

REDAÇÃO

A Carta de Princípios de Responsabilidade Socioambiental do Banco do Brasil, de 2003, diz o seguinte:

A postura de responsabilidade socioambiental do Banco do Brasil tem como premissa a crença na viabilidade de se conciliar o atendimento aos interesses dos seus acionistas com o desenvolvimento de negócios social e ecologicamente sustentáveis, mediante o estabelecimento de relações eticamente responsáveis com seus diversos públicos de interesse, interna e externamente.

Disponível em: <http://www.bb.com.br/portalbb/page3,8305,3922,0,0,1,6.bb?codigoNoticia=28460&codigoMenu=15217&codigoRet=15222&bread=2_1>. Acesso em: 12 dez. 2013.

Assim como uma empresa segue esses princípios, os brasileiros também devem buscar seu desenvolvimento pessoal, preservando os bens naturais e estando conscientes de seu papel na sociedade, ao exercer plenamente sua cidadania.

Considerando esses princípios, elabore um texto dissertativo-argumentativo, abordando o seguinte tema:

Na atualidade, muito pode ser feito pelo cidadão na construção de um Brasil bom para todos.

No desenvolvimento do tema, o candidato deverá:

- a) demonstrar domínio da escrita padrão;
- b) manter a abordagem nos limites da proposta;
- c) redigir o texto no modo dissertativo-argumentativo (não serão aceitos textos narrativos nem poemas);
- d) demonstrar capacidade de seleção, organização e relação de argumentos, fatos e opiniões para defender seu ponto de vista.

Apresentação da redação

- a) O texto deverá ter de 25 a 30 linhas, mantendo-se no limite de espaço para a Redação.
- b) O texto definitivo deverá ser passado para a Página de Redação (o texto da Folha de Rascunho não será considerado), com caneta esferográfica de tinta preta, fabricada em material transparente, e em letra legível.
- c) A Redação não deve ser identificada, por meio de assinatura ou qualquer outro sinal.

RASCUNHO

CONHECIMENTOS BÁSICOS

LÍNGUA PORTUGUESA

100 Coisas

É febre. Livros listando as cem coisas que você deve fazer antes de morrer, os cem lugares que você deve conhecer antes de morrer, os cem pratos que você deve provar antes de morrer. Primeiramente, me espanta o fato de todos terem a certeza absoluta de que você vai morrer. Eu prefiro encarar a morte como uma hipótese. Mas, no caso, de acontecer, serei obrigada mesmo a cumprir todas essas metas antes? Não dá pra fechar por cinquenta em vez de cem?

Outro dia estava assistindo a um DVD promocional que também mostra, como imaginei, as cem coisas que a gente precisa porque precisa fazer antes de morrer. Me deu uma angústia, pois, das cem, eu fiz onze até agora. Falta muito ainda. Falta dirigir uma Ferrari, fazer um safári, frequentar uma praia de nudismo, comer algo exótico (um baiacu venenoso, por exemplo), visitar um vulcão ativo, correr uma maratona [...].

Se dependesse apenas da minha vontade, eu já teria um plano de ação esquematizado, mas quem fica com as crianças? Conseguirei cinco férias por ano? E quem patrocina essa brincadeira?

Hoje é dia de mais um sorteio da Mega-Sena. O prêmio está acumulado em cinquenta milhões de reais. A maioria das pessoas, quando perguntadas sobre o que fariam com a bolada, responde: pagar dívidas, comprar um apartamento, um carro, uma casa na serra, outra na praia, garantir a segurança dos filhos e guardar o resto para a velhice.

Normal. São desejos universais. Mas fica aqui um convite para sonhar com mais criatividade. Arranje uma dessas listas de cem coisas pra fazer e procure divertir-se com as opções [...]. Não pense tanto em comprar mas em viver.

Eu, que não apostei na Mega-Sena, por enquanto sigo com a minha lista de cem coisas a *evitar* antes de morrer. É divertido também, e bem mais fácil de realizar, nem precisa de dinheiro.

MEDEIROS, Martha. **Doidas e santas**. Porto Alegre: L&PM, 2008, p. 122-123. Adaptado.

1 A afirmativa “É febre” (l. 1), com que é iniciado o texto, indica que há, no momento, na sociedade um(a)

- (A) desejo que se espalha entre pessoas.
- (B) infecção que se dissemina.
- (C) praga a ser evitada.
- (D) doença para a qual não existe remédio.
- (E) comportamento que afeta todas as pessoas.

- 2 A expressão “a gente precisa porque precisa fazer” (l. 13) quer dizer que é preciso fazer algo, pois
- (A) devemos fazer mas podemos optar por não fazer.
 - (B) podemos não querer cumprir a ordem.
 - (C) queremos realizar a tarefa, pois a desejamos.
 - (D) temos de realizar algo a qualquer preço.
 - (E) temos a obrigação, mas podemos não a aceitar.

3 O trecho que indica a crítica da autora sobre as listas das “100 coisas” é:

- (A) “Livros listando as cem coisas que você deve fazer antes de morrer” (l. 1-2)
- (B) “Primeiramente, me espanta o fato de todos terem a certeza absoluta de que você vai morrer.” (l. 4-6)
- (C) “Hoje é dia de mais um sorteio da Mega-Sena.” (l. 24)
- (D) “O prêmio está acumulado em cinquenta milhões de reais.” (l. 25-26)
- (E) “Eu, que não apostei na Mega-Sena, por enquanto sigo com a minha lista de cem coisas a *evitar* antes de morrer.” (l. 36-38)

4 No fragmento “fazer um safári, frequentar uma praia de nudismo, comer algo exótico (um baiacu venenoso, por exemplo), visitar um vulcão ativo” (l. 16-18), são palavras de classes gramaticais diferentes

- (A) “baiacu” e “nudismo”
- (B) “ativo” e “exótico”
- (C) “safári” e “vulcão”
- (D) “venenoso” e “exótico”
- (E) “praia” e “ativo”

5 O emprego do verbo **obter** está adequado à norma-padrão apenas em:

- (A) Caso **obtenham** êxito na Mega-Sena, os apostadores farão as cem coisas possíveis antes de morrer.
- (B) A procura das pessoas pelo enriquecimento rápido **obtem** bons recursos financeiros para o país.
- (C) Se **obterem** recursos, certamente as pessoas farão mais de cem coisas antes de morrer.
- (D) Quando o pessoal **obtiverem** êxito, o grupo que faz aposta coletiva vai viajar pelo mundo.
- (E) Com as apostas, **obtem**-se recursos para diversas pesquisas científicas.

6 A substituição do termo destacado pelo pronome oblíquo adequado está de acordo com a norma-padrão em:

- (A) “listando **as cem coisas**” (l. 1) – Listando-as
- (B) “Eu prefiro encarar **a morte**” (l. 6-7) – Encarar-lhe
- (C) “Falta **muito** ainda” (l. 15) – Falta-o ainda
- (D) “fica aqui **um convite**” (l. 31-32) – fica-o aqui
- (E) “Arranje **uma dessas listas**” (l. 32-33) – Arranje-lhes

7

Nos trechos abaixo, a expressão destacada pode ser substituída pela que vem ao lado, sem alteração do sentido e de acordo com a norma-padrão em

- (A) “livros **listando** as cem coisas” (ℓ. 1) – **listados**
 (B) “serei **obrigada** mesmo a cumprir todas essas metas antes?” (ℓ. 8-9) – **obrigado**
 (C) “assistindo a um DVD promocional **que** também mostra” (ℓ. 11-12) – **o qual**
 (D) “pois, das cem, eu fiz onze até agora. Falta **muito** ainda.” (ℓ. 14-15) – **muitas**
 (E) “Hoje é dia **de mais** um sorteio da Mega-Sena.” (ℓ. 24) – **demais**

8

Os períodos “Hoje é dia de mais um sorteio da Mega-Sena. O prêmio está acumulado em cinquenta milhões de reais.” (ℓ. 24-26) foram reescritos, com adaptações, para transformá-los em um único período.

Aquele que mantém o sentido original e está adequado à norma-padrão é:

- (A) Desde que o prêmio da Mega-Sena está acumulado em cinquenta milhões de reais, hoje é dia do sorteio.
 (B) Hoje é dia em que o prêmio da Mega-Sena, acumulado em cinquenta milhões de reais, vai ser sorteado.
 (C) Hoje é dia de mais um sorteio da Mega-Sena já que o prêmio está acumulado em cinquenta milhões de reais.
 (D) Hoje é dia de mais um sorteio da Mega-Sena porque o prêmio está acumulado em cinquenta milhões de reais.
 (E) Embora o prêmio esteja acumulado em cinquenta milhões de reais, hoje é dia de mais um sorteio da Mega-Sena.

9

O conector **que** classifica-se diferentemente do que se destaca em “coisas **que** você deve fazer” (ℓ. 1-2) em:

- (A) “lugares **que** você deve conhecer” (ℓ. 2-3)
 (B) “os cem pratos **que** você deve provar” (ℓ. 3-4)
 (C) “terem a certeza absoluta de **que** você vai morrer” (ℓ. 5-6)
 (D) “coisas **que** a gente precisa porque precisa fazer” (ℓ. 13)
 (E) “Eu, **que** não apostei na Mega-Sena” (ℓ. 36)

10

A seguinte frase está redigida com adequada grafia de palavras, correta acentuação e pontuação de acordo com a norma-padrão:

- (A) As raízes, crescem abaixo da superfície da terra, mas não abdicam de compostos nitrogenados e outras substâncias orgânicas.
 (B) A raiz é o membro das árvores que cresce abaixo da terra, mas não abdica de compostos nitrogenados e outras substâncias orgânicas.
 (C) A raiz é o membro das árvores que, apesar de crescer abaixo da terra não abdica de compostos nitrogenados e outras substâncias orgânicas.
 (D) As raízes geralmente subterrâneas, não abdicam de compostos nitrogenados e outras substâncias orgânicas.
 (E) A raiz, geralmente subterrânea, não abdica de compostos nitrogenados e outras substâncias orgânicas.

RACIOCÍNIO LÓGICO - MATEMÁTICO

11

Um cliente contraiu um empréstimo, junto a um banco, no valor de R\$ 20.000,00, a uma taxa de juros compostos de 4% ao mês, com prazo de 2 trimestres, contados a partir da liberação dos recursos. O cliente quitou a dívida exatamente no final do prazo determinado, não pagando nenhum valor antes disso.

Qual o valor dos juros pagos pelo cliente na data da quitação dessa dívida?

- (A) R\$ 1.250,00
 (B) R\$ 1.640,00
 (C) R\$ 2.500,00
 (D) R\$ 2.650,00
 (E) R\$ 5.300,00

Dados	
$1,04^2$	$\cong 1,082$
$1,04^3$	$\cong 1,125$
$1,04^4$	$\cong 1,170$
$1,04^5$	$\cong 1,217$
$1,04^6$	$\cong 1,265$
$1,04^7$	$\cong 1,316$

12

Uma empresa contraiu um financiamento para a aquisição de um terreno junto a uma instituição financeira, no valor de dois milhões de reais, a uma taxa de 10% a.a., para ser pago em 4 prestações anuais, sucessivas e postecipadas. A partir da previsão de receitas, o diretor financeiro propôs o seguinte plano de amortização da dívida:

- Ano 1 – Amortização de 10% do valor do empréstimo;
 Ano 2 – Amortização de 20% do valor do empréstimo;
 Ano 3 – Amortização de 30% do valor do empréstimo;
 Ano 4 – Amortização de 40% do valor do empréstimo.

Considerando as informações apresentadas, os valores, em milhares de reais, das prestações anuais, do primeiro ao quarto ano, são, respectivamente,

- (A) 200, 400, 600 e 800
 (B) 400, 560, 720 e 860
 (C) 400, 580, 740 e 880
 (D) 700, 600, 500 e 400
 (E) 700, 650, 600 e 500

13

Uma empresa gera números que são chamados de protocolos de atendimento a clientes. Cada protocolo é formado por uma sequência de sete algarismos, sendo o último, que aparece separado dos seis primeiros por um hífen, chamado de dígito controlador. Se a sequência dos seis primeiros algarismos forma o número n , então o dígito controlador é o algarismo das unidades de $n^3 - n^2$.

Assim, no protocolo 897687-d, o valor do dígito controlador d é o algarismo das unidades do número natural que é resultado da expressão $897687^3 - 897687^2$, ou seja, d é igual a

- (A) 4
 (B) 3
 (C) 2
 (D) 1
 (E) 0

14

Numa empresa, todos os seus clientes aderiram a apenas um dos seus dois planos, Alfa ou Beta. O total de clientes é de 1.260, dos quais apenas 15% são do Plano Beta. Se x clientes do plano Beta deixarem a empresa, apenas 10% dos clientes que nela permanecerem estarão no plano Beta.

O valor de x é um múltiplo de

- (A) 13
- (B) 11
- (C) 10
- (D) 8
- (E) 3

15

Durante 185 dias úteis, 5 funcionários de uma agência bancária participaram de um rodízio. Nesse rodízio, a cada dia, exatamente 4 dos 5 funcionários foram designados para trabalhar no setor X, e cada um dos 5 funcionários trabalhou no setor X o mesmo número N de dias úteis.

O resto de N na divisão por 5 é

- (A) 0
- (B) 1
- (C) 2
- (D) 3
- (E) 4

16

Apenas três equipes participaram de uma olimpíada estudantil: as equipes X, Y e Z.

A Tabela a seguir apresenta o número de medalhas de ouro, de prata e de bronze obtidas por essas equipes.

	ouro	prata	bronze	total
Equipe X	3	4	2	9
Equipe Y	1	6	8	15
Equipe Z	0	9	5	14

De acordo com os critérios adotados nessa competição, cada medalha dá a equipe uma pontuação diferente: 4 pontos por cada medalha de ouro, 3 pontos por cada medalha de prata e 1 ponto por cada medalha de bronze. A classificação final das equipes é dada pela ordem decrescente da soma dos pontos de cada equipe, e a equipe que somar mais pontos ocupa o primeiro lugar.

Qual foi a diferença entre as pontuações obtidas pelas equipes que ficaram em **segundo** e em **terceiro** lugares?

- (A) 1
- (B) 2
- (C) 4
- (D) 5
- (E) 6

17

Em uma caixa há cartões. Em cada um dos cartões está escrito um múltiplo de 4 compreendido entre 22 e 82. Não há dois cartões com o mesmo número escrito, e a quantidade de cartões é a maior possível. Se forem retirados dessa caixa todos os cartões nos quais está escrito um múltiplo de 6 menor que 60, quantos cartões restarão na caixa?

- (A) 3
- (B) 5
- (C) 10
- (D) 11
- (E) 12

18

A variância de um conjunto de dados é 4 m^2 .

Para o mesmo conjunto de dados foram tomadas mais duas medidas de variabilidade:

- a diferença entre o terceiro e o primeiro quartil e
- o coeficiente de variação.

Esses dois valores caracterizam-se, respectivamente, por

- (A) ser adimensional e possuir unidade de medida m^2 .
- (B) possuir unidade de medida m e ser adimensional.
- (C) possuir unidade de medida m^2 e ser adimensional.
- (D) possuírem unidades de medida m e m^2 .
- (E) possuírem unidades de medida m^2 e m.

19

Considerando-se a mesma taxa de juros compostos, se é indiferente receber R\$ 1.000,00 daqui a dois meses ou R\$ 1.210,00 daqui a quatro meses, hoje, esse dinheiro vale

- (A) R\$ 466,51
- (B) R\$ 683,01
- (C) R\$ 790,00
- (D) R\$ 826,45
- (E) R\$ 909,09

RASCUNHO

20

Sejam X o número de contratos realizados, e Y o número de contratos cancelados em uma determinada agência, por dia. A distribuição conjunta de X e Y é dada por

P(X=x; Y=y)		X							P(Y=y)
		0	1	2	3	4	5	6	
Y	0	0,03	0,04	0,04	0,04	0,02	0,02	0,01	0,20
	1	0,02	0,03	0,06	0,09	0,04	0,04	0,02	0,30
	2	0	0,03	0,05	0,07	0,04	0,04	0,02	0,25
	3	0	0	0,05	0,05	0,05	0,03	0,02	0,20
	4	0	0	0	0	0	0,02	0,03	0,05
P(X=x)		0,05	0,10	0,20	0,25	0,15	0,15	0,10	1

Dado que pelo menos quatro contratos novos foram fechados, a probabilidade de que três contratos sejam cancelados no mesmo dia é:

- (A) $\frac{1}{10}$ (B) $\frac{1}{8}$ (C) $\frac{1}{4}$ (D) $\frac{1}{3}$ (E) $\frac{2}{3}$

ATUALIDADES DO MERCADO FINANCEIRO

21

Em termos teóricos, podem ser conferidas ao Banco Central diversas atribuições, destacando-se, dentre elas, a de ser o Banco dos Bancos, o Único Banco Emissor ou o Banqueiro do Governo.

Sob o enfoque de Banqueiro do Governo, o Banco Central deve ser o

- (A) centralizador do caixa do governo
 (B) detentor do monopólio de órgão arrecadador da União
 (C) detentor do monopólio da distribuição do dinheiro
 (D) emprestador de dinheiro para as obras de fomento
 (E) financiador das obras de infraestrutura da União

22

Uma das atribuições do Conselho Monetário Nacional (CMN), que a Lei Nº 4.595/1964 estabelece, na qualidade de órgão integrante do Sistema Financeiro Nacional (SFN), é

- (A) determinar os percentuais do recolhimento compulsório
 (B) executar os serviços de meio circulante
 (C) orientar a aplicação dos recursos das instituições financeiras
 (D) realizar as operações de redesconto e empréstimos a instituições financeiras
 (E) receber os recolhimentos compulsórios das instituições financeiras

23

Nos últimos anos, observou-se que o mercado bancário teve elevado crescimento e forte acirramento entre as instituições bancárias no desenvolvimento de suas atividades, aumentando, dessa forma, a competição bancária.

Um dos fatores que impulsionaram essa disputa mercadológica, entre as instituições bancárias, surgiu com a

- (A) alta das taxas SELIC
 (B) redução dos níveis de crédito
 (C) falta de garantia do chamado crédito consignado
 (D) redução de taxas de juros dos Títulos Públicos Federais
 (E) ausência de interesse nas compras de folhas de pagamento

24

No Sistema Financeiro Nacional (SFN), sob o enfoque da Dinâmica do Mercado, o elemento técnico-conceitual referente à parte da economia que acompanha o comportamento dos salários e do poder de compra do salário da população, é a

- (A) inflação
 (B) política de rendas
 (C) taxa de juros
 (D) política de preços
 (E) política fiscal

25

Fazem parte do Sistema Financeiro Nacional (SFN) Instituições Financeiras Bancárias e Instituições Financeiras não Bancárias.

Nesse enfoque, pertencem ao grupo das Instituições não Bancárias, dentre outras, os Bancos

- (A) Comerciais
- (B) Cooperativos
- (C) de Investimento
- (D) Múltiplos, com carteira comercial
- (E) Múltiplos, com carteira de crédito imobiliário

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

CULTURA ORGANIZACIONAL

26

Considere-se uma situação hipotética na qual o Banco do Brasil é escolhido pelo Governo Federal para atuar como entidade financeira distribuidora de cartões de determinado programa social patrocinado, sendo sua remuneração simbólica.

Nos termos do Código de Ética do Banco do Brasil, tal atuação é

- (A) vedada, tendo em vista que a procura pelo lucro norteia o seu objetivo empresarial.
- (B) vedada pela posição da instituição no mercado acionário, que impede a participação das sociedades em tal atividade.
- (C) adequada diante do *marketing* positivo de tal atuação, que reverte para a imagem da instituição.
- (D) adequada e ocorre com perspectiva de lucro futuro com o ingresso dos beneficiados no rol de consumidores de serviços bancários.
- (E) possível pela relação natural da parceria na implementação de programas socioeconômicos.

27

O Código de Conduta da Alta Administração Federal instituiu a Comissão de Ética Pública (CEP), responsável pelo exame dos atos praticados pelos integrantes dos membros do Governo Federal.

Caso seja ocupante de cargo público e venha a praticar ato de gestão patrimonial sobre o qual paire dúvida quanto à sua realização à luz das normas do referido Código, o funcionário deve

- (A) proceder normalmente e assumir os riscos do negócio empreendido.
- (B) realizar consulta prévia à CEP sobre a regularidade do negócio entabulado.
- (C) consultar os seus advogados para obtenção de parecer sobre o tema.
- (D) pedir exoneração do cargo, realizar o negócio e postular o seu retorno.
- (E) estabelecer o negócio, mediante a participação de parentes sem vínculo com o serviço público.

28

Uma empresa do setor elétrico foi constituída por seu sócio-fundador em 1954 que, no ano passado, se retirou da empresa e deixou como seu substituto o neto, que é formado em Administração de Empresas.

Porém, antes de se retirar da organização, solicitou a um consultor que fizesse um levantamento das características de sua empresa.

Uma característica, que se refere à cultura da organização ressaltada pelo consultor, é a seguinte:

- (A) o mercado tem muitos concorrentes nacionais e estrangeiros, sendo um negócio que, embora com baixa lucratividade, tem um mercado bem definido e fiel à empresa.
- (B) o fluxo de caixa da empresa é positivo, em função da carteira de clientes a qual é bastante grande, já que a empresa atua tanto no mercado de varejo quanto no atacado.
- (C) os empregados apresentam baixa iniciativa e pequena capacidade de realização por autodeterminação, sendo a responsabilidade das decisões e da resolução de problemas transferida aos líderes.
- (D) a empresa opera em mercados já amadurecidos, com baixa taxa de expansão e conseqüente pequena demanda por novos investimentos, o que facilita a sua gestão.
- (E) a estratégia competitiva da empresa está formulada a partir da análise da indústria em que está operando, representada pela dimensão estrutural do setor — tecnologia e instituições regulatórias.

29

A cultura de uma organização está representada pelos padrões de comportamento, hábitos, tradições e relacionamentos compartilhados entre seus membros.

Existem vários elementos que compõem a cultura organizacional, condicionando e, de certa forma, direcionando o desempenho das pessoas.

Um desses elementos e sua respectiva descrição estão apresentados em:

- (A) conjunto de normas – regras escritas ou não que direcionam a forma como as pessoas devem proceder em função dos objetivos da organização.
- (B) fluxo de processos – regras de negócio estabelecidas para direcionar o relacionamento da empresa com os clientes, de maneira formal.
- (C) crenças e valores – referem-se às proibições impostas aos membros da organização e orientações relativas a fatos já ocorridos na organização e que são tidos como inquestionáveis.
- (D) mitos e tabus – elementos importantes para realizar, manter a imagem da organização e imprimir nas ações das pessoas o nível de sucesso organizacional desejado.
- (E) poder formal – expresso na comunicação assistemática, possibilitando relações de ajuda, compadrios e boatos, elementos existentes em todas as organizações.

30

A cultura é aprendida, transmitida e compartilhada. É resultante de um aprendizado por condicionamento social. Ela é construída ao longo do tempo.

Em termos empresariais, a cultura também é expressa na maneira como as coisas são feitas, como a empresa está estruturada, etc.

Dessa forma, a cultura organizacional cria o(a)

- (A) público-alvo da empresa
- (B) cenário do macroambiente organizacional
- (C) relação entre o ambiente externo e o grau de incerteza interno
- (D) identidade organizacional
- (E) abordagem sistêmica da administração

TÉCNICAS DE VENDAS

31

O superintendente de vendas do Banco A, submetido a regime de metas, determina a suas equipes que, em todos os contratos de empréstimos, vinculem o fechamento da operação à realização de contrato de seguro. Com tal determinação, as metas impostas são realizadas, com reflexo financeiro positivo na remuneração dos empregados.

Nos termos do Código de Defesa e Proteção ao Consumidor, tal operação é

- (A) vedada, por caracterizar prática abusiva.
- (B) vedada, por não ser possível a conjugação prática das operações.
- (C) permitida, por configurar habitualidade das relações.
- (D) permitida, por ser integrante de regime de remuneração por metas.
- (E) admitida, por ser inerente às relações de mercado.

32

O processo de vendas tem-se transformado, ao longo do tempo, em função da crescente competição existente no mercado entre empresas de mesmo setor. Em função disso, o foco da administração de vendas também mudou.

Hoje, em função do mercado, o foco dessa área é no(a)

- (A) cliente, avaliando suas necessidades e expectativas em relação aos produtos ofertados.
- (B) território de vendas, delimitando assim a atuação de cada vendedor, que concentrará seus esforços na área para ele determinada.
- (C) vendedor, visando a aumentar os ganhos do profissional, já que seu salário é a comissão sobre as vendas realizadas.
- (D) orçamento, proporcionando a expectativa de ganhos futuros em função das vendas a serem realizadas.
- (E) produção, estabelecendo metas de vendas que ultrapassem sua capacidade produtiva.

33

O setor bancário, de maneira geral, tem investido na criação de novos produtos para atender a um mercado emergente nos últimos anos, em função do aumento da renda *per capita* no país – as camadas mais populares da população brasileira.

Com base nesse pressuposto, os bancos, para avaliar se valeria a pena ou não investir na criação desses novos produtos, em seu planejamento de vendas, iniciaram seu processo de planejamento de vendas, analisando o(a)

- (A) *mix* de *marketing*, que pode ser utilizado pela empresa para influenciar a resposta dos consumidores.
- (B) campanha de *marketing*, procurando entender o comportamento do consumidor visando a estabelecer os objetivos e as metas de cada produto para que a campanha atinja o público-alvo.
- (C) previsão de vendas, que é um processo em que a capacidade de vendas da empresa e do mercado parte da análise da demanda total do mercado para definir o público-alvo em que vai atuar.
- (D) potencial de vendas, que é um processo em que é calculado, a partir da análise da empresa e de seu ambiente, da concorrência e de outros fatores pertinentes ao processo, o mercado existente.
- (E) potencial de mercado, que é um processo em que é estimada a capacidade do mercado brasileiro no ramo da atuação da empresa – estimativa que vai refletir a situação econômica do momento.

34

Um funcionário de um banco, preocupado em atingir as metas estabelecidas pela sua gerência, precisava vender alguns produtos bancários em pouco tempo.

Tentando atingir a meta estabelecida, ele procurou algumas informações sobre como melhorar seu desempenho no processo de vendas.

A informação de como proceder no processo de vendas, que contribuirá positivamente para a melhoria de seu desempenho, é

- (A) falar mais do que ouvir, durante a abordagem inicial, exaltando os benefícios de cada um dos produtos.
- (B) mostrar conhecimento em relação aos produtos, porém não mencionar a política do banco e as formas de cobrança referentes aos produtos, já que esses detalhes tomam o tempo do cliente.
- (C) buscar informações essenciais sobre os clientes com perspectiva de negócios, antes e durante a interação no processo de compra e venda.
- (D) oferecer os produtos aos clientes, independentemente de seus perfis já que, ao categorizar os clientes, estaria discriminando-os.
- (E) minimizar as informações passadas aos clientes sobre os riscos envolvidos em cada um dos produtos oferecidos.

35

A carteira de clientes é o principal ativo de uma agência bancária.

Portanto, na relação com os clientes, é essencial nortear-se pelo seguinte princípio:

- (A) Todos os clientes devem ter o mesmo tipo de atendimento bancário, mesmo possuindo diferentes solicitações de serviços bancários.
- (B) Qualquer tipo de agência bancária deve dar mais importância ao atendimento aos clientes pessoas físicas do que aos clientes pessoas jurídicas.
- (C) O bom relacionamento com todos os clientes deve ser feito independentemente do retorno financeiro que esses clientes proporcionam à agência bancária.
- (D) Os clientes que necessitam de crédito bancário devem ter um atendimento bancário inferior aos clientes que têm investimentos nas agências bancárias.
- (E) A responsabilidade pelo bom atendimento bancário é unicamente da área comercial da agência bancária.

36

As empresas, diante da concorrência existente no mercado, procuram medir a satisfação de seus clientes, buscando identificar possibilidades para sua fidelização.

A satisfação do cliente em relação ao produto adquirido é representada pelo(a)

- (A) atendimento da empresa ao Código de Defesa do Consumidor.
- (B) *turnover* dos empregados da empresa que atuam no processo produtivo.
- (C) volume de estoque de produtos acabados da empresa, para atender ao cliente.
- (D) proximidade entre as suas expectativas e o desempenho percebido do produto.
- (E) diminuição dos custos de produção.

37

O relacionamento que os bancos mantêm com seus clientes é um fator que contribui para sua captação e sua fidelização. Pensando nisso, os bancos têm utilizado diferentes ferramentas e estratégias no desenvolvimento de sua liderança no mercado.

De maneira geral, o *marketing* de relacionamento é conceituado como o processo pelo qual uma empresa constrói alianças com clientes atuais e potenciais de tal forma que ambos, vendedor e comprador, trabalhem em busca de um conjunto específico de objetivos comuns.

Os objetivos do *marketing* de relacionamento são atingidos quando

- (A) é assegurado que a empresa busque relacionar-se com os clientes a cada ocasião de compra.
- (B) é assegurado que os funcionários satisfaçam às necessidades dos clientes.
- (C) é estabelecido um relacionamento satisfatório entre a empresa e o cliente, não havendo necessidade de compatibilidade entre a empresa e outras partes.
- (D) é estabelecido o relacionamento unilateral e satisfatório de curto prazo com o cliente.
- (E) é estabelecida uma relação distante, formal e profissional com o cliente.

38

O grau de percepção de valor, pelo cliente, em relação ao produto ou serviço, é dinâmico, podendo variar de acordo com o momento – antes da aquisição, imediatamente após a aquisição, após longo tempo de aquisição e utilização, entre outras circunstâncias.

Essa mudança na percepção de valor ocorre porque

- (A) o grau de importância dos atributos de valor muda, à medida que a relação do cliente com o produto aumenta, podendo aumentar ou diminuir o valor percebido.
- (B) o vendedor, ao adquirir um produto ou serviço, aumenta os benefícios do cliente e isso viabiliza a redução dos custos de aquisição, o que contribui para a diminuição da percepção de valor.
- (C) as empresas focam o que os clientes desejam, generalizando e padronizando as suas necessidades, resultando no aumento da percepção de valor, porque os clientes são tratados de maneira uniforme.
- (D) um cliente, ao adquirir um produto ou serviço, percebe que a sua expectativa de valor, em relação ao que está adquirindo, excede a sua expectativa de valor de qualquer outro produto ou serviço da concorrência.
- (E) um *gap* é instaurado entre o que a empresa oferece ao mercado e o que o cliente adquire, aumentando assim a percepção de valor.

39

Os produtos bancários têm certas características que os diferenciam dos demais produtos comercializados no mercado.

Uma de suas características é determinada pela ausência de clareza ou precisão quando de sua oferta, que repercute na falta de compreensão e na dificuldade de o cliente elaborar mentalmente aquele produto que está sendo a ele ofertado.

Essa característica está relacionada à(ao) sua(seu)

- (A) tangibilidade
- (B) automação
- (C) invariabilidade
- (D) imaterialidade
- (E) risco percebido

40

A motivação da força de vendas é um fator fundamental para o sucesso na área comercial, sendo então necessário respeitar a seguinte premissa:

- (A) O gasto financeiro da empresa em motivação é um fator essencial para manter a equipe de vendas constantemente motivada.
- (B) A motivação está diretamente ligada à valorização do funcionário.
- (C) A questão motivacional não tem relação com um ambiente propício ao desenvolvimento pessoal e profissional de seu colaborador.
- (D) Uma equipe motivada sempre conseguirá alcançar e superar as metas da área comercial.
- (E) A motivação financeira sempre será o aspecto motivacional mais importante em um time comercial.

ATENDIMENTO

41

No momento da venda, ao apresentar um serviço bancário, o funcionário deve levar em conta o conceito de custo total para o cliente.

Esse conceito envolve, além das condições financeiras do serviço que se pretende adquirir, outros fatores, tais como:

- (A) vantagens esperadas
- (B) necessidades e desejos
- (C) imagem funcional e psicológica
- (D) prazo e condições de pagamento
- (E) tempo e energia física e psicológica

42

Campanhas de propaganda são instrumentos eficientes para aumentar a *share of mind* de uma marca, aumentando a confiança dos consumidores nos serviços bancários contratados.

Por intermédio de pesquisa, um banco pode medir o nível de *share of mind* de sua marca, solicitando aos clientes que

- (A) citem a primeira marca que lhes vêm à cabeça nesse segmento.
- (B) demonstrem as percepções mentais relacionadas com a marca.
- (C) indiquem o grau de concordância com afirmações a respeito dos serviços.
- (D) marquem o índice de satisfação com os serviços e benefícios recebidos.
- (E) respondam a questões relacionadas aos fatores psicográficos.

43

A gestão de *marketing* de um banco tem de lidar com variáveis incontroláveis, compreendidas como fatores que interferem na condução dos negócios e que não são determinados pela administração.

Um exemplo de uma variável incontrolável é(são)

- (A) o composto de *marketing*
- (B) a localização das agências
- (C) a situação econômica do país
- (D) a página da empresa na internet
- (E) as campanhas institucionais

44

Um banco possui dentre os seus clientes pessoas jurídicas classificadas como microempresas pela legislação própria.

Nesse caso, nos termos da Resolução CMN nº 3.849/2010, é necessário instituir Ouvidoria que, dentre outras atribuições, deverá realizar, quanto a eventuais conflitos, a atividade de

- (A) arbitragem
- (B) juizado
- (C) mediação
- (D) acordo
- (E) julgamento

45

O gerente da Ouvidoria de uma instituição financeira deve ser rigoroso no cumprimento dos prazos para responder aos reclamos dos clientes.

Nos termos da Resolução CMN nº 3.849/2010, o prazo máximo, em dias, para resposta final aos reclamos será de

- (A) cinco
- (B) dez
- (C) quinze
- (D) vinte
- (E) trinta

RASCUNHO


 Continua

**DOMÍNIO PRODUTIVO
DA INFORMÁTICA****46**

Os diferentes tipos de memórias encontrados nos computadores atuais apresentam características diversas em relação a tecnologia, velocidade, capacidade e utilização.

Uma característica válida é que

- (A) a memória ROM é usada como cache.
- (B) a memória RAM é memória mais lenta que os discos rígidos baseados na tecnologia SATA.
- (C) a memória cache é mais rápida que as memórias não voláteis.
- (D) a memória de armazenamento terciário faz parte da estrutura interna do microprocessador.
- (E) as memórias SSD são baseadas em discos magnéticos.

47

O sistema operacional Windows 7 utiliza e permite criar links para acessar, em dispositivos como o disco rígido (HD), arquivos, programas e pastas que são acessados com muita frequência.

Como se chamam esses links?

- (A) Pastas
- (B) Atalhos
- (C) Plug & Play
- (D) Endereços lógicos
- (E) Áreas de transferência

48

O sistema operacional cujas características são utilizar código aberto e interface por linha de comando é o

- (A) Linux
- (B) Windows
- (C) Android
- (D) iOS
- (E) Mac OS

49

Um software de reprodução de áudio e vídeo, como o Windows Media Center, utiliza outros programas de computador para traduzir o vídeo e o áudio empacotados dentro de um arquivo multimídia, permitindo que sejam apresentados na tela e no dispositivo de áudio. Normalmente, cada formato exige um programa específico.

Como é conhecido esse tipo de programa de computador?

- (A) burner
- (B) codec
- (C) driver
- (D) modem
- (E) reader

50

Uma transação financeira por meio de navegadores de internet deve usar, na mesma porta alocada ao protocolo HTTP, um protocolo mais seguro também conhecido como HTTP/TLS.

A URI desse protocolo é diferenciada por começar com

- (A) https
- (B) http-s
- (C) httppt
- (D) s-http
- (E) t-http

51

O Facebook é uma rede social em que pessoas interagem postando conteúdo na forma de “status”, interagindo com o conteúdo postado por outras pessoas por meio de três ações.

Disponibilizadas por meio de links, logo após o conteúdo original, essas três ações aparecem na seguinte ordem:

- (A) Comentar, Compartilhar e Gostar.
- (B) Convidar, Curtir e Divulgar.
- (C) Curtir, Comentar e Compartilhar.
- (D) Curtir, Comentar e Repostar.
- (E) Cutucar, Curtir e Comentar.

52

Um escriturário digitou o seguinte texto no MS Word:

Os arquivos referentes a transações bancárias geram muito papel. O avansso tecnológico que criou os processos de digitalização ajudam a administração desse acervo relevante.

Após ter verificado que a palavra “avansso” estava digitada, equivocadamente, o escriturário resolveu fazer uma correção óbvia.

Para isso, colocou o cursor na palavra avansso; logo depois da letra n, pressionou as teclas ctrl+delete; clicou no botão de negrito e completou a palavra corretamente, digitando as letras “ç” e “o”.

Qual é a nova apresentação do parágrafo em que a palavra em questão se encontra?

- (A) Os arquivos referentes a transações bancárias geram muito papel. O **ço**
- (B) **ço** tecnológico que criou os processos de digitalização ajudam a administração desse acervo relevante.
- (C) Os arquivos referentes a transações bancárias geram muito papel. O avanço tecnológico que criou os processos de digitalização ajudam a administração desse acervo relevante.
- (D) Os arquivos referentes a transações bancárias geram muito papel. O avanço tecnológico que criou os processos de digitalização ajudam a administração desse acervo relevante.
- (E) Os arquivos referentes a transações bancárias geram muito papel. O **çosso** tecnológico que criou os processos de digitalização ajudam a administração desse acervo relevante.

53

Analise o diálogo apresentado a seguir.

— Sr. José, bom dia: Aqui fala o suporte técnico do seu provedor de Internet. O senhor está feliz com o nosso atendimento?

— Sim, bastante.

— Sr. José, constatamos uma ligeira redução na velocidade da sua conexão e por isso gostaríamos de confirmar alguns dados para poder estar melhorando o serviço que lhe prestamos. É possível?

— Pois não!

— O seu endereço é rua do Bastião, 37?

— Sim.

— O seu e-mail é jose.arrose@empresa.com.br?

— Sim.

— Muito obrigado, Sr. José, seus dados foram confirmados e podemos continuar nossa entrevista. O seu histórico de cliente bom pagador gerou um benefício. A sua velocidade de conexão será aumentada sem qualquer acréscimo na sua mensalidade. Bons clientes, melhores serviços. O senhor aceita esse prêmio por bom relacionamento?

— Sim.

— Sr. José, podemos fazer isso imediatamente, nossos recursos de acesso remoto incorporaram novas funcionalidades que permitem que eu mesmo, com um simples comando no meu computador, modifique a configuração do seu modem e troque essa velocidade. O senhor autoriza essa manobra? São 10 M em lugar do seus 2 M atuais.

— Sim.

— O senhor, então, pode ditar sua senha de acesso, por favor?

— 4 5 2 8 4 7 9 3.

— Muito obrigado, Sr. José. Aguarde uns 30 min e verifique como estarão mais rápidos os seus acessos. O seu provedor agradece.

Esse diálogo caracteriza um ataque à segurança da informação conhecido por

- (A) spyware
- (B) técnica de entrevista
- (C) engenharia social
- (D) cavalo de troia
- (E) port scanner

54

Há características importantes que distinguem os códigos maliciosos denominados worm daqueles denominados trojan.

Uma dessas características é a

- (A) contaminação através de redes sociais
- (B) contaminação por compartilhamento de arquivos
- (C) instalação por execução explícita do código malicioso
- (D) instalação por execução de arquivo infectado
- (E) autorreplicação automática pela rede

55

O BOffice Calc tem recursos para a realização de operações matemáticas.

Em uma expressão, onde só aparecem os operadores de exponenciação, soma e multiplicação, a prioridade a ser respeitada na sequência de execução das operações correspondentes é dada pela seguinte ordem:

- (A) soma, multiplicação e exponenciação
- (B) multiplicação, soma e exponenciação
- (C) multiplicação, exponenciação e soma
- (D) exponenciação, multiplicação e soma
- (E) exponenciação, soma e multiplicação

CONHECIMENTOS BANCÁRIOS

56

O Sistema Financeiro Nacional é composto de dois grandes subsistemas: Subsistema Normativo e Subsistema de Intermediação.

Tendo em vista essa classificação, fazem parte do Subsistema

- (A) Normativo o Banco Central do Brasil e o Banco do Brasil.
- (B) Normativo o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social e a Comissão de Valores Mobiliários.
- (C) de Intermediação as Bolsas de Valores e de Mercado-rias e Futuros atuantes no Brasil.
- (D) de Intermediação os Comitês de Política Monetária (Copom) dos bancos comerciais.
- (E) de Intermediação o Banco Central do Brasil e o Banco do Brasil.

57

O Conselho Monetário Nacional (CMN) é a entidade máxima do sistema financeiro brasileiro, ao qual cabe

- (A) autorizar a emissão de papel-moeda.
- (B) fixar periodicamente a taxa de juros interbancária.
- (C) aprovar o orçamento do setor público federal.
- (D) apurar e anunciar mensalmente a taxa de inflação oficial.
- (E) intervir diretamente nas instituições financeiras ilíquidas.

58

No Brasil, a condução e a operação diárias da política monetária, com o objetivo de estabilizar a economia, atingindo a meta de inflação e mantendo o sistema financeiro funcionando adequadamente, são uma responsabilidade do(a)

- (A) Banco do Brasil
- (B) Banco Central do Brasil
- (C) Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
- (D) Comissão de Valores Mobiliários
- (E) Caixa Econômica Federal

59

Um gerente participa de processo de treinamento sobre títulos de créditos e garantias do Sistema Financeiro Nacional.

Durante a avaliação dos itens abordados no treinamento, o gerente, que se dedicou com afinco aos estudos, responde, apropriadamente, que o aval, nos termos do Código Civil,

- (A) pode ser parcial quando firmado em título de crédito.
- (B) pode ser considerado até declaração judicial quando cancelado.
- (C) deve ser subscrito exclusivamente no anverso do título.
- (D) é garantia típica dos contratos bancários.
- (E) gera direito de regresso contra o avalizado em caso de pagamento pelo avalista.

60

Um bancário, almejando promoção na carreira, realiza diversos cursos propostos pelo seu empregador.

Ao final de um desses cursos, foi apresentada uma questão exigindo do aluno o conhecimento de que a hipoteca

- (A) acarreta a proibição de alienação do imóvel hipotecado.
- (B) pode incidir sobre navios e aeronaves.
- (C) pode ser realizada por pessoa absolutamente incapaz.
- (D) é relacionada aos títulos de crédito documentados.
- (E) é inaplicável sobre as acessões do imóvel hipotecado.

61

Nos termos da circular nº 3.542/2012, **NÃO** está inserida nas hipóteses de controle de situações relacionadas com atividades internacionais a

- (A) utilização de operações complexas e com custos mais elevados que visem a dificultar o rastreamento dos recursos ou a identificação da natureza da operação.
- (B) realização de pagamentos de importação e recebimentos de exportação, antecipados ou não, por empresa sem tradição ou cuja avaliação econômico-financeira seja incompatível com o montante negociado.
- (C) realização de pagamentos a terceiros não relacionados a operações de importação ou de exportação.
- (D) realização de transferências unilaterais que, pela habitualidade, valor ou forma, não se justifiquem ou apresentem atipicidade.
- (E) existência de recursos pertencentes ou controlados, direta ou indiretamente, por pessoas que reconhecidamente tenham cometido atos terroristas.

62

Os planos de previdência PGBL (Plano Gerador de Benefício Livre) e VGBL (Vida Gerador de Benefício Livre) são produtos de Previdência Complementar que visam à acumulação de recursos e à transformação de tais recursos em uma renda futura.

Na modalidade PGBL, o imposto de renda incide sobre o

- (A) total resgatado ou recebido como renda
- (B) total de rendimentos bruto na data da aplicação
- (C) valor da aplicação inicial
- (D) valor futuro calculado para a data do resgate
- (E) ganho das aplicações financeiras

63

Os títulos de capitalização são emitidos pelas sociedades de capitalização e têm por objeto o depósito periódico de prestações pecuniárias pelo contratante, o qual terá, depois de cumprido o prazo contratado, os direitos de concorrer a sorteio de prêmios em dinheiro e o de

- (A) aplicar parte dos recursos em ações das bolsas de valores.
- (B) concorrer a imóveis nos feirões da casa própria.
- (C) concorrer a prêmios em barras de ouro.
- (D) resgatar parte dos valores depositados corrigidos por uma taxa de juros.
- (E) resgatar o valor do título mediante lance em leilões periódicos.

64

Atualmente, as instituições financeiras oferecem aos seus clientes diversos tipos de investimentos, dentre os quais está o investimento em ações de companhias abertas que podem ser negociadas na Bolsa de Valores.

A característica mais atrativa do investimento em ações é a

- (A) baixa probabilidade de perdas financeiras
- (B) alta probabilidade de perdas financeiras
- (C) isenção de imposto de renda
- (D) isenção de imposto sobre operações financeiras no ato de negociação das ações
- (E) possibilidade de ganhos superiores aos oferecidos em fundos de investimento

65

O mercado de seguros é cada vez mais crescente no Brasil. As seguradoras oferecem uma gama diferenciada de produtos e subprodutos para atender a essa grande demanda.

O seguro de acidentes pessoais, por exemplo, garante o pagamento de indenização em caso de

- (A) paralisação das atividades laborais do segurado durante o período de uma eventual internação hospitalar causada por doença crônica.
- (B) invalidez permanente, total ou parcial, por acidente, ou indenização ao beneficiário em caso de falecimento do segurado.
- (C) incêndio, enchente ou qualquer outro tipo de fenômeno climático que danifique a residência do segurado.
- (D) perda total do veículo sem danos ao segurado, desde que especificado na apólice.
- (E) colisão do automóvel do segurado com veículos de terceiros, desde que esteja estipulado na apólice.

66

O Banco do Brasil é considerado um agente financeiro especial do Governo Federal, devido a algumas atividades que desempenha, como a(o)

- (A) execução da política de preços mínimos de produtos agropecuários
- (B) extensão de crédito direto ao consumidor
- (C) concessão de cartões de crédito ao público
- (D) fiança bancária para investidores em bolsa
- (E) seguro de bens imóveis

67

O poder regulatório e fiscalizador da Comissão de Valores Mobiliários (CVM) se estende a várias entidades e atividades.

NÃO constituem uma dessas entidades ou atividades

- (A) as Bolsas de Mercadorias e Futuros
- (B) as Auditorias de Companhias Abertas
- (C) as Entidades de Compensação e Liquidação de Valores Mobiliários
- (D) os Mercados de Balcão Organizados de Valores Mobiliários
- (E) os Sistemas de Compensação de Títulos Públicos Federais – Selic

68

O Comitê de Política Monetária (Copom) do Banco Central do Brasil estabelece as ações que definem a política monetária do governo.

O Copom

- (A) é presidido pelo Ministro da Fazenda.
- (B) impõe limites mínimos de capitalização aos bancos comerciais.
- (C) impede a entrada de capitais financeiros especulativos no país.
- (D) determina periodicamente a taxa de juros interbancários de referência, a taxa Selic.
- (E) administra as reservas em divisas internacionais do Brasil.

69

O Fundo Garantidor de Crédito foi criado para, dentre outras finalidades, proteger depositantes e investidores no âmbito do sistema financeiro, até os limites estabelecidos pela regulamentação.

Tal fundo é pessoa jurídica caracterizada como

- (A) sociedade por ações
- (B) associação civil
- (C) autarquia especial
- (D) sociedade de economia mista
- (E) empresa financeira

70

Nos termos da Lei de regência, cabe ao Conselho Monetário Nacional determinar recolhimento de determinado percentual do total dos depósitos e/ou outros títulos contábeis das instituições financeiras, seja na forma de subscrição de letras ou obrigações do Tesouro Nacional, seja na compra de títulos da Dívida Pública Federal, ou ainda, através de recolhimento em espécie.

Esse percentual corresponderá a até

- (A) 20%
- (B) 30%
- (C) 40%
- (D) 50%
- (E) 60%

RASCUNHO