



*Filosofia dos epitáfios*

1. “Saí, afastando-me do grupo, e fingindo ler os epitáfios. E, aliás, gosto dos epitáfios; eles são, entre a gente
2. civilizada, uma expressão daquele pio e secreto egoísmo que induz o homem a arrancar à morte um farrapo ao menos
3. da sombra que passou. Daí vem, talvez, a tristeza inconsolável dos que sabem os seus mortos na vala comum; parece-
4. lhes que a podridão anônima os alcança a eles mesmos.”

(Machado de Assis)

**01. Do ponto de vista da tipologia textual, é CORRETO afirmar que o texto 1, “Filosofia dos epitáfios”, é um texto predominantemente**

- A) dissertativo.  
B) descritivo.  
C) narrativo.  
D) narrativo, com uso do discurso indireto.  
E) descritivo, com uso do discurso direto.

**02. O vocábulo inconsolável, linha 3, apresenta um prefixo que indica**

- I. movimento para dentro.
- II. o mesmo valor do prefixo apresentado no vocábulo “irreal.”
- III. valor de privação, negação.
- IV. o mesmo valor do prefixo apresentado no vocábulo “ingerir.”

**Estão CORRETAS:**

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

**Leia o texto abaixo para responder às questões 03, 04 e 05.**

*Oliver Blanchar ataca o que chama de “cultura do desemprego”, ou seja, a visão pessimista do futuro, baseada em estatísticas do presente e apoiada numa certa tolerância para com o fenômeno que as redes de suporte ao desempregado asseguram, especialmente em alguns países da Europa Ocidental.*

(Carlos Eduardo Lins da Silva, Folha de São Paulo, 1996, com adaptações)

**03. Em relação às idéias do texto, assinale a opção INCORRETA.**

- A) As redes de suporte ao desemprego garantem tolerância em relação ao fenômeno do desemprego.  
B) Alguns países da Europa ocidental possuem redes de suporte ao desempregado.  
C) Segundo Oliver Blanchar, ‘cultura do desemprego’ é a visão pessimista do futuro no que se refere ao mercado de trabalho.  
D) Olivier Blanchar, diante das estatísticas do presente, defende uma visão pessimista do futuro.  
E) As estatísticas da atualidade e a tolerância em relação ao fenômeno do desemprego fundamentam uma visão pessimista do futuro.

**04. Em relação aos elementos do texto, assinale V (verdadeiro) ou F (falso) para as seguintes afirmativas.**

- ( ) “Apoiada” significa difundida.  
( ) “Tolerância” significa indulgência, consentimento.  
( ) “Ataca” significa reprova, opõe-se.  
( ) “Redes” não significa conjuntos de instituições e agências interligadas que se destinam a prestar serviços.  
( ) “Fenômeno” significa fato de natureza social.

**Assinale a alternativa que apresenta a seqüência CORRETA, de cima para baixo.**

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

**05. Assinale a ÚNICA alternativa que apresenta o uso da(s) vírgula(s) da mesma forma em que aparece(m) no trecho “(...) “cultura do desemprego”( , )ou seja( , ) a visão (...)”**

- A) As frutas, que estavam maduras, caíram no chão.  
B) “Pois, seu Pedrinho, saci é uma coisa que eu juro que existe.”  
C) O homem, que mente, não merece confiança.  
D) A garota, Fernanda, saiu muito cedo.  
E) “O cavalo calou-se, isto é, recolheu o movimento do rabo”.

06. Leia o anúncio abaixo.

GERENTES DE LOJA

Requisitos:  
\*Experiência mínima de 3 anos de gerência.  
\*Sexo feminino.  
\*Idade entre 30 e 40 anos.  
Nível superior.  
Usuária de computador.  
Salário Excepcional  
Os interessados deverão enviar currículos com foto para rua das Belezas, n.10, Recife – PE, Cep. 51031-420.  
Recursos Humanos.

Este anúncio apresenta uma inadequação de concordância nominal em:

- A) Os interessados deverão enviar.
- B) Idade entre 30 e 40 anos.
- C) Gerentes de loja.
- D) Nível superior
- E) Experiência mínima de 3 anos em gerência.

Leia o texto a seguir e responda a questão 07.

“Coesão e coerência são aspectos importantes na articulação textual e, por isso mesmo, estão intimamente relacionados. Essa relação se estabelece na medida em que a coerência se vincula ao conteúdo, e a coesão, à forma de expressão desse conteúdo.”  
(Maria Luiza Abaurre)

07. Assinale a alternativa que utiliza um elemento coesivo inadequado, provocando um efeito de incoerência.

- A) O livro é muito interessante, apesar de ter 570 páginas.
- B) Mesmo morando no Rio de Janeiro há cinco anos, Shirley não conhece o Corcovado.
- C) João, o pintor, foi despedido, porque se negou a pintar a casa, uma vez que estava chovendo.
- D) Marcella e Antônio não se entendem, mas um fala inglês, e o outro, espanhol.
- E) Acordei às 7 horas, apesar de ter ido deitar às 2 horas da manhã.

08. Na tira abaixo, tem-se uma figura de pensamento. Assinale a alternativa que corresponde a essa figura.



- A) Hipérbole.
- B) Ironia.
- C) Antítese.
- D) Eufemismo.
- E) Apóstrofe.

09. Sobre o trecho abaixo,

“...às três horas, senti as primeiras pontadas... era meu rapaz que estava chegando. Tivemos que fazer tudo às pressas, não havia, ainda, completado os 9 meses. Minhas mãos estavam trêmulas e entre uma contração e outra, agradecia veementemente a Deus. Não bastava um simples obrigada...”  
(Estudante do 2 ano do Ensino Médio)

o sinal indicativo da crase foi empregado em “...às três horas...” e “às pressas” por se tratar, respectivamente, de uma

- A) locução prepositiva – locução conjuntiva.
- B) locução adverbial – locução adverbial.
- C) locução conjuntiva – locução prepositiva.
- D) locução adverbial – locução conjuntiva.
- E) locução adverbial – locução prepositiva.

10. Sobre o trecho “Não bastava um simples obrigada” NÃO é correto afirmar.

- A) Na expressão ‘muito obrigado’, o particípio ‘obrigado’, é usado com valor de adjetivo e, como tal, deve concordar em gênero e número com o referente do pronome a que se refere.
- B) A expressão deve ser entendida como eu estou muito obrigado (a) a você (igual a grato a você).
- C) No texto, o agradecimento parte de uma mulher. Portanto, deve assumir a forma feminina (obrigada).
- D) Se o agradecimento parte de um homem, deve assumir a forma masculina.
- E) A mulher pode usar a expressão ‘muito obrigado’, e o homem pode usar a expressão ‘muito obrigada’, sem causar nenhum problema à norma culta.

**11. Atualmente, as pessoas podem ver e ouvir outras pessoas (ao vivo), utilizando um microcomputador conectado à Internet, softwares, como o Skype ou Windows Messenger. Qual alternativa apresenta CORRETAMENTE o dispositivo necessário para exibir a imagem em movimento da outra pessoa no monitor do seu microcomputador?**

- A) Gravador de DVD.      B) Monitor LCD.      C) Webcam.      D) Microfone.      E) Placa de som.

**12. Num ambiente de escritório, normalmente um microcomputador é compartilhado por várias pessoas. Para organizar este recurso comum, existe um componente do Microsoft Windows XP que permite personalizar a aparência do Windows e da área de trabalho, e, também, atribuir uma pasta Meus Documentos para cada usuário do computador. Qual alternativa indica CORRETAMENTE o nome desse componente?**

- A) Firewall do Windows.  
 B) Configuração de Rede.  
 C) Ferramentas Administrativas.  
 D) Central de Segurança.  
 E) Contas do usuário.

**13. O Microsoft Word agiliza o processo de edição de textos. Por exemplo, numa monografia ocorre a palavra INFORMÁTICA 100 vezes. Mas você quer modificar todas as ocorrências da palavra INFORMÁTICA, contidas no texto, pela palavra COMPUTAÇÃO. Qual alternativa apresenta a seqüência CORRETA de comandos para realizar essa ação?**

- A) Acessar a opção Localizar no menu Editar. Digitar a palavra computação no campo Localizar. Digitar a palavra informática no campo Substituir Por. Clicar no botão Substituir.  
 B) Acessar a opção Substituir no menu Editar. Digitar a palavra informática no campo Localizar. Digitar a palavra computação no campo Substituir Por. Clicar no botão Substituir tudo.  
 C) Acessar a opção Controlar alterações no menu Ferramentas. Digitar a palavra computação no campo Localizar. Digitar a palavra informática no campo Substituir Por. Clicar no botão Substituir tudo.  
 D) Acessar a opção Ir para no menu Editar. Selecionar a opção palavra na janela Localizar e Substituir. Digitar a palavra computação no campo Substituir Por. Clicar no botão Substituir.  
 E) Acessar a opção Substituir no menu Ferramentas. Digitar a palavra informática no campo Localizar. Digitar a palavra computação no campo Substituir Por. Clicar no botão Substituir.

**14. O Microsoft Excel possui um recurso para aplicar formatos a células selecionadas que atendem a critérios específicos baseados em valores ou fórmulas que você especificar. Qual alternativa indica CORRETAMENTE este recurso?**

- A) Formatação Condicional.  
 B) Validação.  
 C) AutoFormatação.  
 D) Relatório de tabela e gráfico dinâmico.  
 E) Função.

**15. O Microsoft Access permite que você acesse os dados de uma planilha do Excel para alterá-los e para incluir ou excluir linhas da planilha. Qual recurso do Access propicia isso?**

- A) Divisor de banco de dados.  
 B) Novo Banco de Dados.  
 C) Inserir tabela.  
 D) Vincular tabelas.  
 E) Converter banco de dados.

**16. Normalmente, um documento digital é acessível através de um endereço da Internet, graças a um programa de computador do tipo Navegador (browser), usando o protocolo HTTP. A frase anterior refere-se a**

- A) USENET      B) CHAT      C) SITE      D) TELNET      E) E-MAIL

**17. Na Internet, o termo aplica-se ao ato condenável (e veementemente condenado) de enviar mensagens de correio eletrônico não solicitadas, normalmente em massa, com conteúdos comerciais, religiosos ou outros que só interessam a quem os enviam. O termo associado a este ato é**

- A) Podcast      B) Blog      C) RSS      D) P2P      E) Span

**18. Muitos anunciantes na Internet usam janelas pop-up para exibir a mensagem de uma maneira que é difícil de evitá-las. O Internet Explorer permite evitar o aparecimento da maioria das janelas pop-up nas páginas que você deseja exibir, enquanto está usando a Internet. O Bloqueador de Pop-ups está ativado por padrão. Qual alternativa apresenta CORRETAMENTE a seqüência de comandos, caso você queira ver as pop-up de alguns sites que visita regularmente?**

- A) No menu Editar, aponte para a opção Localizar e clique em Configurações do Bloqueador de Janelas. No campo Endereço do site a ser permitido, digite o endereço (ou URL) do site cujas pop-ups deseja ver e clique no botão Remover tudo.  
 B) No menu Favoritos, aponte para a opção Adicionar a favoritos e clique em Configurações do Bloqueador de Pop-ups. No campo Endereço do site a ser permitido, digite o endereço (ou URL) do site cujas pop-ups deseja ver e clique no botão Remover tudo.

- C) No menu Arquivo, aponte para a opção Propriedades e clique em Configurações do Bloqueador de Pop-ups. No campo Endereço do site a ser permitido, digite o endereço (ou URL) do site cujas pop-ups deseja ver e clique no botão Adicionar.
- D) No menu Ferramentas, aponte para opção Bloqueador de Pop-ups e clique em Configurações do Bloqueador de Pop-ups. No campo Endereço do site a ser permitido, digite o endereço (ou URL) do site cujas pop-ups deseja ver e clique no botão Adicionar.
- E) No menu Ferramentas, aponte para a opção Opções da Internet e clique em Configurações do Bloqueador de Janelas. No campo Endereço do site a ser permitido, digite o endereço (ou URL) do site cujas pop-ups deseja ver e clique no botão Fechar.

**19. Uma pessoa pode usar sua própria cópia do Outlook para gerenciar, com facilidade o Calendário de outra pessoa. Por exemplo, um assistente administrativo pode gerenciar o Calendário de um gerente. O assistente poderá criar, mover ou excluir compromissos e poderá organizar reuniões em nome do gerente. Esta permissão é conhecida como**

- A) Livre acesso.      B) Acesso de representante.      C) Acesso de grupo.      D) Acesso de líder.      E) Supervisão.

**20. O Outlook Express pode ajudá-lo a processar grandes volumes de emails de entrada com mais eficiência. No Outlook Express, você pode classificar automaticamente as mensagens de entrada em pastas diferentes, realçar determinadas mensagens em cores, responder a mensagens específicas ou encaminhá-las automaticamente e outros recursos. Este recurso é denominado de**

- A) Regras para mensagem.      D) Alternar identidade.  
B) Catálogo de endereços.      E) Contas.  
C) Sinalizar mensagem.

### CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

**21. Considerando-se a dificuldade encontrada nas tentativas de se definir o Turismo, analise as afirmativas a seguir:**

- I.** Segundo Mário Beni, podem ser identificadas no campo acadêmico, nas empresas e nos órgãos governamentais, três tendências para a definição de Turismo: a econômica, a técnica e a holística.
- II.** Para Robert McIntosh, o Turismo pode ser definido como a ciência, a arte e a atividade de atrair e transportar visitantes, alojá-los e cortesmente satisfazer suas necessidades e seus desejos.
- III.** Alberto Sessa definiu o Turismo como uma atividade terciária, uma vez que nele não há um processo de transformação de matérias-primas para a elaboração de produtos.
- IV.** De acordo com Jafar Jafari, o Turismo estuda o homem em seu local de residência, a indústria que satisfaz suas necessidades e o impacto que ele e a indústria geram sobre os ambientes físico, econômico e sociocultural da área receptora.

**Assinale a alternativa CORRETA.**

- A) Apenas as afirmativas III e IV estão corretas.      D) Apenas as afirmativas II, III e IV estão corretas.  
B) Apenas as afirmativas I, II e IV estão corretas.      E) Apenas as afirmativas I e IV estão corretas.  
C) Apenas as afirmativas I e II estão corretas.

**22. Muitos são os conceitos de turismo e cada um com enfoque em um determinado fator. De acordo com a OMT, turismo: “É o fenômeno que ocorre quando um ou mais indivíduos se trasladam a um ou mais locais diferentes de sua residência habitual por um período maior que 24h e menor que 180 dias, sem participar dos mercados de trabalho e capital dos locais visitados”. Percebemos, entretanto, que, dentre as definições de turismo, há alguns elementos comuns que se encontram em todas elas, como:**

- I.** O turismo não implica necessariamente alojamento no destino.
- II.** A estada no destino é necessária para que haja o turismo.
- III.** O turismo compreende também todos os produtos e serviços criados para satisfazerem as necessidades dos turistas.
- IV.** Não há necessariamente o deslocamento físico de pessoas.

**Assinale a alternativa CORRETA.**

- A) Apenas a afirmativa I está correta.      D) Apenas as afirmativas I e III estão corretas.  
B) Apenas a afirmativa II está correta.      E) Apenas a afirmativa IV está correta.  
C) Apenas as afirmativas II e IV estão corretas.

**23. Considere as afirmativas a seguir.**

- |  |
|--|
| <p><b>I.</b> <i>O produto turístico tem como uma de suas características gerais ser considerado como opcional na escala de necessidades do consumidor, o que acarreta a extraordinária elasticidade de sua demanda.</i></p> <p><b>II.</b> <i>Define-se como canal de distribuição do produto turístico a cadeia de empresas economicamente independentes através das quais o produto ou o direito sobre ele é levado ao consumidor.</i></p> <p><b>III.</b> <i>A sazonalidade da demanda turística pode causar inflação na comunidade receptora, uma vez que, se a demanda crescer e a oferta tiver atingido sua capacidade máxima, não conseguindo satisfazer a demanda, os preços diminuem.</i></p> |
|--|

**Assinale a alternativa CORRETA.**

- A) Só as afirmativas I e II estão corretas.  
B) Só as afirmativas II e III estão corretas.  
C) Só as afirmativas I e III estão corretas.  
D) Todas as afirmativas estão corretas.  
E) Só a afirmativa III está correta.

**24. O modelo referencial do SISTUR proposto por Mário Beni foi baseado na Teoria Geral de Sistemas, e, por ter como pressuposto que a configuração do Turismo é um fenômeno sujeito a variáveis internas e externas, propõe-se a estudá-las, determiná-las e avaliá-las. Assim, tal modelo referencial tem sido considerado de fundamental importância para o desenvolvimento dos estudos, pesquisas e entendimento da atividade turística, cuja importância evidencia-se na prática da atividade, seja no nível acadêmico, no nível governamental ou na atuação profissional. Tomando como base o SISTUR na visão do autor, analise as afirmações a seguir.**

- |   |
|---|
| <p><b>I.</b> <i>O processo de controle do rendimento do SISTUR, também denominado de administração do SISTUR, é a elaboração de planos que compreendam os objetivos globais, o ambiente, a utilização dos recursos e os seus componentes, assegurando que o planejamento seja executado de acordo com os objetivos que o fundamentaram.</i></p> <p><b>II.</b> <i>Em relação ao meio ambiente, e de acordo com os pressupostos do SISTUR, os atrativos turísticos devem ser explorados de forma que a uma degradação decorrente do uso corresponda uma força oposta (conservação ou regeneração), impulsionada pelo homem, para a garantia da duração do sistema a longo prazo.</i></p> <p><b>III.</b> <i>Na verdade, a sustentabilidade do Turismo baseia-se em três principais pilares: a sustentabilidade do ambiente, a sustentabilidade social e cultural e a sustentabilidade econômica.</i></p> |
|---|

**Assinale a alternativa CORRETA.**

- A) Apenas as afirmativas I e II estão corretas.  
B) Apenas as afirmativas I e III estão corretas.  
C) Apenas as afirmativas II e III estão corretas.  
D) Todas as afirmativas estão corretas.  
E) Apenas a afirmativa II está correta.

**25. O SISTUR é composto por três conjuntos, denominados de Conjunto das Relações Ambientais/RA, Conjunto da Organização Estrutural/OE e Conjunto das Ações Operacionais/AO, sendo cada um deles formado por subconjuntos. Com base na composição dos conjuntos e subconjuntos do SISTUR, analise as afirmativas e marque a INCORRETA.**

- A) A atuação governamental dos municípios no setor turístico está representada pela infra-estrutura e encontra-se inserida no Conjunto da Organização Estrutural/OE do SISTUR.  
B) O escoamento da produção turística, através de seus canais de distribuição representados pelos comercializadores dos produtos/serviços turísticos, é parte integrante do mercado e situa-se no Conjunto das Ações Operacionais/AO do SISTUR.  
C) A demanda e a oferta turística encontram-se no Conjunto das Relações Ambientais/RA do SISTUR.  
D) O SISTUR é um sistema aberto, realizando trocas com o meio que o circunda, sendo, portanto, interdependente, nunca auto-suficiente.  
E) Cada componente dos três conjuntos do SISTUR pode ser considerado um subsistema em si, pois apresenta funções próprias e específicas.

**26. Segundo Godoy (1995), “a pesquisa caracteriza-se como um esforço cuidadoso para a descoberta de novas informações ou relações e para a verificação e ampliação do conhecimento existente”. Em relação à metodologia aplicada às pesquisas em Turismo, analise:**

- |  |
|--|
| <p><b>I.</b> <i>Pode-se trabalhar com várias metodologias, uma vez que o Turismo é considerado uma área do conhecimento das ciências sociais, porém as duas abordagens mais significativas, neste caso, são a quantitativa e a qualitativa.</i></p> <p><b>II.</b> <i>Dentre os principais tipos de pesquisa qualitativa aplicados no Turismo, pode-se destacar a pesquisa documental, o estudo de caso e a pesquisa etnográfica.</i></p> |
|--|

**III.** *O estudo de caso, no Turismo, vem se firmando como uma estratégia metodológica exploratória e descritiva bastante utilizada.*

**Assinale a alternativa CORRETA.**

- A) As afirmativas I, II e III estão corretas.  
B) Apenas as afirmativas I e II estão corretas.  
C) Apenas as afirmativas I e III estão corretas.  
D) Apenas as afirmativas II e III estão corretas.  
E) Apenas a afirmativa II está correta.

**27. A coleta de dados pode ser considerada um dos momentos cruciais para a pesquisa de campo, pois é dessa interação entrevistador-respondente que, a depender do tratamento dado à elaboração do instrumento a ser utilizado e da possibilidade de contaminação da pesquisa, os resultados a que se chega podem apresentar desvios e incongruências que comprometam o alcance dos objetivos propostos. Em relação a esta situação, é CORRETO afirmar.**

- A) No que se refere a entrevistas, é recomendável a utilização de questionários simples e curtos, de acordo com o tipo de dado solicitado e o interesse na quantificação e qualificação dos dados solicitados.  
B) A prática do pré-teste é altamente recomendável como forma de se aprimorar o instrumento de coleta de dados, possibilitando uma maior fidelidade dos resultados obtidos.  
C) Na pesquisa de campo qualitativa para o Turismo, podemos destacar três características fundamentais: o conhecimento do espaço e do público a ser pesquisado, a análise descritiva de todo o material registrado e a observação como técnica instrumental básica da pesquisa científica.  
D) Denomina-se amostra à parte representativa de uma população, e, para que se atinja um maior grau de precisão, menor deve ser a amostra.  
E) Em um questionário, a ordenação das perguntas é muito importante. As perguntas iniciais devem ser interessantes, e as mais difíceis devem ser colocadas no corpo do questionário, jamais no início.

**28. No que tange aos Direitos Individuais e Coletivos, temos que: “Art. 5: Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no país a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade.” (apud Mamede - 2001).**

**Mesmo assim, tratamentos diferenciados são compatíveis com a nossa Constituição, quando verificada a existência e a premência de uma finalidade. Sobre isso, considere as definições abaixo.**

1. *O ato da entrega de cidadão estrangeiro a outro país por delito nele praticado. O pedido é formulado por estado estrangeiro.*  
2. *A ação de retirada do seu território de cidadão estrangeiro que praticou atentado contra a ordem jurídica do país.*  
3. *O ato de devolver um estrangeiro ao seu país em decorrência de ele haver entrado irregularmente, no território nacional.*

**Trata-se, respectivamente, de:**

- A) extradição, deportação e expulsão.  
B) expulsão, deportação e extradição.  
C) expulsão, extradição e deportação.  
D) extradição, expulsão e deportação.  
E) deportação, expulsão e extradição.

**29. A Constituição outorgada em 1988 trouxe o turismo para o plano maior do Direito brasileiro. “Art. 180. A União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios promoverão e incentivarão o turismo como fator de desenvolvimento social e econômico.” Assegura-se, a partir de então, um dever estatal de atenção para com a atividade, colocada em condição jurídica privilegiada.**

**Analisando-se o texto acima, assinale a alternativa INCORRETA.**

- A) Por ser considerado ‘fator de desenvolvimento social e econômico’, o turismo deve, também, ser um instrumento na busca de um dos objetivos fundamentais da República: erradicar a pobreza.  
B) Como ‘fator de desenvolvimento social e econômico’, as iniciativas estatais não poderão limitar-se a uma abordagem economicista, fria e baseada, apenas, em números.  
C) Com a ‘promoção estatal do turismo’, deve o Estado se comprometer com a estatização das principais empresas turísticas, objetivando a excelência de planejamento.  
D) Incentivo estatal do turismo – faz parte dessas ações a disponibilização de ensino técnico qualificado, além de ensino acadêmico.  
E) Incentivo estatal do turismo – faz parte dessas ações conceder financiamentos, incentivos fiscais ou outros, facilitando o investimento.

30. Para Wahab (1991), a oferta pode ser natural ou artificial, englobando tudo aquilo que a destinação tenha a oferecer, apresentando três características principais: é basicamente formada pela oferta de serviços, cuja possibilidade de estocagem e transporte é inexistente; apresenta ausência de flexibilidade; concorre com a oferta de outros bens e serviços substitutivos. Em relação à oferta de Turismo, é CORRETO afirmar que

- I. a definição da composição da oferta turística deve ser antecedida pela identificação das necessidades do consumidor turista bem como de seu comportamento em relação ao processo de compra, isto é, dos fatores que influenciam a sua decisão de compra.
- II. conhecer as necessidades do consumidor turista bem como identificar como se dá o seu processo de decisão de compra propiciará às empresas de prestação de serviços turísticos adotar políticas e estratégias mais eficazes no sentido de influenciar na sua decisão.
- III. a oferta turística é produto da ação global do setor público e privado, cuja atuação é capaz de gerar e manter um produto global, constituindo uma oferta organizada e integrada no contexto socioeconômico em que se insere.

Assinale a alternativa CORRETA.

- A) Apenas as afirmativas I e III estão corretas.
- B) Apenas as afirmativas II e III estão corretas.
- C) Apenas as afirmativas I e II estão corretas.
- D) Apenas a afirmativa II está correta.
- E) As afirmativas I, II e III estão corretas.

31. De acordo com Mário Petrocchi e considerando que há diversos critérios de departamentalização sobre a definição da estrutura organizacional, na hotelaria, esta ação deve ser realizada em função das peculiaridades da empresa hoteleira. Segundo o autor, a estrutura departamental de um empreendimento hoteleiro deve contemplar dois tipos de órgãos: os órgãos de linha (*front office*) e os órgãos de apoio (*back office*). Com base no enunciado, analise as afirmativas a seguir.

- I. O processo de check in convencional ocorre a partir da interação do hóspede com um funcionário integrante do *front office*.
- II. O concierge, uma atividade de *front office*, não atua em contato direto com o hóspede.
- III. O departamento de recursos humanos é considerado como integrante do *back office*.

Está(ão) CORRETA(S) a(s) afirmativa(s)

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

32. Fazer turismo está intrinsecamente relacionado aos deslocamentos. Decorre dessa íntima relação a constatação expressa por Cooper et al. (2001) de que o turismo desenvolve-se mais fortemente, na maioria dos casos, em áreas onde grandes redes de transporte estão em funcionamento e onde há potencial para o incremento de seu desenvolvimento. Com base nessas considerações, analise as afirmativas a seguir.

- I. As vantagens competitivas dos diferentes meios de transporte estão associadas unicamente à possibilidade de deslocamento para uma destinação.
- II. O avanço tecnológico possibilita a contínua e rápida resposta de melhoria da qualidade dos meios de deslocamento para atendimento à demanda crescente do turismo.
- III. Em relação ao transporte turístico, há de se considerar a diferenciação existente entre transporte "para" a destinação, ao contrário do transporte "na" destinação.

Assinale a alternativa CORRETA.

- A) Apenas as afirmativas I e II estão corretas.
- B) Apenas as afirmativas II e III estão corretas.
- C) Apenas as afirmativas I e III estão corretas.
- D) Apenas a afirmativa I está correta.
- E) Apenas a afirmativa III está correta.

33. A demanda turística tem impulsionado fortemente o desenvolvimento dos meios de transporte, que é considerado um elemento do produto turístico, e cujo custo para o consumidor pode chegar a representar 55% do custo total da viagem, para destinações de curta distância, podendo este percentual aumentar no caso de deslocamentos para locais mais distantes. No tocante ao transporte aéreo, as companhias aéreas estão buscando alianças estratégicas para a expansão de seus serviços em uma base global, devido a diversos fatores. Sobre estes, analise os itens abaixo.

- I. Maturidade do tráfego doméstico, desregulamentação gradativa do transporte mundial, competição por espaços e vagas em terminais, necessidade de economias de escala em operações aéreas.
- II. Competição por espaços e vagas em terminais, controle de novos canais de distribuição representados pelos sistemas de reserva informatizados, necessidade de economia de escala em operações aéreas.



**III.** *Necessidade de grandes redes em termos mundiais, tendência mundial ao aumento da expectativa de vida dos consumidores turistas, desregulamentação gradual do transporte mundial.*

**Assinale a alternativa CORRETA.**

- A) Apenas os itens I e II estão corretos.  
B) Apenas os itens I e III estão corretos.  
C) Apenas os itens II e III estão corretos.  
D) Apenas o item II está correto.  
E) Todas os itens estão corretos.

**34. Segundo Pires (2000), o emprego em Turismo do conceito de complexo histórico apresenta grandes vantagens para o patrimônio histórico, uma vez que agrega valor de atratividade aos bens. A esse respeito, é INCORRETO afirmar.**

- A) Denomina-se complexo histórico ao conjunto dos componentes orgânicos de um bem ou o conjunto de bens em que cada um deles desempenhou uma função complementar ao outro no passado, sem, contudo, manterem esta complementaridade no presente.  
B) A preservação dos complexos históricos proporciona a sua utilização no turismo cultural, pois a organização da funcionalidade do espaço no passado revela, de forma didática, muitos aspectos do cotidiano de vários períodos da história.  
C) Para a definição de complexo histórico, a idéia de monumentalidade pode ou não estar associada ao bem, mas não é indispensável.  
D) São exemplos de complexos históricos as propriedades rurais com edificações e equipamentos característicos (casas-grandes, capelas, senzalas, etc.), igrejas juntas, como ocorre no Brasil com a Ordem Primeira e Ordem Terceira, igrejas associadas a outras edificações, como no caso do Pátio do Colégio (SP.), algumas vilas operárias de séculos passados, localizadas ao redor de fábricas, dentre outros.  
E) O que caracteriza um complexo histórico é, primeiramente, a sua organicidade, ou seja, ser composto por bens que se complementam mutuamente.

**35. O marketing é um instrumento fundamental para o desenvolvimento do turismo e apresenta, segundo Dias (2005), duas dimensões: o nível microeconômico – em que o marketing é desenvolvido pelas empresas privadas e o macroeconômico – que é o marketing efetuado pelas administrações públicas para atrair os consumidores. A partir desta afirmativa, escolha a alternativa CORRETA.**

- A) O marketing público visa fortalecer uma imagem de marca, que pode ser um país, uma região ou equipamento turístico.  
B) A dimensão macroeconômica assume um papel mais importante, pois pode orientar as estratégias de marketing da dimensão microeconômica.  
C) O nível microeconômico assume um papel mais importante, pois pode orientar estratégias de marketing no nível macroeconômico.  
D) As estratégias de marketing são definidas pelos níveis apresentados, sem que haja nenhum tipo de influência entre eles, já que são formados por setores distintos.  
E) Não é possível para uma empresa turística compartilhar um evento promocional com empresas concorrentes, pois esta ação implicaria o abandono do monopólio de exposição de sua marca.

**36. A respeito do produto turístico, de acordo com Middleton (2002), “o produto pode ser definido como um pacote de componentes tangíveis ou não, com base na atividade em um destino. O pacote é percebido pelo turista como uma experiência, disponível a um determinado preço”. Estes apresentam certas especificidades que influenciam sua comercialização. Assinale a alternativa CORRETA.**

- A) Os turistas, como clientes, não participam na criação do produto.  
B) A qualidade do produto turístico está diretamente relacionada à capacitação dos recursos humanos com ele envolvidos.  
C) A qualidade do produto turístico está diretamente relacionada ao volume de recursos financeiros envolvidos no empreendimento.  
D) Por se tratar de um produto imaterial, o produto turístico pode, ao contrário dos bens tangíveis, ser avaliado de acordo com seu tamanho e formato.  
E) O grupo de variáveis controláveis de marketing que a empresa turística utiliza para produzir a resposta desejada no mercado-alvo é denominado de variabilidade do produto turístico.

**37. O produto turístico possui algumas características que o individualizam e o diferenciam, completamente, dos produtos industrializados de comércio e, de certa forma, da prestação de outros serviços. Krippendorf (1980) aponta diversas singularidades do produto turístico. Fazem parte dessas características:**

- A) intangibilidade, produção e consumo simultâneos, necessidade da presença do cliente no local da produção, tempo reduzido de estocagem e a heterogeneidade.  
B) tangibilidade, produção e consumo simultâneos, necessidade da presença do cliente no local da produção, impossibilidade de estocagem e a homogeneidade.

- C) intangibilidade, produção e consumo simultâneos, necessidade da presença do cliente no local da produção, impossibilidade de estocagem e a heterogeneidade.
- D) tangibilidade, produção e consumo simultâneos, necessidade da presença do cliente no local da produção, tempo reduzido de estocagem e a heterogeneidade.
- E) intangibilidade, produção e consumo simultâneos, necessidade da presença do cliente no local da produção, impossibilidade de estocagem e a homogeneidade.

**38. Para Dias, (2005), a segmentação de mercado “consiste na sua divisão, em grupos de consumidores relativamente homogêneos em relação a um critério adotado (idade, interesses específicos, etc.), com o objetivo de desenvolver, para cada um desses grupos, estratégias de marketing diferenciadas que ajudem a satisfazer as suas necessidades e conseguir os objetivos de atração da demanda para determinado núcleo receptor.” Para que um segmento turístico seja viável e eficaz como uma ferramenta de marketing, deve apresentar as seguintes características, de acordo com a OMT:**

- A) demanda similar, inclusão social e comunicação eficaz.
- B) heterogeneidade, quantificação, substancialidade e não pode ser excludente.
- C) heterogeneidade, não pode ser excludente, qualificação e unidade.
- D) homogeneidade, quantificação, substancialidade e acessibilidade.
- E) devido à singularidade de cada segmentação, não há critérios similares a serem adotados.

**39. O homem é um viajante incansável, mas as viagens jamais se repetem em motivação e características. As transformações do mundo globalizado incentivaram o surgimento gradual de um novo perfil de turismo como necessidade de adequação aos anseios e necessidades de um número cada vez maior de turistas contemporâneos, cuja ênfase é a busca da realização interior, a consciência da importância da preservação ambiental e a compreensão da cultura e da história de outras localidades.**

**Com base no texto acima, analise as afirmativas a seguir e indique a opção INCORRETA.**

- A) Os turistas alinhados com esse novo perfil sofrem o impacto da mídia globalizada, que incentiva o desejo pela viagem e elabora imagens de terras e povos.
- B) Os destinos turísticos caracterizados por apresentarem uma oferta substancial de elementos culturais de seu povo devem privilegiar o incentivo à utilização desses elementos como diferenciais competitivos para a criação e o fortalecimento de fluxos de turistas.
- C) Na sociedade da informação, os componentes do *trade* turístico devem deslocar seu foco do quantitativo para o qualitativo, para atender à necessidade de representação simbólica no trato com esse novo turista.
- D) Há de se considerar um imaginário local inserido no imaginário global através da mídia, e que, quase sempre, aflora sob intervenções do Estado, das religiões e da política, os quais não necessitam ser considerados no planejamento de viagens para o turista contemporâneo.
- E) Diante de um monumento histórico, o olhar do turista deve ser acompanhado da narrativa das ações passadas relativas a esse monumento, utilizando a linguagem para que sua importância assumam valores culturais no imaginário do turista.

**40. Estamos na Era da Informação na qual o capital financeiro cede lugar ao capital intelectual. Nesse novo contexto, as Agências de Viagem devem investir em novas tecnologias. Sobre isso, analise as afirmativas.**

- I.** Como o mercado está evoluindo com muita rapidez, apenas os serviços de front office devem possuir um programa específico para análise gerencial.
- II.** Porque as agências nos países do exterior estão implantando novas tecnologias.
- III.** Como o *trade* valoriza sempre os iguais, é uma questão de status.
- IV.** Para permitir um melhor atendimento ao PAX.

**Assinale a opção que indique O PORQUÊ desse investimento.**

- A) A afirmativa I.
- B) A afirmativa II.
- C) As afirmativas II e III.
- D) As afirmativas III e IV.
- E) A afirmativa IV.

**41. Considerando-se a visão mercadológica apresentada por Acerenza (1992), aponte a alternativa que indica a tipologia de agências estabelecidas pelo autor.**

- A) Detalhista, Maiorista, *Tour operators*, Receptivas e Agência Escola.
- B) Agência de Viagem e Operadora de Turismo.
- C) Agência de Viagem e Agência de Viagem e Turismo.
- D) Agência de Viagem, Agência de Viagem e Turismo e Receptivas.
- E) Detalhistas, Maioristas, *Tour Operators*, Receptivas, Consolidadoras e Agência Escola.

**42. De acordo com o novo posicionamento do Agente de Viagens no mercado de viagens e turismo, é CORRETO afirmar.**

- A) Com a evolução da tecnologia, as agências de viagens devem ser substituídas por novas formas de serviços virtuais em poucos anos.
- B) As viagens de familiarização são dirigidas, apenas, aos agentes de viagens, para que eles possam vender o produto com mais segurança.
- C) Com a crise aérea, a fim de aumentar as vendas, as companhias aéreas elevaram os percentuais de comissionamento dos agentes de viagens.
- D) Cabe às agências de viagens a venda de pacotes turísticos aos clientes e às operadoras turísticas.
- E) O trabalho das agências de viagens tende a se modificar, passando de meros distribuidores de produtos prontos a finalizadores de produtos, de acordo com as demandas de mercado.

**43. Considere a tabela abaixo que representa os resultados de pesquisa apresentados no Estudo de Mercado Doméstico 1998, elaborado pelo Ministério do Turismo/EMBRATUR, em relação às formas de financiamento e fatores impulsionadores/restritivos às viagens no Brasil.**

**Formas de Financiamentos e Fatores que Impedem/Favorecem Viajar (percentuais)**

ITENS  CLASSES	Fonte de Financiamento			Quem não é Turista, Por quê?			O que Favoreceria Viajar?				
	Recursos Próprios	Financiamento	Empresa	Falta de dinheiro	Excesso de Trabalho	Outros	Maior renda	Menor preço	Pacotes/Tar. Prom. Parcel.	Convite de amigos	Outros
ABC	91,9	2,2	5,9	63,9	16,7	19,4	56,9	8,3	7,5	11,5	15,8
DE	96,5	0,9	2,6	80,9	5,8	13,3	75,3	3,7	2,7	5,9	12,4
BRASIL	94,7	1,4	3,9	74,1	10,2	15,7	68,0	5,5	4,6	8,1	13,8

Fonte: Ministério do Turismo / EMBRATUR / Estudo do Mercado Doméstico – capturado através da internet e disponível em <http://200.189.169.141/site/arquivos/dados\_fatos/turismo\_domestico/EstudoMercadoDomestico1998.pdf998>

Com base nos dados apresentados na tabela, analise as afirmativas a seguir.

- I. A falta de recursos financeiros impacta mais o acesso à possibilidade de realizar viagens nas classes DE do que nas classes ABC.
- II. Apesar das diferenças entre os recursos financeiros presentes nos perfis demográficos das classes ABC em relação às classes DE, evidenciam-se, na pesquisa, índices semelhantes para o custeio das viagens, sob a forma de recursos próprios, para todas as referidas classes.
- III. É evidente nos dados que, em função do menor poder aquisitivo das classes DE, em relação às classes ABC, a realização de viagens efetuada como decorrência de convite de amigos é maior nas classes DE.
- IV. O menor índice observado de financiamento nas viagens das classes DE, em relação às classes ABC pode indicar maior dificuldade dos primeiros em terem acesso a condições de crédito, normalmente utilizadas pelas classes ABC.

Estão CORRETAS as afirmativas

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

**44. Em geral, pode-se afirmar que os modelos estatísticos aplicados ao turismo ou teorométricos são bastante úteis à gestão pública e privada do turismo. Em relação a esses modelos, suas principais qualidades são:**

- A) apresentam melhores explicações teóricas e conceituais.
- B) a precisão, a operacionalidade e a ampla abordagem das causas dos fluxos turísticos.
- C) contribuir muito para a compreensão mais ampla do fenômeno do turismo e da simetria da demanda turística.
- D) reunir, apresentar e sistematizar em categorias.
- E) após estudos, percebeu-se que não há eficácia na aplicação da Teorometria nas pesquisas aplicadas ao turismo.

**45. "[...] Ao longo dos últimos anos, Detroit construiu fama de cidade de convenções. Visitantes vêm de milhares de quilômetros de distância para participarem de eventos empresariais. Fabricantes de todo o país usam nossa hotelaria para promover reuniões nas quais discutem os temas de seus interesses, mas tudo isso sem que haja um esforço por parte da comunidade, nem uma ação que vise dar-lhes algum apoio durante sua estadia entre nós! Eles simplesmente vêm para Detroit porque querem ou precisam! Será que Detroit, através de um esforço conjunto, não conseguiria garantir a realização de 200 ou 300 convenções nacionais ao longo do próximo ano? Isso significaria a vinda de milhares e milhares de pessoas de todas as cidades americanas, e elas gastariam milhares de dólares no comércio local, beneficiando a população da cidade."**

Artigo escrito por Milton Carmichael e publicado no *The Detroit Journal*, em 06 de fevereiro de 1986.

Tendo como referência o texto acima, indique a alternativa CORRETA.

- A) Esse texto reflete a preocupação do empresariado da época sobre o desenvolvimento do turismo. Casos como esses ainda acontecem hoje no mercado internacional, devido ao pensamento empreendedor e à avançada tecnologia que possuem.
- B) Temos nesse fato o histórico do desenvolvimento da hotelaria. A partir desse artigo, o *trade* se uniu e houve o grande avanço no mercado de hospedagem.
- C) O autor do texto traz um questionamento histórico que, em sua essência, traduz-se como o objetivo fundamental de um *Convention Bureau*.
- D) A partir desse artigo, Carmichael tornou-se a referência mundial no que tange às convenções internacionais.
- E) Não há nenhuma relação do artigo com as questões expostas.

46. DROR (1973) declara que “Planejar é o processo de preparar um conjunto de decisões a serem colocadas em prática no futuro, direcionadas para o cumprimento de metas pelos meios preferidos”.

Todavia, o processo de planejamento turístico é muito mais complexo. Sobre isso, analise as afirmativas abaixo.

- I. Ele lida com um conjunto de decisões interdependentes e não, com decisões individuais.
- II. Ele apenas decide o que deve ser oferecido no futuro para uma área ou comunidade.
- III. É apenas uma parte de um processo global de planejamento-decisão-ação.
- IV. É instrumento fundamental na determinação e seleção das prioridades para a evolução harmoniosa da atividade turística.

Somente está CORRETO o que se afirma em

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

47. Do ponto de vista técnico, todo processo de planejamento pode ser detalhado de diversas formas, embora, de um modo geral, ele apresente as seguintes fases fundamentais na ordem explicitada abaixo.

- A) Análise, diagnóstico, elaboração e proposição de medidas.
- B) Diagnóstico, análise, elaboração e implantação.
- C) Análise, veredicto, elaboração e proposição de medidas.
- D) Diagnóstico, veredicto, proposição de medidas e implantação.
- E) Levantamento da situação, diagnóstico, análise e proposição de medidas.

48. Planejar o desenvolvimento turístico relaciona-se com a sua perspectiva de se tornar sustentável, pois o equilíbrio em torno de seus eixos só é possível com o planejamento. Do ponto de vista econômico, as livres forças do mercado tenderão a

- A) minimizar os impactos, controlando o crescimento do turismo.
- B) maximizar os benefícios no que diz respeito ao retorno do investimento realizado.
- C) levar em consideração os benefícios que seus empreendimentos proporcionarão à comunidade autóctone.
- D) receber incentivos pelos resultados dos seus investimentos e decorrentes dos impactos positivos na exploração máxima da capacidade de carga.
- D) eliminar as desigualdades em termos de distribuição de benefícios e de custos entre os envolvidos na atividade.

49. Em contraponto ao fato de a maior parte da vida cultural da população ser vivenciada no espaço doméstico, a importância daquela exercitada fora desses limites do lar é potencializada em sua função estratégica e educativa, seja ao longo da semana, nos finais de semana, feriados prolongados, férias, aposentadoria, etc. Por outro lado, verifica-se a segregação do acesso ao lazer decorrente da valorização publicitária de certas práticas de lazer financeiramente muito acima da capacidade de compra de boa parte da população.

Em relação ao texto acima, analise as afirmativas a seguir.

- I. Essa situação não se constitui em um problema, na medida em que o homem moderno não tem necessidade de lazer fora de sua residência, pois o elevado nível cultural das programações dos canais de TV aberta pode prover suas necessidades culturais e de convivência social.
- II. A responsabilidade do poder público e das associações sem fins lucrativos em prover alternativas para o lazer fora do espaço doméstico para essa camada da população torna-se muito maior nesse caso.
- III. Do ponto de vista social, muitos são os fatores que contribuem para a segregação de parcelas da sociedade no acesso ao lazer físico-desportivo, artístico, intelectual e turístico, tais como: renda, escolaridade, sexo, faixa etária e local de moradia.

Somente está CORRETO o que se afirma em

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

50. Apesar da origem das viagens e dos deslocamentos humanos estar, historicamente, na sua grande maioria, relacionada a guerras, necessidade de sobrevivência e, até, circunstâncias cívicas e religiosas, de acordo com Camargo (2001), o lazer turístico é entendido como “aquele que envolve um deslocamento físico da cidade onde o indivíduo reside”.

A partir do texto acima, analise as afirmativas abaixo.

- I. O lazer turístico é considerado uma das práticas de lazer mais ricas do ponto de vista cultural, pois ainda agrega a mudança de paisagem, de ritmo e de estilo de vida.*
- II. Do ponto de vista econômico, é tão grande a importância das práticas turísticas de lazer que, muitas vezes, chegam a ganhar mais visibilidade que o próprio tempo de lazer.*
- III. Sob a ótica política, o lazer turístico assume, da mesma forma que, sob a ótica da economia, maior importância que o lazer em si mesmo, o que talvez se justifique exatamente pela sua expressão econômica.*

Assinale a alternativa CORRETA.

- A) Apenas as afirmativas I e II estão corretas.
- B) Apenas as afirmativas II e III estão corretas.
- C) Apenas as afirmativas I e III estão corretas.
- D) Apenas a afirmativa I está correta.
- E) Todas as afirmativas estão corretas.