



Seleção Externa - Nível Inicial da Carreira Administrativa Cargo de Escriturário

Nome do Candidato _____

Caderno de Prova 'ESC', Tipo 003

Nº de Inscrição _____

MODELO

Nº do Caderno _____

MODELO1

Nº do Documento _____

0000000000000000

00001-0001-0001

ASSINATURA DO CANDIDATO _____

PROVA

Conhecimentos Básicos
Conhecimentos Específicos
Discursiva - Redação

INSTRUÇÕES

- Verifique se este caderno:
 - contém 60 questões, numeradas de 1 a 60.
 - contém a proposta e o espaço para o rascunho da redação.Caso contrário, reclame ao fiscal da sala um outro caderno.
Não serão aceitas reclamações posteriores.
- Para cada questão existe apenas UMA resposta certa.
- Você deve ler cuidadosamente cada uma das questões e escolher a resposta certa.
- Essa resposta deve ser marcada na FOLHA DE RESPOSTAS que você recebeu.

VOCÊ DEVE

- Procurar, na FOLHA DE RESPOSTAS, o número da questão que você está respondendo.
- Verificar no caderno de prova qual a letra (A,B,C,D,E) da resposta que você escolheu.
- Marcar essa letra na FOLHA DE RESPOSTAS, conforme o exemplo: A B C D E
- Ler o que se pede na Prova Discursiva - Redação e utilizar, se necessário, o espaço para rascunho.

ATENÇÃO

- Marque as respostas primeiro a lápis e depois cubra com caneta esferográfica de material transparente e tinta preta.
- Marque apenas uma letra para cada questão, mais de uma letra assinalada implicará anulação dessa questão.
- Responda a todas as questões.
- Não será permitida qualquer espécie de consulta, nem o uso de máquina calculadora.
- Em hipótese alguma os rascunhos das questões da Prova Discursiva - Redação serão corrigidos.
- Você deverá transcrever a redação, a tinta, na folha apropriada. Os rascunhos não serão considerados em nenhuma hipótese.
- A duração da prova é de 4 horas e 30 minutos para responder a todas as questões objetivas, preencher a Folha de Respostas e responder a Prova Discursiva-Redação (rascunho e transcrição).
- Ao término da prova, chame o fiscal de sala e devolva todo o material recebido.
- Proibida a divulgação ou impressão parcial ou total da presente prova. Direitos Reservados.

**CONHECIMENTOS BÁSICOS**

Atenção: Para responder às questões de números 1 a 6, considere o texto abaixo.

O preço foi uma das mais revolucionárias criações de todos os tempos. Invenção sem dono. Melhor seria chamá-la de uma evolução darwinista, resultado de milhares de anos de adaptação do ser humano à vida em sociedade: sobreviveu a maneira mais eficiente que o homem encontrou para alocar recursos escassos, no enunciado da definição clássica da ciência econômica. Diariamente tomamos decisões (comprar uma gravata, vender um apartamento, demitir um funcionário, poupar para uma viagem, ter um filho, derrubar ou plantar uma árvore), ponderando custos e benefícios. É a soma dessas ações, feitas no âmbito pessoal, que regula o custo e a disponibilidade de gravatas, apartamentos, funcionários, viagens, filhos ou mesmo árvores.

Como diz o jornalista americano Eduardo Porter em **O preço de todas as coisas**, "toda escolha que fazemos é moldada pelo preço das opções que se apresentam diante de nós, pesadas em relação a seus benefícios". As consequências dessa atitude, mostra Porter, nem sempre são óbvias. Até as formas femininas estão submetidas a uma virtual bolsa de valores, e o que se apresenta como grátis também tem seu preço – sem falar que a dinâmica da fixação de preços pode falhar miseravelmente, como comprovam as bolhas financeiras.

(Giuliano Guandalini. **Veja**, 3 de agosto de 2011, com adaptações)

1. De acordo com o texto, o preço de todas as coisas é estabelecido
- (A) pelo acordo possível entre pessoas que desejam comprar e aquelas que precisam desfazer-se de seus bens.
 - (B) pela relação que as pessoas fazem habitualmente entre custo e benefício quando tomam suas decisões.
 - (C) pelo valor das escolhas pessoais, apesar das regras da economia clássica existentes na sociedade de consumo.
 - (D) por sua situação no mercado consumidor, que determina custos menores em função do aumento da oferta.
 - (E) por economistas que se especializam em avaliar os objetos de consumo mais procurados pelas pessoas.

2. Evidencia-se uma opinião pessoal do autor e não simplesmente um fato no segmento:

- (A) *As consequências dessa atitude, mostra Porter, nem sempre são óbvias.*
- (B) *... uma evolução darwinista, resultado de milhares de anos de adaptação do ser humano à vida em sociedade ...*
- (C) *O preço foi uma das mais revolucionárias criações de todos os tempos.*
- (D) *... que o homem encontrou para alocar recursos escassos, no enunciado da definição clássica da ciência econômica.*
- (E) *É a soma dessas ações [...] que regula o custo e a disponibilidade de gravatas ...*

3. A ideia contida no 2º parágrafo é:

- (A) As pessoas geralmente tendem a optar por escolhas cujo preço esteja de acordo com as possibilidades de realização daquilo que pretendem obter.
- (B) O cálculo do preço de qualquer produto pode basear-se não somente em aspectos objetivos como também em elementos subjetivos.
- (C) Todas as escolhas feitas determinam um preço real, calculado pelos envolvidos nos negócios, a partir da importância de cada uma dessas escolhas.
- (D) As decisões de comprar ou vender algo são rotineiras em uma sociedade de consumo, fato que dá origem a um cálculo do valor dos produtos.
- (E) Os benefícios resultantes da fixação de preços adequados para as diferentes decisões tomadas individualmente atingem todo o grupo social.

4. *Invenção sem dono.* (1º parágrafo)

A afirmativa acima se justifica pelo fato de que

- (A) os poucos recursos à disposição do homem primitivo impediam que houvesse qualquer espécie de transação comercial, o que impossibilitava a fixação de preços.
- (B) as condições que regulavam as trocas comerciais na antiguidade não permitiam estabelecer valores adequados para os objetos em circulação.
- (C) a história da humanidade não tem registros a respeito do primeiro grupo social que estabeleceu preços para todas as coisas.
- (D) o preço das coisas sofreu evolução resultante da necessidade de acomodação do homem às condições da vida em sociedade.
- (E) os formuladores das doutrinas econômicas que atualmente vigoram no mercado não se preocuparam em identificar os idealizadores da fixação de preços.



5. *(comprar uma gravata, vender um apartamento, demitir um funcionário, poupar para uma viagem, ter um filho, derrubar ou plantar uma árvore)*

O segmento entre parênteses constitui

- (A) sequência explicativa, que enumera as eventuais decisões que podem ser tomadas diariamente pelas pessoas.
- (B) transcrição de um diálogo, que altera o foco principal do que vem sendo exposto.
- (C) constatação de situações habituais, com o mesmo valor de mercado, vivenciadas pelas pessoas.
- (D) reprodução exata das palavras do jornalista americano citado no texto, referentes à rotina diária das pessoas.
- (E) interrupção intencional do desenvolvimento das ideias, para acrescentar informações alheias ao assunto abordado.

6. *... sem falar que a dinâmica da fixação de preços pode falhar miseravelmente, como comprovam as bolhas financeiras.*

O segmento grifado acima constitui, no contexto,

- (A) demonstração da eficácia das teorias econômicas no controle de preços.
- (B) comentário crítico do autor do texto à obra do jornalista americano citado.
- (C) exemplo para realçar o equilíbrio nos preços de todas as coisas nas relações de compra e venda.
- (D) argumento que confirma a possibilidade de erros de avaliação no estabelecimento de preços.
- (E) referência a uma situação que contribui para o desenvolvimento da economia.

Atenção: Para responder às questões de números 7 a 10, considere os **Textos I** e **II** abaixo.

Texto I. Entre outras, constam no **Dicionário Houaiss** as seguintes definições a respeito do verbo **vender**:

- *transferir (bens ou mercadorias) para outrem em troca de dinheiro;*
- *praticar o comércio de; comerciar com; negociar;*
- *convencer (alguém) a aceitar (alguma coisa); persuadir (alguém) das boas qualidades de (uma ideia, um projeto etc.);*
- *trabalhar como vendedor;*
- *ser facilmente vendável; ter boa aceitação de consumo. [...]*

Texto II. *Também são determinantes no discurso persuasivo a afirmação e a repetição. A propaganda não pode dar margem a dúvidas; a meta é aconselhar o destinatário e conquistar a sua adesão. Daí as frases afirmativas e o uso do imperativo na peroração ("abra sua conta", "ligue já"). A repetição objetiva minar a opinião contrária do receptor por meio da reiteração. É possível encontrá-la não apenas na construção frasal, sobretudo nos slogans que são insistentemente repetidos (quer na forma verbal quer na escrita) junto à marca do produto, mas também nas diversas inserções da peça publicitária nos veículos conforme seu plano de mídia. Não por acaso, o termo propaganda [...] originou-se do verbo propagare, "técnica do jardineiro de cravar no solo os rebentos novos das plantas a fim de reproduzir novas plantas que depois passarão a ter vida própria" – uma ação, portanto, nitidamente repetitiva.*

(Carrascoza, João A. **A evolução do texto publicitário**. São Paulo: Futura, 1999, p. 44 e 45)

7. *...a meta é aconselhar o destinatário e conquistar a sua adesão. (Texto II)*

Dentre os verbos que constam como sinônimos de **vender** no **Texto I**, o sentido mais próximo do segmento destacado acima é:

- (A) *trabalhar como vendedor.*
- (B) *transferir (bens ou mercadorias) para outrem em troca de dinheiro.*
- (C) *persuadir (alguém) das boas qualidades de (uma ideia, um projeto etc).*
- (D) *praticar o comércio de.*
- (E) *ser facilmente vendável.*

8. Tomando-se como referência o que consta nos dois textos, a afirmativa correta é:

- (A) A ideia central do **Texto II** aparece explicitada em um dos possíveis significados do verbo **vender**, transcritos no **Texto I**.
- (B) O **Texto I** pode ser corretamente entendido como uma espécie de resumo do assunto que é desenvolvido no **Texto II**.
- (C) O desenvolvimento do **Texto II** está desvinculado do que consta do dicionário em relação aos sentidos do verbo **vender**.
- (D) O conteúdo do **Texto I** apresenta sentido de oposição ao que se lê no **Texto II**.
- (E) O sentido principal do **Texto I** está no verbo **vender**, enquanto o do **Texto II** está no verbo **propagar**, verbos que não podem ser empregados como sinônimos.

9. Com base no **Texto II**, conclui-se que o sentido de **propaganda** está corretamente expresso em:

- (A) insistência voltada para os benefícios trazidos pelo consumo, seja de produtos naturais, seja de objetos criados pelo homem.
- (B) repetição de uma única ideia até que o público a quem se dirige a mensagem se cansa de ouvir sempre as mesmas frases.
- (C) serviços oferecidos por um vendedor, ao criar novas ideias em um mercado já estabilizado e conhecido.
- (D) imitação por vendedores de um fenômeno da natureza, o de espalhar ideias como se faz a reprodução de plantas.
- (E) difusão de mensagens convincentes e repetitivas, faladas ou escritas, nos meios de comunicação, visando ao consumo de um produto.



10. "técnica do jardineiro de cravar no solo os rebentos novos das plantas a fim de reproduzir novas plantas que depois passarão a ter vida própria." (Texto II)

O segmento transcrito acima

- (A) traz a informação de que jardineiros também são propagandistas de ideias.
- (B) diferencia o trabalho manual daquele que envolve a divulgação de ideias.
- (C) esclarece o sentido exato do antigo verbo *propagare*.
- (D) contém a ideia principal de todo o parágrafo em que ele se encontra.
- (E) confirma a informação de que não pode haver dúvida na propagação.

Atenção: Para responder às questões de números 11 a 15, considere o texto abaixo.

Depois de passar quase 200 mil anos vivendo em pequenos grupos nômades, os seres humanos (ou alguns deles, pelo menos) resolveram que era hora de assentar, criando vilas e cidades. A questão é: por quê?

Durante muito tempo, a resposta-padrão foi simples: por causa da invenção da agricultura. Ao descobrir maneiras de produzir alimentos em grande escala, certos povos que viveram a partir de uns 10 mil anos atrás desencadearam uma explosão populacional que foi resolvida com outra invenção, a da vida urbana. Acontece que a sequência verdadeira pode ser exatamente a oposta, indicam dados arqueológicos que se acumularam nos últimos anos.

Ao menos no Crescente Fértil – a região que engloba países como Iraque, Israel, Turquia e Síria, considerada o berço da civilização ocidental –, as pessoas parecem ter primeiro se juntado em assentamentos densos e só depois – em parte como consequência da aglomeração – ter desenvolvido o cultivo de plantas e a criação de animais. E o processo parece ter começado muito antes do momento em que a agricultura propriamente dita entra em cena.

Restos de plantas aparecem em sítios arqueológicos com indícios de população cada vez maior. O número de espécies vegetais usadas se reduz, mas essas plantas continuam com suas características selvagens, o que indica que estavam apenas sendo coletadas mais intensivamente. Da mesma maneira a caça consumida por esses grupos sedentários fica menos diversificada, concentrando-se em poucas espécies que se reproduzem rápido, como lebres, raposas e aves. E só quando o uso dos recursos selvagens chega ao limite, sinais claros de vegetais cultivados aparecem.

(Reinaldo José Lopes. **Folha de S. Paulo**, Ciência, C15, 15 de abril de 2012, com adaptações)

11. A afirmativa que resume corretamente o desenvolvimento do texto é:

- (A) Pesquisas arqueológicas indicam que a vida urbana pode ter surgido bem antes da agricultura.
- (B) Dados arqueológicos revelam cultivo intenso de vegetais em núcleos de habitação bastante primitivos.
- (C) Alguns povos primitivos descobriram técnicas de reprodução rápida de diversas espécies animais.
- (D) O cultivo de alimentos permitiu o assentamento de seres humanos em vilas bastante povoadas.
- (E) A agricultura acelerou a evolução da espécie humana em núcleos densamente habitados.

12. Há no texto informação clara de que

- (A) é extremamente difícil encontrar dados arqueológicos que tragam respostas para explicar o modo de vida do homem primitivo nos aglomerados urbanos.
- (B) as cidades da região mais civilizada da antiguidade serviram de modelo para as sociedades que se espalharam por todo o mundo conhecido nessa época.
- (C) o homem que vivia em núcleos urbanos somente passou a cultivar vegetais depois que se reduziu a oferta de recursos naturais, que eram até então coletados.
- (D) a produção de alimentos foi responsável pela explosão populacional em uma região que, por sua localização, facilitou o surgimento das primeiras cidades bem organizadas.
- (E) a maior dificuldade existente nos assentamentos urbanos mais antigos se concentrava na área de cultivo de alimentos, em função do grande número de habitantes.

13. (ou alguns deles, pelo menos) (1º parágrafo)

Considerando-se o contexto, a observação transcrita acima

- (A) indica que as primeiras cidades surgiram há muito tempo no Crescente Fértil [...], berço da civilização ocidental.
- (B) sugere que a explosão populacional da antiguidade foi a consequência imediata da invenção da vida urbana.
- (C) confirma a hipótese de que a resposta para o assentamento urbano está na invenção da agricultura.
- (D) assinala que a descoberta de maneiras de produzir alimentos em larga escala extinguiu os pequenos grupos nômades.
- (E) restringe a afirmativa de que os seres humanos resolveram que era hora de assentar, criando vilas e cidades.

14. Da mesma maneira a caça consumida por esses grupos sedentários fica menos diversificada, concentrando-se em poucas espécies que se reproduzem rápido ... (último parágrafo)

A partir do segmento grifado na frase acima, é correto afirmar que

- (A) o número de espécies animais criadas pelo homem primitivo nos primeiros assentamentos era grande e diversificado.
- (B) alguns povos primitivos se alimentavam unicamente da caça aos pequenos animais criados nos assentamentos.
- (C) somente animais domesticados podiam servir de alimento para as pessoas que viviam em assentamentos.
- (D) um grande número de pessoas em núcleos bastante povoados levava à necessária oferta de alimentos.
- (E) a reprodução de animais era sinal da prosperidade dos grupos que passaram a viver em comunidades primitivas.



15. Ao descobrir maneiras de produzir alimentos em grande escala, certos povos que viveram a partir de uns 10 mil anos atrás desencadearam uma explosão populacional que foi resolvida com outra invenção, a da vida urbana.

Outra redação para a frase acima, em que se mantém a correção, a clareza e, em linhas gerais, o sentido, está em:

- (A) Foi uns povos primitivos, de 10 mil anos atrás, que descobriram como cultivar alimentos, destinados para as pessoas que explodiram a população da vida urbana, também criada.
- (B) Aos 10 mil anos, com a descoberta de como ter alimentos cultivados para a explosão do número das pessoas vivendo em núcleos de vida urbana, permitindo sua alimentação.
- (C) Há mais ou menos 10 mil anos, a descoberta da produção de alimentos para um grande número de pessoas permitiu o crescimento da população e, em consequência, os aglomerados urbanos.
- (D) O vertiginoso aumento da população, onde se criou os assentamentos urbanos, com a produção de alimentos para o grande número de pessoas que ali viviam, há 10 mil anos.
- (E) Com a descoberta dos alimentos e o que podia ser cultivado para manter um grande número de seres humanos nos assentamentos, criou-se as condições da vida urbana, em época primitiva.

16. Renato aplicou R\$ 1.800,00 em ações e, no primeiro dia, perdeu $\frac{1}{2}$ do valor aplicado. No segundo dia Renato ganhou $\frac{4}{5}$ do valor que havia sobrado no primeiro dia, e no terceiro dia perdeu $\frac{4}{9}$ do valor que havia sobrado no dia anterior. Ao final do terceiro dia de aplicação, Renato tinha, em R\$,

- (A) 1.200,00.
- (B) 820,00.
- (C) 810,00.
- (D) 800,00.
- (E) 900,00.

17. Depois de ter comprado 15 livros de mesmo preço unitário, Paulo verificou que sobraram R\$ 38,00 em sua posse, e faltaram R\$ 47,00 para comprar outro livro desse mesmo preço unitário. O valor que Paulo tinha inicialmente para comprar seus livros era, em R\$, de

- (A) 1.228,00.
- (B) 1.225,00.
- (C) 1.305,00.
- (D) 1.360,00.
- (E) 1.313,00.

18. Um empréstimo de R\$ 800.000,00 deve ser devolvido em 5 prestações semestrais pelo Sistema de Amortizações Constantes (SAC) à taxa de 4% ao semestre. O quadro demonstrativo abaixo contém, em cada instante do tempo (semestre), informações sobre o saldo devedor (SD), a amortização (A), o juro (J) e a prestação (P) referentes a esse empréstimo. Observe que o quadro apresenta dois valores ilegíveis.

Semestre	SD (em R\$)	A (em R\$)	J (em R\$)	P (em R\$)
0	800.000,00	-	-	-
1	640.000,00	160.000,00	32.000,00	192.000,00
2	480.000,00	160.000,00	25.600,00	185.600,00
3	320.000,00	160.000,00	19.200,00	179.200,00
4	160.000,00	160.000,00	12.800,00	172.800,00
5	-	160.000,00	#####	#####

Se o quadro estivesse com todos os valores legíveis, o valor correto da prestação P, no último campo à direita, na linha correspondente ao semestre 5, da tabela, seria de

- (A) 170.300,00.
- (B) 167.500,00.
- (C) 166.400,00.
- (D) 162.600,00.
- (E) 168.100,00.

19. Nos quatro primeiros dias úteis de uma semana o gerente de uma agência bancária atendeu 19, 15, 17 e 21 clientes. No quinto dia útil dessa semana esse gerente atendeu n clientes. Se a média do número diário de clientes atendidos por esse gerente nos cinco dias úteis dessa semana foi 19, a mediana foi

- (A) 21.
- (B) 19.
- (C) 18.
- (D) 20.
- (E) 23.

20. Certo capital foi aplicado por um ano à taxa de juros de 6,59% a.a. Se no mesmo período a inflação foi de 4,5%, a taxa real de juros ao ano dessa aplicação foi, em %, de

- (A) 1,8.
- (B) 2,2.
- (C) 1,9.
- (D) 2,0.
- (E) 2,1.



Atenção: Para responder às questões de números 21 e 22, considere as informações abaixo:

O supervisor de uma agência bancária obteve dois gráficos que mostravam o número de atendimentos realizados por funcionários. O Gráfico I mostra o número de atendimentos realizados pelos funcionários A e B, durante 2 horas e meia, e o Gráfico II mostra o número de atendimentos realizados pelos funcionários C, D e E, durante 3 horas e meia.

Gráfico I

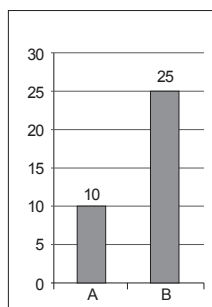
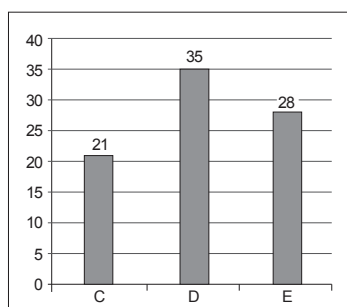


Gráfico II



21. Preocupado com o horário de maior movimento, que se dá entre meio dia e uma e meia da tarde, o supervisor colocou esses cinco funcionários trabalhando simultaneamente nesse período. A partir das informações dos gráficos referentes ao ritmo de trabalho por hora dos funcionários, o número de atendimentos total que os cinco funcionários fariam nesse período é

- (A) 10.
- (B) 57.
- (C) 19.
- (D) 38.
- (E) 45.

22. Observando os dois gráficos, o supervisor desses funcionários calculou o número de atendimentos, por hora, que cada um deles executou. O número de atendimentos, por hora, que o funcionário B realizou a mais que o funcionário C é

- (A) 4.
- (B) 3.
- (C) 10.
- (D) 5.
- (E) 6.

Atenção: Para responder às questões de números 23 a 25, considere as informações abaixo:

Uma corretora de seguros negocia cinco tipos de apólices de seguros denominadas I, II, III, IV e V. Nos primeiros vinte dias do mês, a corretora negociou 1.240 apólices. O Gráfico A mostra a participação, em porcentagem, de cada um dos tipos de apólice nesses 1.240 negócios. O Gráfico B mostra, em porcentagem, a meta de participação nos negócios a ser alcançada até o fim do mês por tipo de apólice. Sabe-se que a meta a ser atingida é a de negociação de 1.500 apólices no mês.

Gráfico A

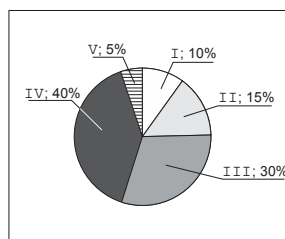
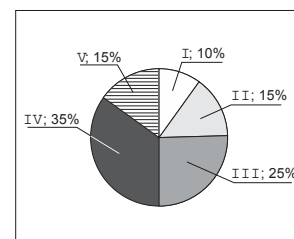


Gráfico B



23. Considere que os preços de negociação das apólices sejam 1 unidade monetária para a apólice I, 2 unidades monetárias para a apólice II, 3 unidades monetárias para a apólice III, 4 unidades monetárias para a apólice IV e 5 unidades monetárias para a apólice V. Se a meta mensal de 1.500 negociações, com participação conforme descrito no gráfico B, for atingida, a participação da apólice IV na arrecadação total das negociações realizadas nesse mês, em porcentagem aproximada, é igual a

- (A) 42.
- (B) 48.
- (C) 40.
- (D) 35.
- (E) 45.

24. O número de negociações, ainda necessárias, da apólice V, para alcançar exatamente a meta prevista para ela, é:

- (A) 225.
- (B) 75.
- (C) 163.
- (D) 124.
- (E) 62.

25. O tipo de apólice que deve ser menos negociada, no tempo que ainda falta, para que a meta seja exatamente atingida, é a apólice

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



<p>26. A Presidente do Brasil afirmou, em 31 de julho de 2012, no Palácio do Planalto, após a Cúpula Extraordinária do Mercosul, que, para o bloco, tem significado histórico o ingresso</p> <p>(A) do Chile.</p> <p>(B) da Colômbia.</p> <p>(C) do Equador.</p> <p>(D) da Venezuela.</p> <p>(E) do Peru.</p>	<p style="text-align: center;">CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS</p> <p>31. O conhecimento prévio da cultura organizacional, pelo interessado na participação de Concurso Público, para ingresso em instituição financeira, é fator importante para</p> <p>(A) possibilitar a realização imediata de suas expectativas sobre trabalho, colegas e superiores hierárquicos.</p> <p>(B) compatibilizar seus interesses financeiros pessoais com a sua remuneração futura.</p> <p>(C) acumular experiência com vistas à busca de outra colocação no mercado de trabalho.</p> <p>(D) preparar o movimento de formação de grupos internos para reformulação dos princípios vigentes.</p> <p>(E) permitir reflexão sobre a decisão de trabalhar em setor e empresa compatíveis com suas aptidões e valores pessoais.</p>
<p>27. O sistema financeiro avalia que certos países têm características que permitem sua análise em blocos. Um deles, o BRICS, é composto por Brasil,</p> <p>(A) Ruanda, Itália, Coreia do Sul e Suriname.</p> <p>(B) Rússia, Índia, China e África do Sul.</p> <p>(C) Reino Unido, Irlanda, Croácia e Suécia.</p> <p>(D) Romênia, Indonésia, China e Suíça.</p> <p>(E) Rússia, Israel, Chile e África do Sul.</p>	
<p>28. Presente no ambiente regulatório dos negócios bancários, tem merecido destaque para contribuir com a redução da taxa de juros:</p> <p>(A) portabilidade do crédito.</p> <p>(B) restrição à entrada de novos bancos estrangeiros no País.</p> <p>(C) limitação de empréstimos para aquisição de veículos novos.</p> <p>(D) atuação conjunta do Banco do Brasil com o Banco Central no crédito consignado.</p> <p>(E) determinação para financiamentos bancários sem garantia.</p>	<p>32. O Código de Ética do Banco do Brasil prevê</p> <p>(A) contratação de fornecedores a partir de um grupo selecionado com parcialidade.</p> <p>(B) estrita conformidade à Lei na proibição ao financiamento a partidos políticos.</p> <p>(C) troca, sem limites, de informações com a concorrência, na busca de negócios rentáveis.</p> <p>(D) relacionamento com o poder público, dependente das convicções ideológicas dos seus titulares.</p> <p>(E) responsabilidade aos parceiros pela avaliação de eventual impacto socioambiental nas realizações conjuntas.</p>
<p>29. O Banco Central do Brasil decretou, em setembro de 2012, a liquidação extrajudicial do Banco</p> <p>(A) Crefisul.</p> <p>(B) Nacional.</p> <p>(C) Econômico.</p> <p>(D) Santos.</p> <p>(E) Cruzeiro do Sul.</p>	<p>33. O Banco do Brasil espera de seus colaboradores o atendimento a elevados padrões de ética, moral, valores e virtudes, tais como:</p> <p>(A) intolerância com a diversidade do conjunto das pessoas que trabalham no conglomerado.</p> <p>(B) aceitação de presentes oferecidos por clientes satisfeitos, sem restrição de valor.</p> <p>(C) associação a entidades representativas alinhadas ao pensamento da diretoria.</p> <p>(D) repúdio a condutas que possam caracterizar assédio de qualquer natureza.</p> <p>(E) imposição dos princípios pessoais dos chefes aos membros da sua equipe.</p>
<p>30. Com o objetivo de diminuir o déficit habitacional, mediante a construção de novas moradias populares com financiamento acessível, o Governo Federal criou</p> <p>(A) a Letra Hipotecária.</p> <p>(B) a Carta de Crédito SBPE.</p> <p>(C) o Programa Minha Casa Minha Vida.</p> <p>(D) o Consórcio Imobiliário para Todos.</p> <p>(E) o BB Crédito Imóvel Próprio.</p>	<p>34. O código de conduta da alta Administração pública tem a finalidade de</p> <p>(A) desestimular a criação de mecanismo de consulta para esclarecimento de dúvidas quanto à conduta ética do administrador.</p> <p>(B) difundir padrões éticos impostos pelo Tribunal de Contas da União.</p> <p>(C) divulgar a imagem e reputação do administrador público.</p> <p>(D) discriminar setores liberados para atividades profissionais posteriores ao exercício de cargo público.</p> <p>(E) minimizar a possibilidade de conflitos entre o interesse privado e o dever funcional de autoridades públicas.</p>



35. O atendimento bancário pode ser classificado como um tipo específico de SERVIÇO. Como tal, apresenta uma série de características que posicionam esse produto nessa categoria. A característica que NÃO pertence à categoria dos SERVIÇOS é a
- (A) heterogeneidade.
 - (B) intangibilidade.
 - (C) estocabilidade.
 - (D) inseparabilidade.
 - (E) perecibilidade.
36. Até que o cliente receba e aceite a mercadoria constante em seu pedido, a venda é um compromisso de compra e venda. Por isso, as empresas têm investido em Administração de Vendas, tratando, principalmente, de três temas centrais: o planejamento do que deverá ser feito; a coordenação daquilo que está sendo feito; e o controle daquilo que já foi feito. Deve fazer parte do planejamento:
- (A) avaliar o desempenho dos vendedores e da equipe de vendas.
 - (B) conferir se o pedido de venda foi preenchido de forma correta.
 - (C) verificar se as informações constantes no relatório de visita a um cliente são satisfatórias.
 - (D) apresentar o relatório de despesas oriundas de visitas a clientes.
 - (E) prever as vendas para o próximo período.
37. Geralmente, as empresas não determinam um preço único para um produto, mas criam uma estrutura de determinação de preços que reflete diferentes estratégias. O preço "isca" ocorre, por exemplo, quando supermercados e lojas de departamentos reduzem o preço de marcas conhecidas para estimular um movimento maior nas lojas. Esta estratégia corresponde ao Preço
- (A) por desempenho.
 - (B) geográfico.
 - (C) promocional.
 - (D) discriminatório.
 - (E) diferenciado.
38. Após estabelecer claramente objetivos e opositores, as empresas precisam definir quais as estratégias de ataque, visando ao alcance de vantagem competitiva. A empresa atacante se iguala à sua oponente, no que se refere a produto, propaganda, preço e distribuição, por meio da estratégia de
- (A) guerrilha.
 - (B) ataque pelo flanco.
 - (C) manobra de cerco.
 - (D) ataque frontal.
 - (E) *bypass*.
39. O escriturário Afonso, recém contratado pelo Banco JKL, zeloso pelo bom desempenho de suas funções, elaborou uma pequena lista de sugestões que melhorariam o atendimento aos clientes. Uma sugestão, dentre outras, que traz melhorias ao atendimento é
- (A) a alteração do mobiliário interno da agência visando à atualização da imagem institucional.
 - (B) o redimensionamento da central de atendimento, possibilitando aumento da capacidade de atendimento.
 - (C) a prestação do serviço de liquidação de ordens de pagamento somente nos balcões da agência.
 - (D) a reestruturação do *site* do banco com bloqueio de atendimento via *chat*.
 - (E) a redução de pessoal e dos guichês para atendimento preferencial a idosos, gestantes e portadores de deficiências.
40. Em uma palestra de treinamento de colaboradores de um banco, o palestrante discorre sobre os fatores que influenciam na experiência dos clientes para com os serviços prestados pelo banco. No entanto, ao longo de sua exposição, ele comete um equívoco e enumera um fator que nada tem a ver com a influência sobre a experiência dos clientes. O fator mencionado ERRONEAMENTE é
- (A) a organização do atendimento.
 - (B) a qualidade do local de prestação do serviço.
 - (C) o desempenho dos prestadores do serviço.
 - (D) o clima organizacional da empresa prestadora do serviço.
 - (E) a opinião dos outros clientes.
41. O Banco ABC se orgulha da história de ter crescido arregimentando uma base de clientes extremamente fiéis que permanecem como seus correntistas desde a fundação da instituição. A principal diretriz do Banco, desde sua origem, foi a de orientar seus funcionários para a satisfação da clientela e para a construção de relacionamentos. Uma importante característica do chamado *marketing* de relacionamento é:
- (A) Uma estratégia de priorização de resultados, buscando a ampliação sustentada das vendas articulada com ações que levem à redução de custos.
 - (B) Uma mudança de paradigma para a área do *marketing*, alterando seu foco do binômio retenção/relações para o binômio compras/transações.
 - (C) Uma estratégia de fazer negócios cuja força recai sobre a conquista de novos clientes, e não na manutenção e aperfeiçoamento dos atuais clientes.
 - (D) Tem como objetivo a construção e a manutenção de uma base de clientes comprometidos que sejam rentáveis para a organização.
 - (E) Os clientes podem beneficiar-se das associações de longo prazo obtidas por meio da consolidação da lealdade mútua em detrimento dos interesses das empresas.
42. Os serviços são interações complexas afetadas por uma série de elementos e, portanto, adotar uma perspectiva de *marketing* holístico é fundamental. A complexidade do *marketing* holístico de serviços exige *marketing*
- (A) externo e interno, apenas.
 - (B) externo, interno e interativo.
 - (C) externo, apenas.
 - (D) interno, apenas.
 - (E) interativo, apenas.



43. No Brasil, com a estabilidade econômica a partir dos anos 1990 e a abertura do mercado bancário brasileiro para a entrada de bancos estrangeiros, o setor financeiro tornou-se bem mais competitivo. Com esse aumento da competitividade, torna-se fundamental, às organizações que almejam um melhor posicionamento no mercado, diferenciar seus serviços de maneira significativa aos consumidores.
- Uma ação para diferenciação eficaz de serviços é a
- (A) alocação de gerentes para atendimentos especiais (gerentes de negócios).
- (B) restrição dos serviços de autoatendimento.
- (C) depreciação de informações sobre desejos e necessidades dos clientes.
- (D) padronização dos serviços.
- (E) extinção do "gerente de fila" (pré-atendimento).
-
44. As atividades do *Telemarketing* permitem conduzir campanhas de *marketing* direto e têm se tornado popular nos últimos anos. Seu uso em pesquisa de mercado, em promoção de vendas e em vendas é crescente, devido a um número considerado de vantagens. São vantagens do *Telemarketing*:
- (A) inflexibilidade e custo baixo.
- (B) flexibilidade e rapidez.
- (C) flexibilidade e custo elevado.
- (D) rapidez e visibilidade do produto.
- (E) custo elevado e eficácia.
-
45. O Banco MNO tem utilizado, em suas campanhas de *marketing*, um conjunto de ferramentas de incentivo, projetadas para estimular a compra de produtos ou serviços específicos por parte do cliente. Esta prática é denominada
- (A) distribuição seletiva.
- (B) propaganda.
- (C) promoção de vendas.
- (D) *marketing* direto.
- (E) distribuição intensiva.
-
46. Dadas as afirmações abaixo:
- 1ª – A "satisfação" é definida como a avaliação objetiva, com respeito a um bem ou serviço, contemplando ou não as necessidades e expectativas do cliente,
- PORQUE
- 2ª – a satisfação é influenciada pelas contrapartidas emocionais dos clientes, pelas causas percebidas para o resultado alcançado com o bem ou serviço e por suas percepções de ganho ou preço justo.
- É correto afirmar que
- (A) as duas afirmações são falsas.
- (B) as duas afirmações são verdadeiras e a segunda justifica a primeira.
- (C) as duas afirmações são verdadeiras e a segunda não justifica a primeira.
- (D) a primeira afirmação é verdadeira e a segunda é falsa.
- (E) a primeira afirmação é falsa e a segunda é verdadeira.
-
47. Um cliente do Banco ZZY enfrenta um problema referente à tarificação indevida sobre seu extrato bancário. Sem solução para a questão, resolve encaminhar sua reclamação à ouvidoria do Banco, que segue rigorosamente as determinações contidas na Resolução CMN nº 3.849 de 25/03/2010, que dispõe sobre as ouvidorias das instituições financeiras.
- Segundo esta Resolução do CMN, caracteriza corretamente a ouvidoria:
- (A) É vedada à instituição financeira expressar em seu estatuto ou contrato social o compromisso de criar condições adequadas para o funcionamento da ouvidoria.
- (B) A ouvidoria tem a atribuição de receber as reclamações dos clientes e usuários de produtos e serviços do Banco, mas não a de lhes dar qualquer tratamento formal.
- (C) O Banco não tem a incumbência de garantir o acesso gratuito aos clientes e usuários de produtos e serviços ao atendimento da ouvidoria.
- (D) A ouvidoria deve informar aos reclamantes o prazo previsto para resposta final, o qual não pode ultrapassar quarenta dias corridos, contados da data da protocolização da ocorrência.
- (E) A ouvidoria deve desempenhar a função de canal de comunicação entre o banco, seus clientes e usuários de seus produtos e serviços.
-
48. Os profissionais que desempenham funções de atendimento ao cliente, que ultrapassam os limites entre o "interno e o externo à organização", são chamados de "linha de frente" e constituem um insumo fundamental para a excelência do serviço e a vantagem competitiva de uma organização. O Banco FGH, desejando constituir uma "linha de frente" capaz de proporcionar melhorias no atendimento aos clientes,
- (A) deverá centralizar as decisões, extinguindo a autonomia dos profissionais para que se evitem discordâncias no padrão de atendimento.
- (B) deverá reduzir custos com treinamento de pessoal, uma vez que o estabelecimento de um compromisso emocional com a empresa e o desenvolvimento de habilidades interpessoais se dá, naturalmente, no desempenho da função.
- (C) não deverá se preocupar com qualidades, tais como a disposição para o trabalho, a atenção a detalhes, a cortesia e a boa apresentação, na contratação do pessoal para compor sua "linha de frente".
- (D) deverá adotar um manual de regras que possibilitem a definição de um padrão rígido de atendimento, independentemente das especificidades das situações e da variabilidade dos clientes.
- (E) deverá criar equipes de alto desempenho a partir do agrupamento de pessoas com habilidades complementares, que sejam treinadas e estejam focadas em um propósito comum.



49. Pedro está utilizando o *Microsoft Windows 7 Professional* (em português) e deseja que uma pessoa, que utiliza outro computador da mesma rede, acesse um conjunto de documentos colocados em uma pasta no seu computador, com permissão para ler e/ou alterar/gravar os documentos. Para permitir o acesso, clicou com o botão direito do mouse na pasta onde estão os documentos que deseja compartilhar, clicou em **I** e, em seguida, clicou em **II**. No assistente de compartilhamento de arquivos, clicou na seta ao lado da caixa de texto, selecionou o nome da lista com quem deseja compartilhar a pasta e, em seguida, clicou em Adicionar. Na coluna Nível de Permissão, selecionou **III**.

As lacunas **I**, **II** e **III** devem ser preenchidas, correta e respectivamente, com:

	I	II	III
A	Compartilhar com	Domínio	Todas
B	Permissão	Grupo de trabalho	Gravação/Leitura
C	Compartilhar com	Pessoas específicas	Leitura/Gravação
D	Compartilhar	Grupo doméstico	Leitura
E	Permissão	Grupos específicos	Gravação

50. O *Microsoft Excel 2010* (em português) possui diversas funções que permitem executar cálculos financeiros. A maioria dessas funções aceita argumentos similares como prazo de investimento, pagamentos periódicos, período, taxa de juros, valor presente etc. Uma dessas funções é a NPER, que calcula o número de períodos de um investimento de acordo com pagamentos constantes e periódicos e uma taxa de juros constante.

Baseando-se nas informações acima, considere um financiamento no valor de R\$ 3.377,00, a uma taxa de 12% ao ano. Considere a disponibilidade de apenas R\$ 300,00 por mês para pagar este financiamento.

	A	B
1	Dados	Descrição
2	R\$ 3.377,00	Valor do financiado (Valor Presente)
3	R\$ 300,00	Pagamento efetuado a cada mês (período)
4	12%	Taxa de juros anual
5	12,00	Número de meses (períodos) necessários para pagar o financiamento

O resultado presente na célula A5 (configurado para ser mostrado com duas casas decimais) é o número de meses necessários para pagar o financiamento, resultante da aplicação da função NPER. Baseando-se nos dados apresentados, a função utilizada na célula A5 é:

- (A) =NPER(A4/12;A2;A3)
- (B) =NPER(A4/12;-A3;A2)
- (C) =NPER(A4/12;A3;A2)
- (D) =NPER(A4;-A3;A2)
- (E) =NPER(A4/12;A2;-A3)

51. A comunicação entre os funcionários da empresa onde Ana trabalha se dá, em grande parte, por meio da troca de e-mails. Certo dia, Ana notou que um dos e-mails recebidos por ela continha um arquivo anexo e uma mensagem na qual Ana era informada de que deveria abrir o arquivo para atualizar seus dados cadastrais na empresa. Apesar do computador de Ana conter um antivírus instalado, se o arquivo anexo no e-mail contém um vírus, é correto afirmar que o computador

- (A) não será infectado, pois os mecanismos de segurança presentes no servidor de e-mail removem automaticamente o vírus do arquivo quando ele for aberto.
- (B) foi infectado, pois ao ler a mensagem, o vírus se propagou para a memória do computador.
- (C) foi infectado, pois ao chegar à caixa de e-mail, o vírus contido no arquivo se propaga automaticamente para a memória do computador.
- (D) não será infectado se Ana não abrir o arquivo anexo, mesmo que ela leia a mensagem do e-mail.
- (E) não será infectado, mesmo que ela abra o arquivo anexo, pois o antivírus instalado no computador garante que não ocorra a infecção.

52. A lista a seguir foi criada selecionando-se todo o fragmento de texto do Código de Ética do Banco do Brasil, digitado no *Microsoft Word 2010* (em português), e clicando-se na ferramenta Lista de Vários Níveis na guia Página Inicial, conforme abaixo:

1. *Cientes*
2. *Oferecemos produtos, serviços e informações para o atendimento das necessidades de clientes de cada segmento de mercado, com inovação, qualidade e segurança.*
3. *Oferecemos tratamento digno e cortês, respeitando os interesses e os direitos do consumidor.*
4. *Oferecemos orientações e informações claras, confiáveis e oportunas, para permitir aos clientes a melhor decisão nos negócios.*
5. *Estimulamos a comunicação dos clientes com a Empresa e consideramos suas manifestações no desenvolvimento e melhoria das soluções em produtos, serviços e relacionamento.*
6. *Asseguramos o sigilo das informações bancárias, ressaltados os casos previstos em lei.*

Em seguida, selecionou-se apenas o bloco de texto referente aos itens de 2 a 6 e utilizou-se um comando que fez com que a lista fosse apresentada da seguinte forma:

1. *Cientes*
 - 1.1. *Oferecemos produtos, serviços e informações para o atendimento das necessidades de clientes de cada segmento de mercado, com inovação, qualidade e segurança.*
 - 1.2. *Oferecemos tratamento digno e cortês, respeitando os interesses e os direitos do consumidor.*
 - 1.3. *Oferecemos orientações e informações claras, confiáveis e oportunas, para permitir aos clientes a melhor decisão nos negócios.*
 - 1.4. *Estimulamos a comunicação dos clientes com a Empresa e consideramos suas manifestações no desenvolvimento e melhoria das soluções em produtos, serviços e relacionamento.*
 - 1.5. *Asseguramos o sigilo das informações bancárias, ressaltados os casos previstos em lei.*

O comando utilizado, para obter o segundo formato de lista, foi:

- (A) pressionou-se a tecla Tab.
- (B) pressionou-se a tecla Enter.
- (C) selecionou-se Organizar Lista, na guia Página Inicial.
- (D) selecionou-se Criar sublista, na guia Formatar.
- (E) selecionou-se Alterar Estilos, na guia Exibição.



53. Na empresa onde Maria trabalha há uma intranet que possibilita o acesso a informações institucionais, destinada apenas ao uso dos funcionários. Essa intranet representa um importante instrumento de comunicação interna, proporcionando redução das distâncias entre os funcionários, aumento da produtividade e a criação de novas possibilidades de interação institucional. São centralizados os procedimentos, circulares, notícias, formulários e informações comuns para os funcionários em um servidor de intranet. Para transferir páginas entre o servidor e os computadores ligados na intranet, permitindo que se navegue em páginas da *web* por meio de *hyperlinks*, utiliza-se um Protocolo de Transferência de Hipertexto que é conhecido pela sigla
- (A) UDP.
(B) SSL.
(C) HTTP.
(D) FTP.
(E) SMTP.
54. O Sistema Financeiro Nacional tem como entidades supervisoras:
- (A) FEBRABAN e Superintendência Nacional de Previdência Complementar.
(B) Receita Federal do Brasil e Resseguradores.
(C) Comissão de Valores Mobiliários e Bolsas de Mercadorias e futuros.
(D) Banco Central do Brasil e Superintendência de Seguros Privados.
(E) Banco do Brasil e Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social.
55. O Fundo Garantidor de Créditos (FGC) proporciona garantia ordinária a cada titular de depósito à vista e no mesmo conglomerado financeiro até o valor, em R\$, de
- (A) 20 mil.
(B) 50 mil.
(C) 70 mil.
(D) 1 milhão.
(E) 20 milhões.
56. A Comissão de Valores Mobiliários (CVM) controla e fiscaliza o seguinte produto do mercado de valores mobiliários:
- (A) Fundo de Investimento.
(B) Certificado de Depósito a Prazo.
(C) Título de Capitalização.
(D) Letra de Câmbio.
(E) Título de Emissão do Tesouro Nacional.
57. Produto que, após um período de acumulação de recursos, proporciona aos investidores uma renda mensal – que poderá ser vitalícia ou por período determinado – ou um pagamento único, é o
- (A) PGBL – Plano Gerador de Benefício Livre.
(B) CDB – Certificado de Depósito Bancário.
(C) FIDC – Fundo de Investimento em Direitos Creditórios.
(D) Ourocap – Banco do Brasil.
(E) BB Consórcio de Serviços.
58. Para depósitos a partir de 04 de maio de 2012, caso a taxa básica de juros (Selic) seja de 8,5% ao ano ou inferior, o rendimento passa a ser de 70% dela acrescido da taxa referencial (TR). Trata-se de investimento em
- (A) Letra do Tesouro Nacional.
(B) Caderneta de Poupança.
(C) Recibo de Depósito Bancário.
(D) Fundo de Renda Fixa.
(E) Título de Capitalização.
59. A operação por meio da qual a instituição financeira garante em contrato, perante terceiros, o cumprimento de obrigações decorrentes de riscos assumidos por parte do seu cliente é denominada
- (A) aval.
(B) fiança bancária.
(C) penhor mercantil.
(D) alienação fiduciária.
(E) adiantamento de contrato de câmbio.
60. O crime de lavagem de dinheiro caracteriza-se por um conjunto de operações comerciais ou financeiras que buscam a incorporação na economia de cada país, de modo transitório ou permanente, de recursos, bens e valores de origem ilícita e que se desenvolvem por meio de um processo dinâmico que envolve, teoricamente, três fases independentes:
- (A) aplicação, valorização e resgate.
(B) cobrança, conversão e destinação.
(C) colocação, ocultação e integração.
(D) contratação, registro e utilização.
(E) exportação, tributação e distribuição.



DISCURSIVA-REDAÇÃO

Instruções: De acordo com o Capítulo 9, item 9.9, do Edital de Abertura de Inscrições – Na Prova Discursiva-Redação, deverão ser rigorosamente observados os limites mínimo de 20 (vinte) linhas e máximo de 30 (trinta) linhas, sob pena de perda de pontos a serem atribuídos à Redação.

Em uma relação comercial, há sempre duas partes envolvidas: a empresa e o consumidor. O acordo entre os interesses de cada uma dessas partes é um desafio a ser superado quando se quer transformar intenções em realidade.

Considerando o que se afirma acima, redija um texto dissertativo-argumentativo, posicionando-se a respeito do seguinte tema:

Conciliar as necessidades dos consumidores aos objetivos da empresa

01	
02	
03	
04	
05	
06	
07	
08	
09	
10	
11	
12	
13	
14	
15	
16	
17	
18	
19	
20	
21	
22	
23	
24	
25	
26	
27	
28	
29	
30	