.2/EPROD42/APO/PTRAB) 502/41- Frederick Taylor defendeu que o máximo de prosperidade somente poderia existir como resultado do máximo de produção. De acordo com esse raciocínio, verifica-se que o objetivo mais importante do trabalhador e da administração deve ser a formação e o aperfeiçoamento do pessoal da empresa, de modo que os homens possam executar os tipos mais elevados de trabalho em ritmo mais**

- (A) lento, porém gerando maior eficiência
- (B) lento, porém gerando maior precisão
- (C) lento, ainda que com perda de eficiência
- (D) rápido, gerando maior eficiência
- (E) rápido, ainda que com perda de eficiência

**(CESG/PETROBRAS/2005/EPJ/APO/PTRAB) 503/675- A Competição Baseada no Tempo é definida como um conjunto de estratégias que tem por objetivo incrementar a velocidade:**

- (A) da manufatura do produto.
- (B) da função de logística.
- (C) de todas as funções da empresa.
- (D) do desenvolvimento do produto.
- (E) do serviço ao consumidor.

**(CESG/PETROBRAS/2005/EPJ/APO/PTRAB/QVT) 504/676- O enriquecimento do trabalho, formulado por Herzberg, se propõe a:**

- (A) acrescentar outras tarefas de complexidade semelhante ao trabalho desenvolvido.
- (B) introduzir mudanças qualitativas ao trabalho desenvolvido.
- (C) melhorar as condições físicas do trabalho.
- (D) avaliar o desempenho do trabalhador.
- (E) reduzir a jornada de trabalho.

**(CESG/PETROBRAS/2014.1/EPROD/APO/PTRAB) 505/65- Cada uma das diferentes abordagens do projeto do trabalho implica, para o tomador de decisão, um trade-off entre controle gerencial e comprometimento dos trabalhadores. A abordagem que possui mais ênfase no controle gerencial é conhecida como**

- (A) abordagem comportamental
- (B) intraempreendedorismo
- (C) divisão de trabalho
- (D) empowerment
- (E) ergonomia

**(CESG/BR/2014/EPROD11/APO/PTRAB) 506/53- Um projeto de trabalho é organizado de várias maneiras, segundo a forma de contrabalançar o controle feito pela gerência e o grau de liberdade a ser delegado por ela ao pessoal operacional. Entre as abordagens abaixo, a que dá mais autonomia e autoridade ao pessoal operacional para a tomada de decisão é a denominada**

- (A) eficiência
- (B) empowerment
- (C) alargamento do trabalho
- (D) revezamento do trabalho
- (E) divisão do trabalho



# RETA DE CHEGADA

*“Mais que a partida, é a chegada” – Mônica Roberta*

Site: [www.retadachegada.com.br](http://www.retadachegada.com.br)

Tel/Fax.: (21) 3902-1462 (Centro) e (21) 99157-5825 (wpp)

E-Mail: [monicarobs@hotmail.com](mailto:monicarobs@hotmail.com)

**(CESG/BR/2014/TOPJ04/APO/PTRAB) 507/45- A utilização do símbolo circular no fluxograma representa que este**

- (A) marca início ou fim de um processo.
- (B) apresenta um ponto de tomada de decisão.
- (C) continua a partir desse ponto, em outro símbolo idêntico.
- (D) demonstra os documentos utilizados no processo.
- (E) pontua uma espera e contém o tempo aproximado no seu interior.

**(CESG/BR/2014/ESEG12/APO/PTRAB) 508/61- Quais itens devem ser avaliados obrigatoriamente na análise da organização de trabalho?**

- (A) Normas de produção, ritmo de trabalho e conteúdo das tarefas
- (B) Modo operatório, aptidão física e normas de produção
- (C) Exigência de tempo, espaço físico e aptidão física
- (D) Ritmo de trabalho, modo operatório e espaço físico
- (E) Conteúdo das tarefas, exigência de tempo e espaço físico

**(CESG/BR/2014/ESEG12/APO/PTRAB) 509/62- Qual(is) ação(ões) NÃO está(ão) contida(s) no conceito de Análise Ergonômica do Trabalho?**

- (A) Compreender a situação de trabalho e confrontar com aptidões e limitações à luz da ergonomia.
- (B) Diagnosticar situações críticas à luz da legislação oficial.
- (C) Estudar os desdobramentos e consequências físicas e psicofisiológicas, decorrentes da atividade humana no meio produtivo.
- (D) Estabelecer sugestões, alterações e recomendações de ajustes de processo e ajustes de produto.
- (E) Modificar postos de trabalho e promover alterações no ambiente de trabalho.

**(CESG/BR/2014/ESEG12/APO/PTRAB) 510/63- Quais elementos são considerados integrantes da Ergonomia Cognitiva e são por ela abordados?**

- (A) Carga Mental e Relação Empregador/Empregado
- (B) Trabalho em Turnos e Desempenho Especializado
- (C) Desempenho Especializado e Estresse profissional
- (D) Estresse profissional e Relação Empregador/Empregado
- (E) Carga Mental e Trabalho em Turnos

**(CESG/BR/2014/EMEC14/APO/PTRAB) 511/67- São considerados custos indiretos de uma obra os custos**

- (A) unitários dos serviços contratados.
- (B) dos encargos sociais sobre a mão de obra.
- (C) de todos os serviços a serem executados.
- (D) necessários à produção do objeto contratado, mas não incorporados ao objeto.
- (E) compostos por materiais, equipamentos e mão de obra.

**(CESG/BR/2014/SSOC16/APO/PTRAB) 512/32- Nas empresas, os programas de qualidade de vida conjugam serviços sociais e ações socioeducativas, visando ao enquadramento de hábitos e atitudes do trabalhador, em relação a vários aspectos do seu cotidiano. Desse modo, esses programas buscam, por meio de tais serviços e ações, um(a)**

- (A) descompasso entre o aumento da produtividade e o bem-estar do trabalhador
- (B) colisão de interesses entre patrões e empregados nas relações de trabalho
- (C) insurgência do comportamento do trabalhador frente aos novos métodos de produção
- (D) intervenção normativa sobre a vida do trabalhador dentro e fora da empresa
- (E) subestimação das atividades desportivas e recreativas de combate ao stress

**(CESG/BR/2014/SSOC16/APO/PTRAB) 513/33- Nos programas empresariais de qualidade de vida, o trabalho do assistente social busca instrumentalizar as ações gerenciais para a elevação da qualidade de vida do trabalhador, tendo por base a(o)**



# RETA DE CHEGADA

“Mais que a partida, é a chegada” – Mônica Roberta

Site: [www.retadechegada.com.br](http://www.retadechegada.com.br)

Tel/Fax.: (21) 3902-1462 (Centro) e (21) 99157-5825 (wpp)

E-Mail: [monicarobs@hotmail.com](mailto:monicarobs@hotmail.com)

- (A) capacitação técnico-operacional no trabalho  
(B) necessidade de requalificação da força de trabalho  
(C) variação do desemprego no mercado de trabalho  
(D) levantamento do nível de satisfação no trabalho  
(E) funcionamento do mercado interno de trabalho

**(CESG/PETROBRAS/2014.1/EPROD/APO/PTRAB) 514/43- Simultaneamente à consolidação do taylorismo, Henry Ford desenvolveu uma nova proposta de gestão da produção: a linha de montagem. No fordismo, a administração dos tempos se dará de forma**

- (A) individual, pela adaptação de cada trabalhador ao ritmo imposto pela esteira de produção.  
(B) individual, pela adaptação da esteira de produção ao ritmo imposto pelo conjunto de trabalhadores.  
(C) individual, pela adaptação da esteira de produção ao ritmo imposto por cada trabalhador.  
(D) coletiva, pela adaptação da esteira de produção ao ritmo imposto pelo conjunto de trabalhadores.  
(E) coletiva, pela adaptação do conjunto de trabalhadores ao ritmo imposto pela esteira de produção.

**(CESG/PETROBRAS/2014.1/EPROD/APO/PTRAB) 515/44- O ideário taylorista constitui um instrumento de racionalidade e difusão de métodos de estudo e de treinamento científico. Taylor enuncia o seu discurso como um projeto de**

- (A) exploração do trabalho  
(B) exploração do capital  
(C) cooperação entre trabalho e capital  
(D) cooperação entre terra e capital  
(E) cooperação entre terra e trabalho

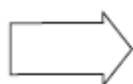
**(CESG/PETROBRAS/2014.1/EPROD/APO/PTRAB) 516/45- O estudo do método é a parte da administração científica que tem as mais diretas contribuições para o projeto do trabalho. A abordagem do estudo do método envolve seguir, sistematicamente, alguns passos. O fluxograma de processos e a técnica de questionamento são técnicas utilizadas, respectivamente, nos seguintes passos:**

- (A) selecionar o trabalho a ser estudado e registrar o método atual.  
(B) registrar o método atual e examinar os fatos.  
(C) desenvolver um novo método e selecionar o trabalho a ser estudado.  
(D) examinar os fatos e implementar o novo método.  
(E) implementar o novo método e desenvolver um novo método.

**(CESG/PETROBRAS/2014.1/EPROD/APO/PTRAB) 517/58- Em relação aos equipamentos dos postos de trabalho, o gestor deve assessorar os agentes da administração de modo que**

- (A) todos os equipamentos que compõem um posto de trabalho estejam adequados somente às características físicas dos trabalhadores e à natureza do trabalho a ser executado.  
(B) os equipamentos utilizados no processamento eletrônico de dados com terminais de vídeo observem que apenas o monitor de vídeo seja posicionado, tendo-se controle da distância tela-olho.  
(C) nas atividades que envolvam leitura de documentos para digitação, datilografia ou mecanografia, haja iluminação mínima de 60 lux, conforme os preceitos da NR 17.  
(D) nas atividades que envolvam leitura de documentos para digitação, datilografia ou mecanografia sejam utilizados documentos de fácil legibilidade, sempre que possível, sem restrição ao tipo de papel usado.  
(E) nos equipamentos utilizados no processamento eletrônico de dados com terminais de vídeo, o teclado seja independente e tenha mobilidade.

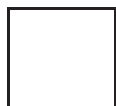
**(CESG/CMOEDA/2005/EPROD/APO/PTRAB) 518/413- Dentre os símbolos abaixo, assinale aquele que um engenheiro de produção NÃO pode utilizar para elaborar um gráfico de fluxo do processo.**



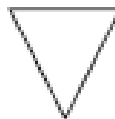
(A)



(B)



(C)



(D)



(E)



# RETA DE CHEGADA

“Mais que a partida, é a chegada” – Mônica Roberta

Site: [www.retadachegada.com.br](http://www.retadachegada.com.br)

Tel/Fax.: (21) 3902-1462 (Centro) e (21) 99157-5825 (wpp)

E-Mail: [monicarobs@hotmail.com](mailto:monicarobs@hotmail.com)

**(CESG/CMOEDA/2005/EPROD/APO/PTRAB) 519/411-** Um setor de montagem tem postos de trabalho potencial de A a E. O fabricante deseja uma produção de 400 unidades por 8 horas diárias e pára a linha para um descanso de 20 minutos na parte da manhã e outro, na parte da tarde. O tempo do ciclo, em minutos/unidade, é de:

- (A) 0,5 (B) 1,1 (C) 2,2  
(D) 3,5 (E) 5,0

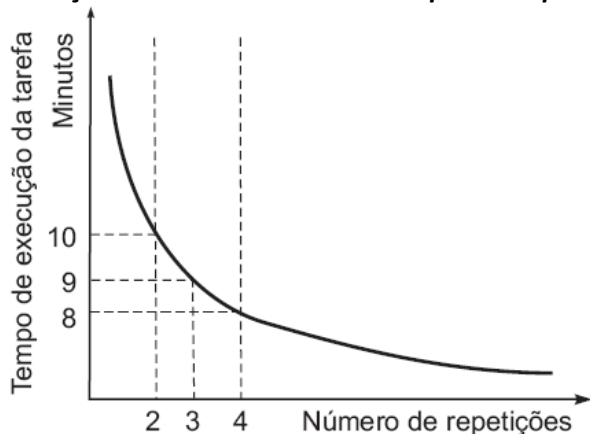
**(CESG/CMOEDA/2005/EPROD/APO/PTRAB) 520/412-** Um estudo de tempos de uma operação de preparação de uma máquina acusou um tempo médio de 30 minutos. A velocidade do operador avaliada pelo cronometrista foi de 95% e a empresa concede 30 minutos para lanches e 25 minutos para atrasos inevitáveis em um dia de 8 horas de trabalho. Pode-se considerar, em minutos, como tempo-padrão e tempo normal da operação, respectivamente:

- (A) 24,10 e 25,37 (B) 26,70 e 30,18 (C) 28,50 e 32,21  
(D) 30,00 e 31,56 (E) 33,90 e 33,28

**(CESG/BR/2014/EPROD11/APO/PTRAB) 521/50-** Um estudo de amostragem do call-center de uma empresa prestadora de serviços está sendo realizado com o objetivo de avaliar a equipe de atendimento. Tal estudo verificou que durante um turno de oito horas corridas de expediente, um operador presta 48 atendimentos, trabalhando, efetivamente, 90% do tempo, e o tempo normal de atendimento da equipe é de 7 minutos e 12 segundos por cliente. Assim, o ritmo de trabalho desse operador é dado pelo coeficiente de valor

- (A) 0,72 (B) 0,80 (C) 0,90 (D) 1,00 (E) 1,10

**(CESG/CMOEDA/2009/EPROD35/APO/PTRAB) 522/415-** A figura ABAIXO apresenta uma curva de aprendizagem para execução de uma atividade em um processo produtivo.



Considerando os dados apresentados, o coeficiente da curva de aprendizagem para a atividade é

- (A) 10%  
(B) 20%  
(C) 50%  
(D) 80%  
(E) 90%

**(CESG/PETROBRAS/2006/ADMPA/APO/PTRAB) 523/672R-** Um determinado produto para ser fabricado necessita passar por operações em 3 postos de trabalho, A, B e C, dispostos em forma seqüencial, com durações em minutos de 0,1; 0,2 e 0,3, respectivamente. Se a linha de produção opera 8 horas diariamente e a produção desejada é de 600 unidades por dia, qual o número mínimo teórico de operários para se ter uma linha de produção balanceada?

- (A) 0,55 (B) 0,60 (C) 0,65  
(D) 0,70 (E) 0,75

**(CESG/PETROBRAS/2005/EPJ/APO/PTRAB) 524/673-** Uma determinada operação foi cronometrada n vezes, sendo:

TC = tempo médio cronometrado

TN = tempo normal

TP = tempo padrão

V = velocidade do operador

FT = fator de tolerâncias

É correto afirmar que o TP é:

- (A) TC (B) TN (C) TC x V (D) TN x FT (E) TC x FT



# RETA DE CHEGADA

*“Mais que a partida, é a chegada” – Mônica Roberta*

Site: [www.retadechegada.com.br](http://www.retadechegada.com.br)

Tel/Fax.: (21) 3902-1462 (Centro) e (21) 99157-5825 (wpp)

E-Mail: [monicarobs@hotmail.com](mailto:monicarobs@hotmail.com)

**(CESG/PETROBRAS/2005/EPJ/APO/PTRAB) 525/674- Três postos de trabalho (X, Y, Z), dispostos seqüencialmente, têm capacidade individual de 150,120, 200 unidades/dia, respectivamente. Se a produção efetiva do sistema é de 60 unidades/dia, a eficiência do sistema é:**

- (A) 0,3                      (B) 0,4                      (C) 0,5                      (D) 0,6                      (E) 0,7

**#PPROD:**

**(CESG/PETROBRAS/2008/EPJ/APO/PPROD) 526/63- No que tange ao projeto de um produto, é correto afirmar que:**

- (A) na prática, o objetivo de um projeto é satisfazer as necessidades técnicas, financeiras e legais da empresa, e não as necessidades dos clientes, e, para tanto, emprega as técnicas de Engenharia de Valor.  
(B) não é preciso conhecer todas as conseqüências negativas que possam advir da adoção de uma opção de projeto, pois, na fase de execução real do mesmo, há um período chamado vulnerabilidade que é especialmente designado para realizar ajustes e tratar imprevistos.  
(C) o projeto começa com um conceito e termina com a tradução desse conceito em um conjunto de especificações de algo que pode ser produzido para satisfazer as necessidades dos clientes (o produto propriamente dito).  
(D) o sucesso de um projeto decorre da verticalização da instituição à qual ele pertence.  
(E) um aumento de volume de produção implica aumento de variedade de produtos.

**(CESG/PETROBRAS/2008/EPJ/APO/PPROD) 527/64- Ao longo do desenvolvimento do projeto de um produto:**

- (A) a aceitabilidade de uma proposta de projeto indica que o mesmo foi submetido com sucesso aos Métodos de Taguchi.  
(B) a Engenharia de Valor (Value Engineering – VE) e o Desdobramento da Função Qualidade (*Quality Function Deployment – QFD*) são considerados na etapa de Projeto Final.  
(C) a triagem deve selecionar as tecnologias de processos que podem ser empregadas para desenvolver o projeto, e dispensar os elementos que compõem o projeto da rede de operações produtivas.  
(D) as especificações dos produtos e serviços do pacote, bem como a definição dos processos para gerar o pacote, são elaboradas na etapa de Projeto Preliminar.  
(E) o projeto de produtos e o projeto de processos costumam apresentar um inter-relacionamento fraco ou nulo.

**(CESG/BR/2008/EPJ/APO/PPROD) 528/65- Várias técnicas são utilizadas no desenvolvimento de produtos, e uma delas procura projetar o produto de tal forma que pequenas variações na produção ou na montagem não prejudiquem o desempenho do mesmo. Esta é a técnica de**

- (A) engenharia reversa.                      (B) engenharia de valor.  
(C) projeto assistido por computador.                      (D) projeto modular.                      (E) projeto robusto.

**(CESG/PETROBRAS/2005/EPJ/APO/PPROD) 529/66- É uma ferramenta utilizada para testar a robustez de um projeto:**

- (A) Métodos de Taguchi.                      (B) Diagrama Simo.                      (C) Diagrama de Múltiplas Atividades.  
(D) Diagrama de Causa-Efeito.                      (E) Diagrama de Relacionamento.

**(CESG/PROMIMP/2008/QLD/APO/PPROD) 530/67- O desdobramento da função qualidade (QFD) está relacionado às atividades para determinar o que satisfará o consumidor e também à necessidade de**

- (A) traduzir desejos do consumidor em metas de projeto.  
(B) controlar o tempo de atendimento.                      (C) estratificar os problemas em categorias.  
(D) relacionar causas plausíveis aos problemas encontrados.                      (E) estabelecer planos de inspeção periódicos.

**(CESG/PETROBRAS/2008/EPJ/APO/PPROD) 531/68- O planejamento e o controle da qualidade se preocupam com os sistemas e os procedimentos que governam a qualidade dos produtos. Nesse sentido, é correto afirmar que a(o)**

- (A) busca das melhores práticas preconizada pelo Benchmarking redundante numa comparação direta com os concorrentes, mas não gera vantagem competitiva.  
(B) Matriz Importância-Desempenho, embora tenha esse nome, não é adequada para obter medidas de desempenho.



# RETA DE CHEGADA

“Mais que a partida, é a chegada” – Mônica Roberta

Site: [www.retadechegada.com.br](http://www.retadechegada.com.br)

Tel/Fax.: (21) 3902-1462 (Centro) e (21) 99157-5825 (wpp)

E-Mail: [monicarobs@hotmail.com](mailto:monicarobs@hotmail.com)

- (C) Matriz QFD (Quality Function Deployment, isto é, Desdobramento da Função Qualidade) tenta captar o que o cliente deseja e como isso pode ser conseguido.  
(D) Representação Polar não é adequada para obter medidas de desempenho.  
(E) Ciclo PDCA materializa o conceito de melhoramento contínuo e suas fases são: planejar, fazer, checar e alterar.

**(CESG/BNDES/2008/ENG/APO/PPROD) 532/69- Um dos grandes desafios do projeto de produtos e serviços é assegurar que o produto final tenha sucesso e atenda às necessidades e aos desejos dos clientes. O desdobramento da função qualidade, ou Quality Function Deployment (QFD), é uma técnica para o(a):**

- (A) controle de variáveis críticas do processo ao longo do tempo, chamadas itens de controle.  
(B) estabelecimento de planos de inspeção periódicos e preventivos, de acordo com o tempo de vida útil dos principais componentes do processo.  
(C) estruturação e o relacionamento das causas plausíveis e os problemas encontrados em um processo de produção.  
(D) estratificação e o agrupamento dos problemas em categorias e subcategorias, de forma a isolar as causas mais influentes.  
(E) articulação formal entre os requisitos do cliente e as características e dimensões do projeto do produto.

**(CESG/BR/2008/EPJ/APO/PPROD) 533/70- Considere as afirmações sobre objetivos e aplicação da técnica QFD.**

*É uma técnica de cálculo para o dimensionamento das estruturas mecânicas em um projeto.*

**PORQUE**

*Relaciona os requisitos que os consumidores acham relevantes e as características técnicas do produto.*

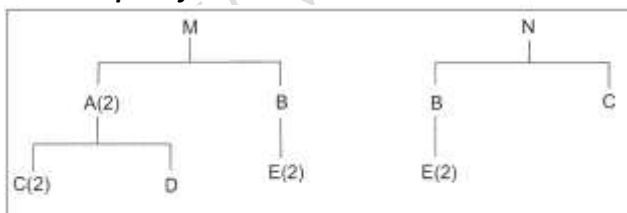
A esse respeito conclui-se que

- (A) as duas afirmações são verdadeiras, e a segunda justifica a primeira.  
(B) as duas afirmações são verdadeiras, e a segunda não justifica a primeira.  
(C) a primeira afirmação é verdadeira e a segunda é falsa.  
(D) a primeira afirmação é falsa e a segunda é verdadeira.  
(E) as duas afirmações são falsas.

**(CESG/PETROBRAS/2005/ADPL/APO/PPROD) 534/71- As empresas da indústria petrolífera têm se caracterizado por constituir holdings compostas de diversificadas unidades estratégicas de negócio. Deste modo, a gestão de marcas corporativas se tornou uma tendência no âmbito destas organizações. Qual é a estratégia de gestão de marcas corporativas que define e direciona a imagem da corporação por diferentes segmentos de mercado?**

- (A) Extensões de marca. (B) Extensões de linhas.  
(C) Marcas combinadas. (D) Multimarcas. (E) Novas marcas.

**(CESG/PETROBRAS/2005/ADPL/APO/PPROD) 535/72- Utilizando a árvore de produto acima, quantos itens C são necessários para fabricar 10 itens M e 20 itens N?**



- (A) 100  
(B) 200  
(C) 300  
(D) 400  
(E) NRA- Nenhuma das Respostas Anteriores

**(CESG/CMOEDA/2005/EPROD/APO/PPROD) 536/152- A técnica Brand Price Off - BPTO é indicada para o desenvolvimento de novo produto na etapa:**

- (A) Teste de Mercado. (B) Testes de Conceitos. (C) Análise de Negócios.  
(D) Avaliação do Mix de Produto. (E) Triagem de Idéias.



# RETA DE CHEGADA

“Mais que a partida, é a chegada” – Mônica Roberta

Site: [www.retadechegada.com.br](http://www.retadechegada.com.br)

Tel/Fax.: (21) 3902-1462 (Centro) e (21) 99157-5825 (wpp)

E-Mail: [monicarobs@hotmail.com](mailto:monicarobs@hotmail.com)

**(CESG/PETROBRAS/2005/EPI/APO/PPROD) 537/163- Para uma organização identificar novos produtos, a ferramenta útil, entre as discriminadas abaixo, é:**

- (A) Fluxo do Processo. (B) Pirâmide de Maslow. (C) Organograma.  
(D) 5S. (E) JIT.

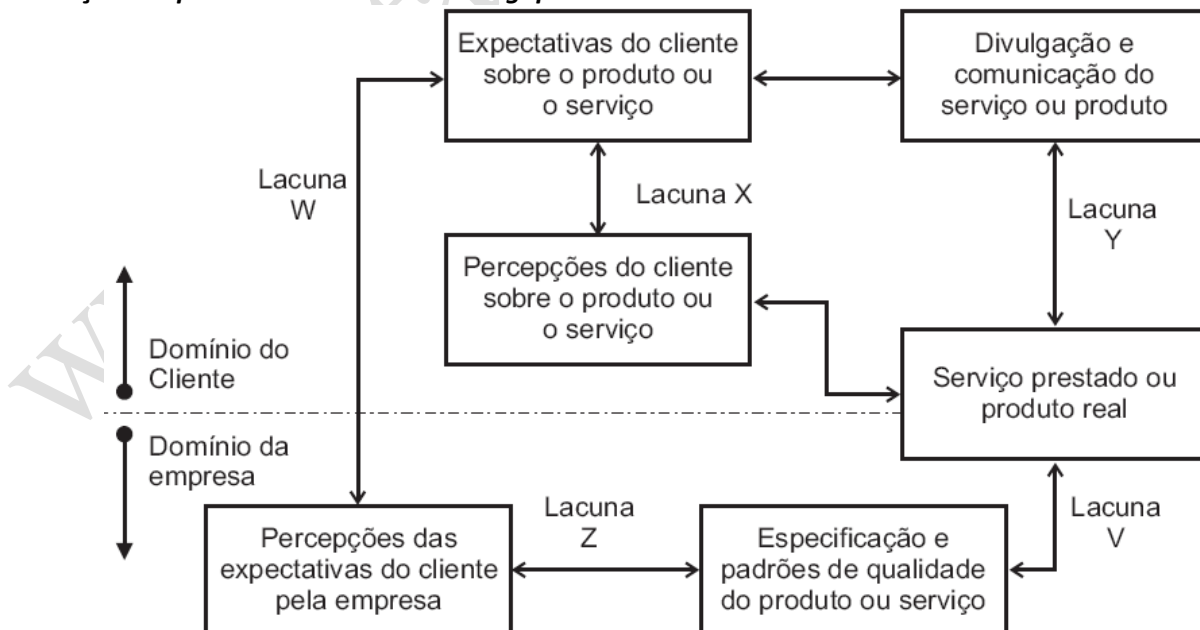
**(CESG/BNDES/2008/ENG/APO/PPROD) 538/166- Um dos grandes desafios do projeto de produtos e serviços é assegurar que o produto final tenha sucesso e atenda às necessidades e aos desejos dos clientes. O desdobramento da função qualidade, ou Quality Function Deployment (QFD), é uma técnica para o(a):**

- (A) controle de variáveis críticas do processo ao longo do tempo, chamadas itens de controle.  
(B) estabelecimento de planos de inspeção periódicos e preventivos, de acordo com o tempo de vida útil dos principais componentes do processo.  
(C) estruturação e o relacionamento das causas plausíveis e os problemas encontrados em um processo de produção.  
(D) estratificação e o agrupamento dos problemas em categorias e subcategorias, de forma a isolar as causas mais influentes.  
(E) articulação formal entre os requisitos do cliente e as características e dimensões do projeto do produto.

**(CESPE/PETROBRAS/2004/ADP/APO/PPROD) A política de produto é uma variável que determina a posição da empresa no mercado. Decisões nesse campo afetam significativamente o interesse dos compradores. Quanto a esse tema, julgue os itens seguintes.**

- (C/E) 539/890- O produto ampliado é o produto tangível somado a todo o conjunto de serviços que o acompanha.  
(C/E) 540/891- A boa prática de *marketing* exige uma tentativa de conferir a produto ou marca da empresa diferenças reais ou psicológicas.  
(C/E) 541/892- É possível formular melhores planos de *marketing* com a identificação do estágio em que se encontra o produto.  
(C/E) 542/893- Denomina-se composto de *marketing* a composição dos produtos oferecidos à venda por uma firma ou unidade empresarial.  
(C/E) 543/894- Excesso de capacidade produtiva crônica ou sazonal indica que o composto de produto atual da empresa é subótimo.  
(C/E) 544/895- Qualquer esforço no sentido de empregar uma marca nominal de sucesso para lançar modificações de produtos ou novos produtos constitui uma estratégia de ampliação de marca.

**(CESG/PETROBRAS/2010/EPROD/APO/PPROD) A figura a seguir deve ser usada para responder às. Ela ilustra o modelo de avaliação da qualidade das 5 lacunas ou gaps.**





# RETA DE CHEGADA

“Mais que a partida, é a chegada” – Mônica Roberta

Site: [www.retadechegada.com.br](http://www.retadechegada.com.br)

Tel/Fax.: (21) 3902-1462 (Centro) e (21) 99157-5825 (wpp)

E-Mail: [monicarobs@hotmail.com](mailto:monicarobs@hotmail.com)

**(CESG/PETROBRAS/2010/EPROD/APO/PPROD) 545/66- Qual é a causa para o aparecimento da lacuna de qualidade indicada pela letra V da figura?**

- (A) Especificação do produto ou serviço não está adequada ao conceito elaborado pela empresa para o produto.
- (B) Deficiência operacional na empresa impede a entrega do produto ou serviço conforme especificado.
- (C) Discrepância entre as expectativas do cliente sobre produto ou serviço e a especificação elaborada pela empresa.
- (D) Divergência entre o produto ou o serviço entregue pela empresa e a sua divulgação para o cliente.
- (E) Falta de consistência entre as necessidades e os desejos dos clientes e o projeto conceitual do produto ou serviço.

**(CESG/PETROBRAS/2010/EPROD/APO/PPROD) 546/67- São exemplos de procedimentos para eliminar os efeitos negativos das lacunas na qualidade do produto ou serviço prestado:**

- I - Para a lacuna X - fazer pesquisas qualitativas da qualidade percebida pelos clientes e efetuar as correções necessárias.
- II - Para a lacuna Y - garantir que os instrumentos e o conteúdo de divulgação estejam alinhados com a capacidade de produção e a operação da empresa em termos de quantidade e especificação dos atributos do serviço ou produto.
- III - Para a lacuna Z - elaborar os planos de qualidade os quais garantam que o produto ou o serviço esteja de acordo com as promessas feitas aos clientes.
- IV - Para a lacuna W - estabelecer um controle de qualidade na linha operacional adequado às especificações do produto ou serviço.

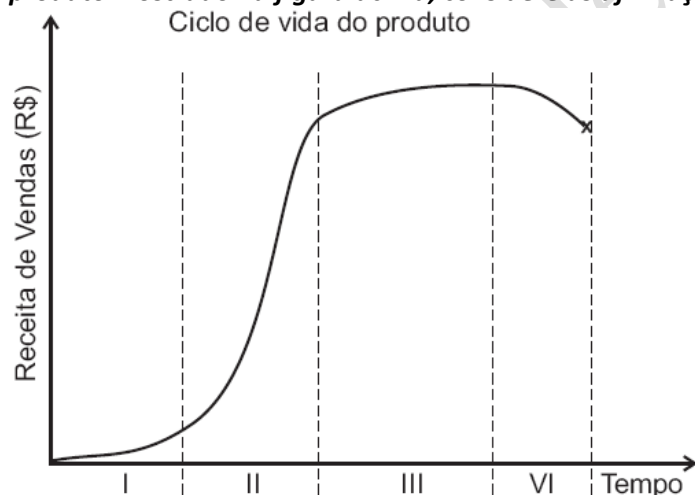
Estão corretos os procedimentos

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

**(CESG/PETROBRAS/2010/EPROD/APO/PPROD) 547/68- Quais lacunas são influenciadas diretamente por deficiências ou falhas na área de Engenharia do Produto?**

- (A) V e Z.
- (B) X e Y.
- (C) Y e Z.
- (D) Y e W.
- (E) W e Z.

**(CESG/PETROBRAS/2010/EPROD/APO/PPROD) 548/69- Com relação aos aspectos operacionais do ciclo de vida do produto mostrado na figura acima, considere as afirmações a seguir.**



HEIZER, J.; RENDER, B. **Administração de Operações: Bens e Serviços**. 5. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2001. p.143. (Adaptação)

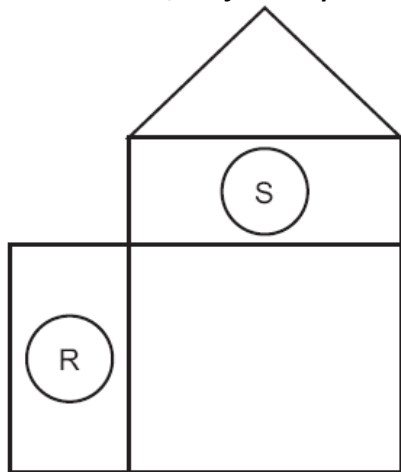
- I– Na fase I, o projeto de produto já está estabilizado e o processo de produção deve buscar maior controle dos custos.
- II– Na fase II, torna-se necessário ter um planejamento de capacidade mais eficaz.
- III– Na fase III, os pontos focais da área de produção são a eficiência do processo de produção e a lucratividade.
- IV– Na fase IV, há solicitação por maior dedicação na busca por fornecedores confiáveis e capazes de atender à demanda.

Estão corretas as afirmações

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



**(CESG/PETROBRAS/2010/EPROD/APO/PPROD) 549/70- Uma das funções do desdobramento da função qualidade, ou Quality Function Deployment (QFD), é traduzir as necessidades e os desejos mais importantes do cliente em metas e atributos do projeto do produto. A técnica é comumente ilustrada por meio de um quadro denominado Casa da Qualidade do QFD, conforme apresentado na figura.**



Considerando a primeira etapa do desenvolvimento do produto, as partes da Casa da Qualidade indicadas pelas letras R e S representam, respectivamente, a lista de

(A) atributos dos desejos dos clientes e a de requisitos técnicos e de processos operacionais da empresa.

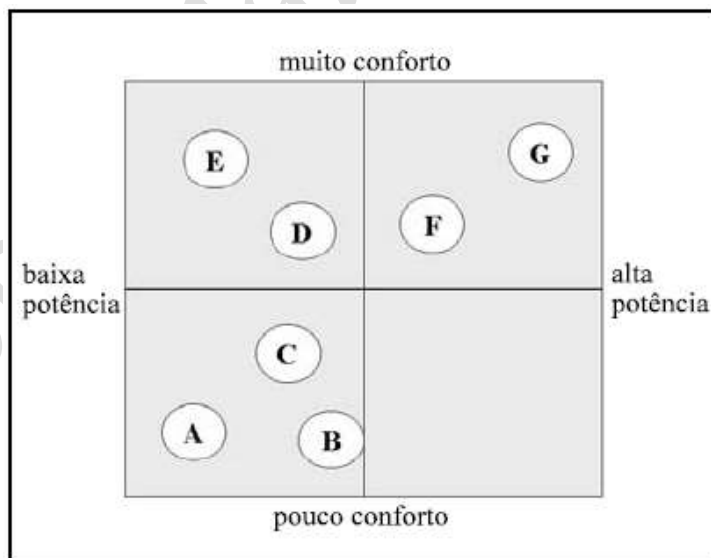
(B) atributos selecionados para o projeto do produto e a de requisitos tecnológicos do produto.

(C) requisitos capazes de atendimento pela empresa e a de atributos selecionados para o projeto do produto.

(D) requisitos tecnológicos do produto e a de requisitos novos para o processo de produção da empresa.

(E) funcionalidades que serão incorporadas ao produto e a de requisitos para o processo de produção da empresa.

**(CESPE/PETROBRAS/2001/EPP/APO/PPROD) Para identificar o posicionamento desejável para um novo automóvel que pretende lançar, uma empresa, a partir de uma lista de atributos, realizou uma pesquisa de opinião junto a potenciais clientes, aos quais era solicitado estabelecer uma pontuação quanto à sua importância para a desejabilidade do produto. O número de atributos foi posteriormente reduzido por meio da análise fatorial, e duas variáveis latentes foram selecionadas para a elaboração de um mapa perceptual: potência e conforto. A técnica de escalonamento multidimensional produziu o mapa apresentado a seguir, em que as letras representam o posicionamento dos produtos existentes.**



Com base nessa situação hipotética, no mapa perceptual acima e nos conceitos de *marketing*, julgue os itens subsequentes.

(C/E) 550/902- O mapa perceptual permite identificar uma oportunidade de posicionamento na categoria alta potência e pouco conforto.

(C/E) 551/903- O novo produto, se for lançado em um mercado com altas taxas de crescimento, deverá ser caracterizado como um produto Estrela na matriz BCG e, portanto, um forte gerador de caixa.

(C/E) 552/904- Antes de desenvolver o protótipo ou o produto real, as idéias acerca do novo automóvel deveriam ser submetidas ao denominado teste de conceito, verificando sua aceitação junto aos consumidores.

(C/E) 553/905- O lançamento do novo automóvel deveria ser sustentado por um esforço de *marketing* visando criar a necessidade pelo produto.

(C/E) 554/906- A análise de benefícios de um produto visa ao aperfeiçoamento das marcas existentes.

(C/E) 555/33- Todo produto classificado como abacaxi deve ser eliminado.

(C/E) 556/34- Pet ou pepino também pode ser considerado criança-problema.



# RETA DE CHEGADA

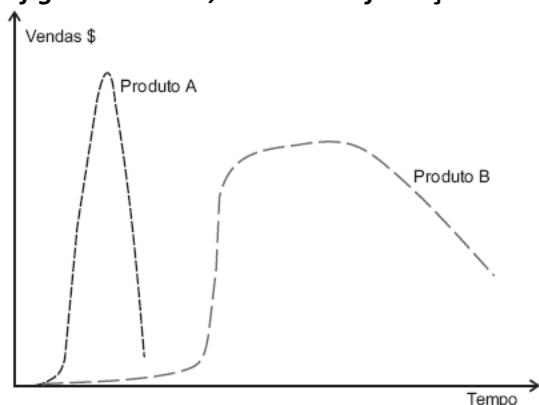
“Mais que a partida, é a chegada” – Mônica Roberta

Site: www.retadechegada.com.br

Tel/Fax.: (21) 3902-1462 (Centro) e (21) 99157-5825 (wpp)

E-Mail: monicarobs@hotmail.com

**(CESG/DECEA/2009/EPROD/PEST/EST) 557/504- Com relação aos ciclos de vida dos dois produtos mostrados na figura “abaixo”, analise as afirmações a seguir.**



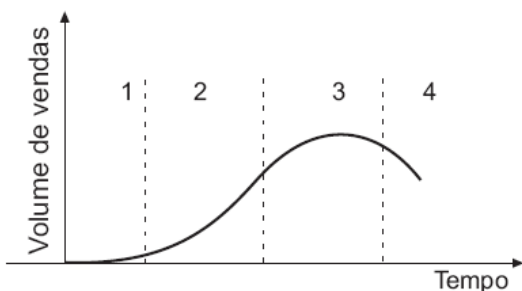
KOTTLER, P. ARMSTRONG, G. **Princípios de Marketing**. 12ª ed. São Paulo: Pearson-Prentice Hall. 2007. p. 244. (Adaptado)

- I - O produto A teve um pico de vendas maior, mas permaneceu menos tempo na fase de maturidade que o produto B.
- II - O estágio de introdução do produto B durou menos tempo do que o do produto A.
- III - A taxa de aceitação durante o estágio de crescimento é semelhante nos dois produtos.

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

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

**(CESG/CMOEDA/2009/AGES27/PEST/EST) 558/524- A figura acima ilustra as fases do ciclo de vida de um produto. De acordo com Kotler, qual estratégia é mais adequada para a fase 1?**



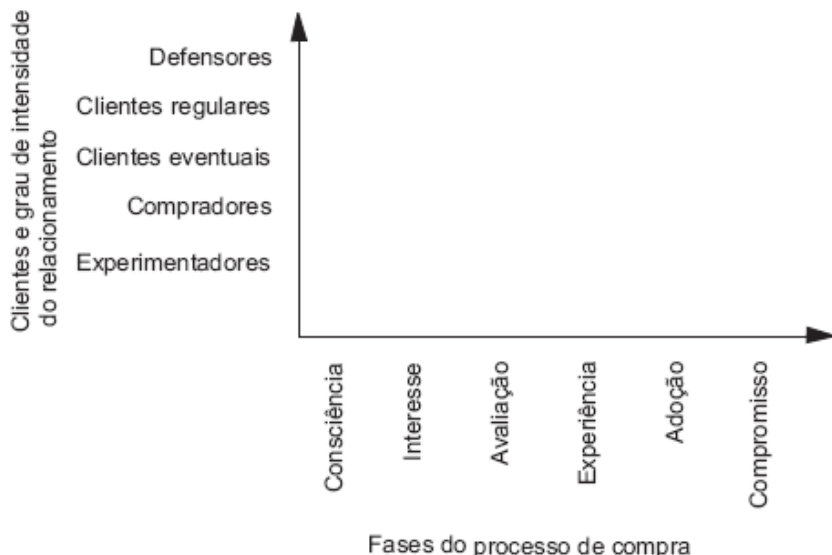
KOTTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de Marketing**. 12ª ed. São Paulo: Person Prentice-Hall, 2007. p.244. (Adaptado)

- (A) Ampliar atendimento e garantias.
- (B) Diversificar marcas e modelos.
- (C) Descontinuar oferta do produto.
- (D) Oferecer ampliações do produto.
- (E) Oferecer produto básico.

**(MRS/2009/PEST/EST) 559/527- Das cinco fases do ciclo de vida não está correta:**

- (A) Desenvolvimento
- (B) Introdução
- (C) Crescimento
- (D) Intelecção
- (E) Declínio

**(CESG/PETROBRAS/2005/ADMP/PEST) 560/784- Considere o par de eixos apresentado a seguir.**



- O gráfico que relaciona os dois eixos é adequadamente descrito por uma curva:
- (A) em forma de sino.
  - (B) em forma de “U”.
  - (C) horizontal.
  - (D) ascendente.
  - (E) descendente.



# RETA DE CHEGADA

“Mais que a partida, é a chegada” – Mônica Roberta

Site: [www.retadachegada.com.br](http://www.retadachegada.com.br)

Tel/Fax.: (21) 3902-1462 (Centro) e (21) 99157-5825 (wpp)

E-Mail: [monicarobs@hotmail.com](mailto:monicarobs@hotmail.com)

## #INOV:

**(CONSULPLAN/CESAN/2011/PROD/APO/INOV) 561/28- “Com menos de 20 anos de idade, ambas são empresas jovens, mas que já têm o status de companhias globais gigantes que se destacam num segmento que revolucionou a economia mundial nas últimas décadas. Surgiram nos EUA, lançadas em universidades, sendo que uma é oriunda da Universidade de Stanford e a outra é da Universidade de Harvard.” A afirmativa trata-se de:**

- A) Google e Facebook.                      B) Coca-cola e Pepsi.                      C) Shell e Exxon Mobil.  
D) Microsoft e Apple.                      E) AT&T e Telefonica.

**(CESG/BNDES/2011/ECN/APO/INOV) 562/41- Henry Ford introduziu a linha de produção na sua empresa automobilística, substituindo a montagem artesanal em oficinas. Foi uma substancial inovação no processo de produção com consequências importantes sobre o modelo de negócio: a redução de custos permitiu preços menores e modificou o público-alvo, para um mercado de massa. Esse processo todo é considerado uma inovação**

- (A) na cadeia de suprimentos                      (B) tecnológica                      (C) incremental  
(D) sustentada                      (E) radical

**(CESG/PETROBRAS/2014.1/EPROD/APO/INOV) 563/63- A separação do alumínio e do plástico da embalagem do tipo longa vida já foi o grande problema para a reciclagem desse produto. Depois de anos de pesquisa e de investimentos de milhões de reais, uma empresa desenvolveu uma tecnologia inédita no mundo para a reciclagem total desse tipo de embalagem. Esse novo processo de reciclagem da embalagem longa vida é um caso típico de inovação**

- (A) radical                      (B) arquitetural                      (C) básica  
(D) incremental intermediária                      (E) incremental avançada

**(CESG/PETROBRAS/2014.2/EPROD/APO/INOV) 564/63- No século passado, um cientista de uma empresa conheceu uma experiência de outro cientista, um adesivo reposicionável, e passou a desenvolver tiras de papel cobertas com esse adesivo de baixo tato, culminando com a invenção de um novo conceito de bloco de recados. Esse é um caso típico de inovação**

- (A) básica                      (B) arquitetural                      (C) incremental avançada  
(D) incremental intermediária                      (E) radical

**(CESG/PETROBRAS/2014.2/EPROD/APO/INOV) 565/70- O trecho abaixo identifica um grupo de inovação tecnológica:**

[...] Quando existe melhoria no que se faz e/ou aperfeiçoamento do modo como se faz, por acrescentar novos materiais, ou desenhos ou embalagens que tornam mais práticos produtos ou processos já anteriormente existentes, ou ainda acrescentando utilidades diferenciadas ou melhoras evidentes que os tornam mais desejados pelos seus clientes/consumidores e portanto mais competitivos. - Manual de Inovação – Movimento Brasil Competitivo, 2008.

Trata-se de grupo de inovação tecnológica

- (A) incremental                      (B) radical                      (C) semirradical  
(D) corrente                      (E) sistemática

**(CESG/TRANSPETRO/2006/ADMP/APO/PPROD) 566/901- Um produto eletrônico está entrando na fase de crescimento do seu ciclo de vida e só foi experimentado por uma pequena parcela de consumidores que, com suas críticas e sugestões, permitiram aos fabricantes a realização de adaptações e melhorias. No intuito de acelerar a difusão da inovação, as empresas do setor pretendem desenvolver um esforço de marketing calcado em esclarecimento sobre o uso e os benefícios do produto, bem como em incentivos à compra, que terá como público-alvo consumidores que, graças à credibilidade que têm, podem servir como referência para o mercado, atuando como agentes de mudança. O segmento de mercado que preenche essas características é conhecido como:**

- (A) inovadores.                      (B) adotantes iniciais.                      (C) maioria inicial.  
(D) maioria tardia.                      (E) retardatários.



# RETA DE CHEGADA

“Mais que a partida, é a chegada” – Mônica Roberta

Site: [www.retadechegada.com.br](http://www.retadechegada.com.br)

Tel/Fax.: (21) 3902-1462 (Centro) e (21) 99157-5825 (wpp)

E-Mail: [monicarobs@hotmail.com](mailto:monicarobs@hotmail.com)

**(CESG/BR/2012/VNDAUTO/APO/INOV) 567/59- Os gastos em pesquisa e desenvolvimento (P & D) despendidos pelas empresas petrolíferas para viabilizar novas tecnologias de extração e produção de petróleo na camada do pré-sal objetivam, preponderantemente, criar inovações na forma de**

- (A) processo (B) produto (C) novos métodos organizacionais  
(D) novas fontes de matérias-primas (E) abertura de novos mercados

**(MRS/2012/APO/INOV) 568/110-A figura abaixo representa:**



- (A) Modelo de Foster  
(B) Modelo de Abernathy-Utterback  
(C) Ondas de Inovação de Schumpeter  
(D) Cadeia de Valor de Porter  
(E) NRA – Nenhuma das Respostas Anteriores

**(CESG/PETROBRAS/2005/EPP/APO/INOV) 569/80- Uma das características do paradigma da Open Innovation é a diluição das fronteiras da organização para incentivar a pesquisa e o desenvolvimento (P&D), combinando fontes tanto internas da organização como externas a esta. Tal lógica provoca um aumento significativo do acesso a novos conhecimentos, exigindo um modelo de negócio distinto do setor de P&D interno e hierarquizado. Uma empresa do ramo petrolífero, situada em um país de economia emergente, enfrenta sérios problemas para nacionalizar partes e componentes de equipamentos e produtos**

(acima de 60% em valor são partes e componentes importados), ficando exposta ao mercado internacional. Para esta organização solucionar tal problema, tendo como base o paradigma da Open Innovation, deverá:

- (A) montar internamente um centro de pesquisa para desenvolver tais necessidades.  
(B) desenvolver uma rede de competências tecnológicas que envolva instituições de pesquisa e ensino, redes de certificação, empresas e spin-offs.  
(C) estabelecer estratégia de aquisição das empresas internacionais de tais componentes e partes.  
(D) demandar do governo ajuda por meio de subsídios, para importação de partes e componentes.  
(E) estabelecer, no âmbito da organização, unidades de negócios que fabriquem tais insumos necessários à operação da própria empresa.

**(CESG/PETROBRAS/2012/EPROD/APO/INOV) 570/66- A inovação tecnológica é fundamental para o sucesso das organizações e pode ocorrer em diversos níveis. Dentre os níveis de inovação, constitui o conceito de closed innovation aquele que**

- (A) considera as inovações geradas dentro da própria empresa.  
(B) ocorre quando a empresa é capaz de suprir o mercado com novos produtos.  
(C) se refere aos diferentes produtos que podem ser gerados dentro de uma mesma linha de produção.  
(D) se preocupa com uma produção eficiente que racionaliza os recursos empregados pela empresa.  
(E) se relaciona à forma como o produto é oferecido ao mercado.

**(ESAF/MPOG/2010/ATI/APO/INOVI) 571/49- A empresa deve administrar a autotransformação por meio**

- a) do desenvolvimento de novas aplicações utilizando seus próprios sucessos.  
b) da inovação contínua como um processo restrito ao uso da TI.  
c) da redução contínua das atividades pertinentes a processos de alta complexidade.  
d) da adequação das decisões corporativas aos objetivos da área de TI.  
e) da redução de custos em formação de recursos humanos.



# RETA DE CHEGADA

*“Mais que a partida, é a chegada” – Mônica Roberta*

Site: [www.retadechegada.com.br](http://www.retadechegada.com.br)

Tel/Fax.: (21) 3902-1462 (Centro) e (21) 99157-5825 (wpp)

E-Mail: [monicarobs@hotmail.com](mailto:monicarobs@hotmail.com)

**(ESAF/MPOG/2010/ATI/APO/INOV) 572/57- Em relação à gestão do conhecimento e da informação, é correto afirmar que**

- a) para a estratégia de avanço, os processos de conhecimento importantes são: economia de escopo e inovação radical.
- b) as estratégias de sobrevivência constroem a rentabilidade da empresa no futuro.
- c) para a estratégia de avanço, os processos de conhecimento importantes são: transferência de conhecimento e inovação radical.
- d) para a estratégia de sobrevivência, os processos de conhecimento importantes são: rentabilidade futura e melhoria contínua.
- e) as estratégias de sobrevivência asseguram a rentabilidade da empresa no presente.

**(ESAF/AFC\_CGU/2003/APO/INOV) 573/57- Os programas de qualidade se consolidaram no Japão visando basicamente produzir ganhos de competitividade para as indústrias; no entanto, as idéias e métodos da qualidade se expandiram para outras realidades. Assinale a opção que não corresponde ao enfoque dado por um programa de qualidade.**

- a) A implantação de um programa de qualidade tem como foco garantir a qualidade do produto, promover melhorias contínuas por meio de estímulo à inovação, atender às expectativas dos clientes, mantendo-os satisfeitos.
- b) A implantação de um programa de qualidade tem como foco padronizar a produção, promover melhorias por meio de um processo de especialização e criar unidades de atendimento ao cliente.
- c) A implantação de um programa de qualidade tem como foco produzir um único produto padronizado, promover melhorias por meio de um processo de especialização e crer na fidelização do mercado.
- d) A implantação de um programa de qualidade tem como foco garantir a qualidade do produto, promover melhorias contínuas por meio da diminuição de desperdícios, atender às expectativas dos clientes, mantendo-os satisfeitos.
- e) A implantação de um programa de qualidade tem como foco produzir certo na primeira vez, promover melhorias contínuas por meio de estímulo à inovação, criar unidades de atendimento ao cliente.

**(CESPE/FINEP/2009/CARGO04/APO/INOV) 574/81- Entende-se por sistema de gestão**

- A) o grau em que o ocupante do cargo sente-se pessoalmente responsável pelo trabalho e tem consciência de que os resultados do trabalho dependem dele.
- B) um aspecto essencial da criatividade e inovação nas organizações hodiernas.
- C) a arte de descobrir como e por que algumas empresas conseguem desempenhar muito mais tarefas e de maneira bem melhor do que outras empresas.
- D) a aplicação da engenhosidade e imaginação a fim de proporcionar nova ideia, diferente abordagem ou nova solução para um problema.
- E) um conjunto de políticas, conceitos e práticas coerentes entre si voltado ao atingimento dos objetivos organizacionais de empresa de maneira eficiente e eficaz.

**(NCE/CVM/2008/AGE/APO/INOV) 575/60 - A década de 60 representa um marco para o Sistema Financeiro Nacional, devido as inovações que propiciaram grande desenvolvimento e que não pararam, acontecendo até os dias de hoje. É inovação dos anos 80 no Sistema Financeiro Nacional:**

- (A) Correção Monetária;
- (B) Criação da Central de Custódia e de Liquidação Financeira de Títulos;
- (C) Código de Defesa do Consumidor;
- (D) Programa de Estímulo à Reestruturação e ao Fortalecimento do Sistema Financeiro Nacional;
- (E) Lei de Capitais Estrangeiros e regulamentações.

**(CESG/INNOVA/2012/ADM01/APO/INOV) 576/50- Para a definição de uma estratégia, é imprescindível que ela esteja em consonância com os produtos, mercados e clientes, além de integrada ao contexto dos negócios da organização. Havendo a interação desses elementos, a organização se tornará competitiva. O nome do método utilizado para enfrentar a competição dos concorrentes e os aspectos em que tal método se baseia são, respectivamente:**

- (A) Diferenciação: produtos de valor superior ao da concorrência, porque são diferentes, utilizando qualidade e inovação como fatores fundamentais.
- (B) Liderança em Custos: produtos diferenciados de seus concorrentes por serem mais caros.



# RETA DE CHEGADA

“Mais que a partida, é a chegada” – Mônica Roberta

Site: [www.retadechegada.com.br](http://www.retadechegada.com.br)

Tel/Fax.: (21) 3902-1462 (Centro) e (21) 99157-5825 (wpp)

E-Mail: [monicarobs@hotmail.com](mailto:monicarobs@hotmail.com)

(C) Segmentação por Mercado: produtos diferenciados pelo *design* e estilo, em que a flexibilidade e a velocidade são fundamentais.

(D) Segmentação por Cliente: seleção de um segmento limitado de clientes, ao qual se consegue servir melhor que a concorrência, com mais eficiência.

(E) Foco: obtenção de custos mais baixos que a concorrência, utilizando a eficiência como fator fundamental.

**(CESG/BNDES/2013/ENG11/APO/INOV) 577/50- O processo de mudança tecnológica é resultado do esforço das empresas em investir em atividades de pesquisa e desenvolvimento (P&D) e na incorporação posterior de seus resultados em novos produtos, processos e formas organizacionais. As atividades de P&D referem-se à**

(A) pesquisa acadêmica, à pesquisa empresarial e à pesquisa internacional

(B) pesquisa aleatória, à pesquisa técnica e à pesquisa globalizada

(C) pesquisa literária, à pesquisa científica e à pesquisa de bancada

(D) pesquisa básica, à pesquisa aplicada e ao desenvolvimento experimental

(E) pesquisa basal, à pesquisa integrada e ao desenvolvimento definitivo

**(CESG/BNDES/2013/ENG11/APO/INOV) 578/61- Livros disseminam casos de sucesso, cursos ensinam executivos a inovar, eventos celebram o tema e prêmios reconhecem os maiores talentos. [...] Oded Shenkar, professor de Ohio State University [...], seguiu caminho contrário. Seu livro [...] celebra a cópia, e não o original. O pesquisador mostra como os seguidores conseguem gerar valor copiando. [...] Copiar não é bom para o ego dos executivos, mas pode ser ótimo para o bolso dos acionistas. O iPod não foi o primeiro reprodutor de músicas. O conceito de tablet foi criado muitos anos antes do lançamento do iPad. Isso não impediu a Apple de dominar o mercado e capturar enorme valor. Não se pode negar a importância da inovação da empresa, mas seus lucros vêm de uma estratégia mais ampla, [...] Revista Carta Capital. São Paulo: Ed. Confiança. no 702, 20 jun. 2012, p.72. Um argumento utilizado por aqueles que defendem a posição do pesquisador mencionado no texto está contido na seguinte afirmação:**

(A) A velocidade da inovação está diminuindo porque o desenvolvimento da pesquisa para novas tecnologias estagnou.

(B) A inovação reduz riscos no empreendimento porque há garantia de aceitação dos produtos pelos consumidores.

(C) A imitação é aceitável porque permite economizar custos em pesquisa científica, em desenvolvimento e em marketing.

(D) A imitação é uma capacidade estratégica essencial porque as empresas devem priorizar os impulsos dos consumidores compulsivos.

(E) Tanto a inovação quanto a imitação devem ser incentivadas porque ambas evidenciam na mesma proporção o caráter da originalidade do produto no mercado.

**(CESG/BNDES/2013/ENG11/APO/INOV) 579/69- A principal característica da teoria shumpeteriana da concorrência é que ela se insere numa visão dinâmica e evolucionária do funcionamento da economia capitalista. Por ela, a evolução dessa economia é vista ao longo do tempo como baseada num processo**

(A) ininterrupto de introdução e difusão de inovações em sentido amplo

(B) discreto de introdução e difusão de inovações em sentido amplo

(C) discreto de introdução e difusão de inovações em sentido restrito

(D) acelerado de introdução e difusão de inovações em sentido restrito

(E) pontual de introdução e difusão de inovações em sentido genérico

**(CESG/BNDES/2013/ENG11/APO/INOV) 580/70- Além das empresas e de suas atividades de pesquisa e desenvolvimento (P&D), o conjunto de instituições que contribui para a inovação e a ligação entre elas compreende o Sistema Nacional de Inovação. Com relação ao ciclo da inovação,**

(A) a introdução de uma inovação associada a um processo de invenção dá origem ao que se denomina inovação incremental.

(B) a introdução de inovações permite a introdução de outras variações denominadas imitação.

(C) o processo de imitação com introdução de melhorias é denominado introdução de inovações radicais.

(D) as invenções, quando associadas às patentes, são lançadas no mercado com sucesso comercial.

(E) as patentes, quando empresariais, transformam-se em inovações.



# RETA DE CHEGADA

“Mais que a partida, é a chegada” – Mônica Roberta

Site: [www.retadachegada.com.br](http://www.retadachegada.com.br)

Tel/Fax.: (21) 3902-1462 (Centro) e (21) 99157-5825 (wpp)

E-Mail: [monicarobs@hotmail.com](mailto:monicarobs@hotmail.com)

**(CESG/BNDES/ECON/2013/APO/INOV) 581/34- A atividade de geração de inovações em uma empresa pode ser organizada de várias formas. Na concepção organizacional do modelo linear, as inovações são geradas**

- (A) na área de Pesquisa e Desenvolvimento e repassadas às demais áreas funcionais.
- (B) na área de *Marketing* e repassadas à área de produção.
- (C) na área de Vendas e repassadas às demais áreas funcionais.
- (D) no processo interativo das reuniões interdepartamentais regulares.
- (E) nos grupos de trabalho, envolvendo pessoas de várias áreas funcionais.

**(FCC/SERGAS/2013/MKT/APO/INOV) 582/27. Na análise das estratégias da atratividade e da condição de sustentação de longo prazo em um dado mercado ou segmento, os administradores de marketing podem se valer do Modelo das 5 Forças de Porter. Apresenta corretamente algumas das variáveis (Forças) consideradas neste modelo:**

- (A) Grau de inovação tecnológica dos mercados; Intensidade competitiva; Influência dos canais de distribuição.
- (B) Custos de promoção da oferta no mercado; Poder de barganha dos compradores; Poder de barganha dos fornecedores.
- (C) Pontos fortes; Pontos fracos; Oportunidades.
- (D) Taxa de crescimento do PIB; Taxa de Câmbio; Nível de desemprego.
- (E) Grau de rivalidade no segmento ou mercado; Ameaça de novos entrantes; Ameaça de produtos substitutos.

**(FCC/SERGAS/2013/MKT/APO/INOV) 583/48. Uma das atividades mais disseminadas no mercado é o telemarketing, ou o esforço de contatar clientes e consumidores, atendê-los ou realizar vendas por meio do telefone. Pelo ponto de vista da gestão do composto de marketing, o motivo que justifica a utilização dessa atividade é**

- (A) a intimidade: a gestão dos contatos com os clientes permite maior confiança e intimidade, alcançadas pela maior flexibilidade nos diálogos e scripts de atendimento e interação, ajustados a cada pessoa.
- (B) a receptividade: a interação pessoa a pessoa permite o tratamento pessoal e a formulação de mensagens exclusivas na comunicação com o cliente, o que aumenta a aceitação deste tipo de contato.
- (C) o custo: o *telemarketing* pode substituir a disponibilização de vendedores e atendentes em locações físicas, o que gera economia de recursos.
- (D) a inovação: há cada vez mais formatos diferenciados para o atendimento do público e também nos esforços de abordagem e qualificação de potenciais clientes.
- (E) a frequência: pelo seu custo reduzido e pela facilidade de contato com o consumidor, o *telemarketing* ativo oferece maior eficiência na repetição da mensagem junto aos públicos-alvo.

**(AOCP/CORENSC/2013/ADM/APO/INOV) 584/33- Em relação aos fatores de desempenho que precisam estar presentes em toda equipe, relacione as colunas e assinale a alternativa com a sequência correta.**

- |               |                |                    |
|---------------|----------------|--------------------|
| 1. Assessoria | 2. Inovação    | 3. Desenvolvimento |
| 4. Produção   | 5. Manutenção  | 6. Ligação         |
| 7. Promoção   | 8. Organização | 9. Inspeção        |

- ( ) Sua força está em executar planos e alcançar metas e resultados de modo ordenado e controlado.
- ( ) Fator relacionado com a coordenação e a integração do trabalho dos membros da equipe.
- ( ) Fator relacionado com a salvaguarda de padrões e processos.
- ( ) Fator relacionado com dar e receber informação.
- ( ) Fator relacionado com o controle e a auditoria dos sistemas de trabalho.
- ( ) Fator relacionado com a identificação e a exploração de oportunidades.
- ( ) Se as pessoas não estão atualizadas em suas práticas, a estrutura de custos aumenta e prejudica a competitividade.
- ( ) Fator relacionado com a avaliação e o teste de aplicabilidade de novas abordagens.
- ( ) Objetivos claros devem ser definidos e deve-se implementar a ação necessária para assegurar resultados no tempo e no custo.

- (A) 8 – 1 – 5 – 4 – 9 – 7 – 2 – 3 – 6.
- (B) 4 – 6 – 1 – 2 – 3 – 9 – 8 – 7 – 5.
- (C) 8 – 3 – 2 – 7 – 9 – 1 – 5 – 6 – 4.
- (D) 4 – 6 – 5 – 1 – 9 – 7 – 2 – 3 – 8.
- (E) 6 – 3 – 2 – 7 – 9 – 4 – 5 – 1 – 8.



# RETA DE CHEGADA

“Mais que a partida, é a chegada” – Mônica Roberta

Site: [www.retadachegada.com.br](http://www.retadachegada.com.br)

Tel/Fax.: (21) 3902-1462 (Centro) e (21) 99157-5825 (wpp)

E-Mail: [monicarobs@hotmail.com](mailto:monicarobs@hotmail.com)

**(MIL/MAR/2012/ADM/APO/INOV) 585/32- O entendimento das relações de interdependência entre os diversos componentes de uma organização, e entre a organização e o ambiente externo representa o conceito de fundamento do modelo de excelência do Prêmio Nacional de Qualidade ( PNQ)?**

- (A) Orientação por processos e informações. (B) Geração de valor.  
(C) Pensamento sistêmico. (D) Desenvolvimento de parcerias.  
(E) Cultura de inovação.

**(ESAEX/2002\_13/ADM/APO/INOV) 586/34. Dentre as várias formas em que as empresas podem avaliar seus fornecedores, àquela que permite que tanto o cliente, quanto o fornecedor possam adaptar-se rapidamente às alterações e solicitações do mercado, tecnicamente é denominada de**

- (A) adaptação. (B) inovação. (C) aderência.  
(D) flexibilidade. (E) pontualidade.

**(ESAEX/2002\_13/ADM/APO/INOV) 587/69. O Tenente Pedro conversa com seu amigo Tenente Carlos sobre as habilidades essenciais para o bom desempenho de suas funções, como Administrador da Divisão de Patrimônio. Pedro expõe que era importante apenas utilizar o bom senso e as habilidades interpessoais e de comunicação. Já Carlos expressa a idéia de que um bom administrador sabe que, para que se tenha um ambiente de trabalho de alto desempenho, isto não é suficiente. É preciso, também, ter e utilizar as seguintes habilidades:**

- (A) mentais tecnológicas e de criação. (B) cognitivas afetivas e de Inovação.  
(C) emocionais, profissionais e de reflexão. (D) técnicas, conceituais e de decisão.  
(E) lógicas, analíticas e de avaliação.

**(FCC/PGRJ/2011/TSA/APO/INOV) 588/30- Sobre os atributos criatividade e capacidade de inovação em uma organização dinâmica:**

- I. A invenção do balão pelos irmãos Montgolfier, no século XVIII, é um exemplo de inovação.  
II. Nem sempre a inovação é o resultado da criação de algo totalmente novo mas, com muita frequência, é o resultado da combinação original de coisas já existentes.  
III. Uma organização que estimula a criatividade valoriza, acima de tudo, a disciplina, a pontualidade, a economia, a racionalidade e a ordem.  
IV. Criatividade é a habilidade de aplicar soluções criativas e valiosas a problemas e oportunidades, compreendendo também a implementação destas soluções.  
V. Inovação é a habilidade de desenvolver novas ideias e de descobrir novas formas de compreender problemas e vislumbrar oportunidades.

- (A) Estão corretas APENAS as afirmativas I e II. (B) Estão corretas APENAS as afirmativas I, II e V.  
(C) Estão corretas APENAS as afirmativas II, III e IV. (D) Estão corretas APENAS as afirmativas III e IV.  
(E) Estão corretas APENAS as afirmativas III, IV e V.

**(FCC/BAGAS/2010/APOG/APO/INOV) 589/40- Os dois principais direcionadores estratégicos da criação de ambientes hipercompetitivos e que influenciam a natureza do cenário competitivo do século XXI são:**

- a) o surgimento da economia e tecnologia globalizada, e:  
b) mudanças tecnológicas rápidas.**

Análise:

- I. As tecnologias disruptivas surgem frequentemente nos mercados competitivos de hoje.  
II. Uma tecnologia disruptiva pode criar algo que é essencialmente uma nova indústria ou prejudicar os *incumbents* das indústrias.  
III. Em um mercado hipercompetitivo, as empresas geralmente desafiam agressivamente seus concorrentes na esperança de manter sua posição competitiva e seu desempenho.  
IV. Uma das oportunidades que surge ao se entrar no mercado globalizado é que normalmente as empresas têm um tempo razoável para aprender como competir em mercados novos para elas.





# RETA DE CHEGADA

“Mais que a partida, é a chegada” – Mônica Roberta

Site: [www.retadechegada.com.br](http://www.retadechegada.com.br)

Tel/Fax.: (21) 3902-1462 (Centro) e (21) 99157-5825 (wpp)

E-Mail: [monicarobs@hotmail.com](mailto:monicarobs@hotmail.com)

V. Na economia globalizada, os concorrentes às vezes imitam as ações competitivas bem sucedidas de uma empresa em apenas alguns dias e a fonte de vantagem competitiva que a empresa possuía por meio das patentes do produto é extinta pela velocidade atual da difusão tecnológica.

É correto o que consta APENAS em

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

**(IAUPE/COMPESA/2012/EPROD/PEST/PE/BSC) 590/46. Balanced Scorecards, BSC, pode ser traduzido como Indicadores Balanceados de Desempenho. A esse respeito, analise as afirmativas abaixo:**

I. O BSC é baseado em quatro perspectivas: (1. financeira; 2. clientes, 3. fornecedores, 4. processos externos).

II. Com o BSC, a escolha dos indicadores de uma organização não se limita unicamente ao foco econômico-financeiro. Também se utilizam indicadores focados em ativos intangíveis, como: desempenho de mercado junto com o cliente, desempenho de pessoas, processos internos, inovação e tecnologia.

III. O BSC foi apresentado inicialmente como um modelo de avaliação da performance empresarial, porém a aplicação em empresas proporcionou seu desenvolvimento para uma metodologia de gestão estratégica.

Está CORRETO o que se afirma em

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

**(CESG/FINEP/2013/C.BÁS/APO/INOV/OSLO3.0) 591/29- Nos termos do Manual de Oslo – Proposta de Diretrizes para Coleta e Interpretação de Dados sobre Inovação Tecnológica –, a atividade de uma empresa que cessa antes da implementação da inovação é considerada**

- (A) finda (B) deserta (C) abandonada (D) frustrada (E) suspensa

**(CESG/FINEP/2013/C.BÁS/APO/INOV/OSLO3.0) 592/30- Pretendendo realizar estudo em sua empresa sobre inovação, após realizar rápida pesquisa, um funcionário verifica que duas famílias básicas de indicadores de Ciência e Tecnologia (C&T) são diretamente relevantes para a mensuração da inovação, sendo uma delas, nos termos do Manual de Oslo, as**

- (A) projeções inovadoras (B) pesquisas abertas (C) pesquisas de mercado  
(D) referências científicas (E) estatísticas de patentes

**(CESG/FINEP/2013/C.BÁS/APO/INOV/OSLO3.0) 593/31- De acordo com o Manual de Oslo, podem ser identificados quatro tipos de inovação, sendo um deles a**

- (A) organizacional (B) comercial (C) industrial (D) estamental (E) registral

**(CESG/FINEP/2013/C.BÁS/APO/INOV/OSLO3.0) 594/32- Nos termos do Manual de Oslo, os estoques de confiança social, valores e normas das empresas estão relacionados ao**

- (A) instituto social (B) capital social (C) modelo comunitário  
(D) governo democrático (E) método participativo

**(CESG/FINEP/2013/C.BÁS/APO/INOV/OSLO3.0) 595/33 - O Manual de Oslo apresenta propostas e diretrizes para a coleta e a interpretação de dados sobre inovação tecnológica. De acordo com esse Manual, a introdução de um bem ou de um serviço novo ou significativamente melhorado, no que concerne às suas características ou aos usos previstos, é considerada uma inovação**

- (A) evolutiva (B) organizacional (C) de marketing (D) de processo (E) de produto

**(CESG/FINEP/2013/C.BÁS/APO/INOV/OSLO3.0) 596/35- No Manual de Oslo, preconiza-se que**

(A) o treinamento em métodos existentes de produção para novos empregados e os cursos de idiomas são atividades de inovação institucional.

(B) o desenvolvimento de serviços não é classificado como pesquisa e desenvolvimento experimental - P&D -, mesmo no caso de resultar em um novo conhecimento.



# RETA DE CHEGADA

“Mais que a partida, é a chegada” – Mônica Roberta

Site: [www.retadachegada.com.br](http://www.retadachegada.com.br)

Tel/Fax.: (21) 3902-1462 (Centro) e (21) 99157-5825 (wpp)

E-Mail: [monicarobs@hotmail.com](mailto:monicarobs@hotmail.com)

(C) o desenvolvimento de softwares é classificado como P&D e envolve a realização de avanços científicos e tecnológicos e/ou a resolução de incertezas científicas e tecnológicas em uma base sistemática.

(D) o desenvolvimento e a implementação de novos métodos de marketing, mesmo que não utilizados anteriormente pela empresa, não devem ser considerados como atividades de inovação.

(E) a P&D intramuros compreende toda pesquisa e desenvolvimento experimental gerados no interior da empresa e exclui a aquisição de bens de capital diretamente relacionados com a P&D.

**(CESG/FINEP/2013/AREA1/APO/INOV) 597/40- Os conceitos de grau de novidade e de difusão são importantes para o estudo da inovação. A difusão é o meio pelo qual as inovações se disseminam, através de canais de mercado ou não, a partir da sua primeira introdução para diferentes consumidores, países, regiões, setores, mercados e empresas. Sem difusão, uma inovação não tem impacto econômico. Nesse contexto, verifica-se que**

(A) a inovação que causa um impacto significativo em um mercado e na atividade econômica das empresas desse mercado é a incremental, cujo conceito é centrado no impacto das inovações, em oposição à sua novidade.

(B) a primeira implementação de uma nova tecnologia de produção, em uma de cinco fábricas pertencentes a uma mesma empresa é contada como inovação, assim como a implementação da mesma tecnologia nas demais quatro fábricas daquela empresa.

(C) a empresa que realizou atividades de inovação durante o período de análise, desde que essas atividades resultem na implementação de uma inovação, é ativamente inovadora.

(D) as empresas pioneiras na implementação de inovações podem ser consideradas condutoras do processo de inovação, mas o impacto econômico das inovações vai depender da adoção das inovações por outras empresas.

(E) um método de produção já implementado por outras empresas não pode ser considerado inovação para uma nova empresa, mesmo que ele seja novo para essa empresa.

**(CESG/FINEP/2013/AREA1/APO/INOV) 598/44- Segundo a visão de Schumpeter sobre o processo de desenvolvimento econômico, a inovação desempenha um papel central nesse processo. A teoria schumpeteriana, em especial,**

(A) enfatiza o lado da demanda e o papel inovador do consumidor.

(B) enfatiza a expansão da base de exportação e a abertura de novos mercados externos.

(C) identifica o proprietário dos recursos financeiros como o líder do processo de inovação.

(D) considera a adaptação contínua, passo a passo, dos processos produtivos de cada empresa como básica para o desenvolvimento.

(E) considera fundamental para o desenvolvimento a facilidade de captação de recursos financeiros pelo empresário inovador.

**(CESG/FINEP/2013/AREA1/APO/INOV) 599/45- O crescente aumento da competitividade nos negócios faz com que as empresas utilizem diversas formas de gestão visando a demonstrar diferenciais ao mercado consumidor. De acordo com o setor em que a empresa atua e suas especificidades, a busca pela competitividade requer distintos componentes. Nessa busca existem alguns pilares reconhecidamente importantes de apoio às organizações. São pilares que apoiam a competitividade empresarial:**

(A) Inovação tecnológica de processos e produtos

(B) Estrutura organizacional piramidal

(C) Automação completa dos processos organizacionais

(D) Gaps operacionais

(E) Custos altos das atividades meio

**(CESG/FINEP/2013/C.BÁS/APO/INOV/FRASCATI) 600/34- O Manual de Frascati define algumas atividades que o termo pesquisa e o desenvolvimento experimental (P&D) abrangem. Entre as atividades definidas, há uma que consiste em trabalhos experimentais ou teóricos desenvolvidos, principalmente, com a finalidade de adquirir novos conhecimentos sobre os fundamentos de fenômenos e fatos observáveis, sem considerar uma aplicação ou uso particular. Tal atividade é a(o)**

(A) pesquisa básica

(B) pesquisa estratégica

(C) pesquisa de desenvolvimento

(D) educação e formação

(E) desenvolvimento básico

Boa sorte!!!

**Profa. Mônica Roberta, M.Sc.**



# RETA DE CHEGADA

“Mais que a partida, é a chegada” – Mônica Roberta

Site: [www.retadechegada.com.br](http://www.retadechegada.com.br)

Tel/Fax.: (21) 3902-1462 (Centro) e (21) 99157-5825 (wpp)

E-Mail: [monicarobs@hotmail.com](mailto:monicarobs@hotmail.com)

## ACREDITE EM VOCÊ

“Ao longo da sua vida, muitos lhe dirão que aquilo que você pretende fazer é impossível. Porém, basta ter imaginação para sonhar, planejar e alcançar. (...) Haverá obstáculos. Haverá céticos. Haverá enganoso. Mas com trabalho duro, fé e segurança em você mesmo e nas pessoas a sua volta, não há limites. Perseverança, determinação, compromisso e coragem são realidades. O desejo de redenção guia você na jornada. E a vontade de ser bem-sucedido é tudo. Por isso, houve momentos em Pequim, no verão de 2008, em que não havia palavras, apenas gritos. (...) Porque, acredite nisso, os sonhos podem se tornar realidade.” - Michael Phelps.

## CARTÃO RESPOSTA

- 501- (A) (B) (C) (D) (E) 521- (A) (B) (C) (D) (E) 541- (A) (B) (C) (D) (E) 561- (A) (B) (C) (D) (E) 581- (A) (B) (C) (D) (E)  
502- (A) (B) (C) (D) (E) 522- (A) (B) (C) (D) (E) 542- (A) (B) (C) (D) (E) 562- (A) (B) (C) (D) (E) 582- (A) (B) (C) (D) (E)  
503- (A) (B) (C) (D) (E) 523- (A) (B) (C) (D) (E) 543- (A) (B) (C) (D) (E) 563- (A) (B) (C) (D) (E) 583- (A) (B) (C) (D) (E)  
504- (A) (B) (C) (D) (E) 524- (A) (B) (C) (D) (E) 544- (A) (B) (C) (D) (E) 564- (A) (B) (C) (D) (E) 584- (A) (B) (C) (D) (E)  
505- (A) (B) (C) (D) (E) 525- (A) (B) (C) (D) (E) 545- (A) (B) (C) (D) (E) 565- (A) (B) (C) (D) (E) 585- (A) (B) (C) (D) (E)  
506- (A) (B) (C) (D) (E) 526- (A) (B) (C) (D) (E) 546- (A) (B) (C) (D) (E) 566- (A) (B) (C) (D) (E) 586- (A) (B) (C) (D) (E)  
507- (A) (B) (C) (D) (E) 527- (A) (B) (C) (D) (E) 547- (A) (B) (C) (D) (E) 567- (A) (B) (C) (D) (E) 587- (A) (B) (C) (D) (E)  
508- (A) (B) (C) (D) (E) 528- (A) (B) (C) (D) (E) 548- (A) (B) (C) (D) (E) 568- (A) (B) (C) (D) (E) 588- (A) (B) (C) (D) (E)  
509- (A) (B) (C) (D) (E) 529- (A) (B) (C) (D) (E) 549- (A) (B) (C) (D) (E) 569- (A) (B) (C) (D) (E) 589- (A) (B) (C) (D) (E)  
510- (A) (B) (C) (D) (E) 530- (A) (B) (C) (D) (E) 550- (A) (B) (C) (D) (E) 570- (A) (B) (C) (D) (E) 590- (A) (B) (C) (D) (E)  
511- (A) (B) (C) (D) (E) 531- (A) (B) (C) (D) (E) 551- (A) (B) (C) (D) (E) 571- (A) (B) (C) (D) (E) 591- (A) (B) (C) (D) (E)  
512- (A) (B) (C) (D) (E) 532- (A) (B) (C) (D) (E) 552- (A) (B) (C) (D) (E) 572- (A) (B) (C) (D) (E) 592- (A) (B) (C) (D) (E)  
513- (A) (B) (C) (D) (E) 533- (A) (B) (C) (D) (E) 553- (A) (B) (C) (D) (E) 573- (A) (B) (C) (D) (E) 593- (A) (B) (C) (D) (E)  
514- (A) (B) (C) (D) (E) 534- (A) (B) (C) (D) (E) 554- (A) (B) (C) (D) (E) 574- (A) (B) (C) (D) (E) 594- (A) (B) (C) (D) (E)  
515- (A) (B) (C) (D) (E) 535- (A) (B) (C) (D) (E) 555- (A) (B) (C) (D) (E) 575- (A) (B) (C) (D) (E) 595- (A) (B) (C) (D) (E)  
516- (A) (B) (C) (D) (E) 536- (A) (B) (C) (D) (E) 556- (A) (B) (C) (D) (E) 576- (A) (B) (C) (D) (E) 596- (A) (B) (C) (D) (E)  
517- (A) (B) (C) (D) (E) 537- (A) (B) (C) (D) (E) 557- (A) (B) (C) (D) (E) 577- (A) (B) (C) (D) (E) 597- (A) (B) (C) (D) (E)  
518- (A) (B) (C) (D) (E) 538- (A) (B) (C) (D) (E) 558- (A) (B) (C) (D) (E) 578- (A) (B) (C) (D) (E) 598- (A) (B) (C) (D) (E)  
519- (A) (B) (C) (D) (E) 539- (A) (B) (C) (D) (E) 559- (A) (B) (C) (D) (E) 579- (A) (B) (C) (D) (E) 599- (A) (B) (C) (D) (E)  
520- (A) (B) (C) (D) (E) 540- (A) (B) (C) (D) (E) 560- (A) (B) (C) (D) (E) 580- (A) (B) (C) (D) (E) 600- (A) (B) (C) (D) (E)

Boa Sorte,

Profa. Mônica Roberta, M.Sc.