

**LIVRO DE
QUESTÕES**

CARREIRAS BANCÁRIAS



EXPEDIENTE

Diretora editorial
Coordenação editorial
Revisão
Projeto gráfico
Diagramação

Juliana Pivotto
Mari de Barros
Equipe de Revisão Nova Concursos
Equipe Nova Concursos
Willian Lopes

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) Angélica Ilacqua CRB-8/7057

Carreiras bancárias / [Silvana Guimarães Ferreira]...[et al].
-- São Paulo : Nova Concursos, 2019.
396 p. (Livro de Questões)

ISBN 978-65-80143-03-0

1. Serviço público - Brasil - Concursos 2. Concursos - Problemas, questões, exercícios I. Ferreira, Silvana Guimarães

CDU 35.08(079.1)

18-0272

Índices para catálogo sistemático:
1. Serviço público - Brasil - Concursos

© 2019 - Todos os direitos reservados à



Proibida a reprodução total ou parcial desta obra, por qualquer meio ou processo, especialmente gráfico, fotográfico, fonográfico, videográfico, internet. Essas proibições aplicam-se também às características de editoração da obra. A violação dos direitos autorais é punível como crime (art. 184 e parágrafos, do Código Penal), com pena de prisão e multa, conjuntamente com busca e apreensão e indenizações diversas (artigos 102, 103, parágrafo único, 104, 105, 106 e 107, incisos I, II e III, da Lei nº 9.610, de 19/02/1998, Lei dos Direitos Autorais).

QT003-A-19-CARREIRAS-BANCARIAS

APRESENTAÇÃO DA OBRA

Este livro da Coleção Questões Comentadas é mais uma ferramenta elaborada pela Editora Nova, que vai ajudar você a conquistar seus principais objetivos no âmbito dos concursos públicos. Está organizado por matérias, e cada matéria dividida em tópicos, exigidos no edital do cargo do concurso em questão. Também propusemos o comentário de todas as alternativas das questões de múltipla escolha.

Os autores de nossas obras têm larga experiência na área do concurso público, sendo muitos deles também responsáveis pelas aulas que você encontra em nossos *Cursos Online*. A teoria ensinada em nossos *Cursos* junto com o livro de questões comentadas, tornam-se uma importante ferramenta de aprendizagem e estudo.

O gabarito oficial das questões está de acordo com a lei vigente à época do concurso. Em alguns comentários, o autor, em respeito à atualização ocorrida na lei, propôs um comentário atualizado e diferente do gabarito oficial. Isto permite ao leitor entender a mudança por meio da resposta contextualizada sem a alteração do gabarito oficial em respeito à organizadora da prova do concurso.

Caro aluno, antes da prova, revise o comentário das questões deste livro. A meta é estudar até passar!

Muito obrigado.
Editores da Nova Concursos

SUMÁRIO

Língua Portuguesa.....	9
Matemática e Raciocínio Lógico-Matemático.....	53
Informática	117
Estatística.....	151
Língua Inglesa	165
Conhecimentos Bancários	195
Atualidades do Mercado Financeiro.....	289
Atendimento Bancário	309
Cultura Organizacional	331
Técnica de Vendas.....	353
Ética no Serviço Público	377

LÍNGUA PORTUGUESA

Sobre a Autora

Zenaide Auxiliadora Pachegas Branco

Graduada pela Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Adamantina. Especialista pela Universidade Estadual Paulista – Unesp

A ordem cronológica dos fatos citados no texto 2 é:

- a) redução da poluição / banimento da circulação de carros / erosão dos monumentos;
- b) banimento da circulação de carros / erosão dos monumentos / redução da poluição;
- c) erosão dos monumentos / redução da poluição / banimento da circulação de carros;
- d) redução da poluição / erosão dos monumentos / banimento da circulação de carros;
- e) erosão dos monumentos / banimento da circulação de carros / redução da poluição.

3. (CAIXA ECONÔMICA FEDERAL – NÍVEL SUPERIOR – CONHECIMENTOS BÁSICOS – CESPE – 2014-ADAPTADA)

A busca de uma convenção para medir riquezas e trocar mercadorias é quase tão antiga quanto a vida em sociedade. Ao longo da história, os mais diversos artigos foram usados com essa finalidade, como o chocolate, entre os astecas, e o bacalhau seco, entre os noruegueses, tendo cabido aos gregos do século VII a.C. a criação de uma moeda metálica com um valor padronizado pelo Estado. “Foi uma invenção revolucionária. Ela facilitou o acesso das camadas mais pobres às riquezas, o acúmulo de dinheiro e a coleta de impostos – coisas muito difíceis de fazer quando os valores eram contados em bois ou imóveis”, afirma a arqueóloga Maria Beatriz Florenzano, da Universidade de São Paulo. A segunda grande revolução na história do dinheiro, o papel-moeda, teve uma origem mais confusa. Existiam cédulas na China do ano 960, mas elas não se espalharam para outros lugares e caíram em desuso no fim do século XIV.

As notas só apareceram na Europa – e daí para o mundo – em 1661, na Suécia. Há quem acredite que cartões de crédito e caixas eletrônicos em rede já representam uma terceira revolução monetária. “Com a informática, o dinheiro se transformou em impulsos eletrônicos invisíveis, livres do espaço, do tempo e do controle de governos e corporações”, afirma o antropólogo Jack Weatherford, da Faculdade Mcalester, nos Estados Unidos da América.

Internet: <<http://super.abril.com.br>> (com adaptações).

A expressão “*essa finalidade*” refere-se ao trecho “para medir riquezas e trocar mercadorias”.

() CERTO () ERRADO

1.

Considerando os números naturais a , b e c , e as igualdades $a \cdot b = 380$, $b \cdot c = 380$, $a \cdot c = 361$.

Temos que identificar o produto $a \cdot b \cdot c$

$$a \cdot b = 380$$

$$b \cdot c = 380$$

$$a \cdot c = 361$$

$$b = 380/a$$

$$c = 361/a$$

$$b \cdot c = 380$$

$$380/a \cdot 361/a = 380$$

$$137180/a^2 = 380$$

$$a = 19$$

Aplicando o valor de a :

$$19 \cdot b = 380$$

$$b = 380/19$$

$$b = 20$$

Por fim, temos:

$$a = 19$$

$$b = 20$$

$$c = 19$$

A questão pede o produto de $a \cdot b \cdot c$

$$19 \cdot 20 \cdot 19 = 7220$$

GABARITO OFICIAL: D**2.**

Devemos considerar que a , b e c , números naturais consecutivos tais que $0 < a < b < c$, e os resultados P , Q e R das expressões

$$a \cdot b + b \cdot c = P,$$

$$(a + b) \cdot (b + c) = Q$$

$$e \ a \cdot b \cdot c = R.$$

Tomando por base que a , b e c , números naturais consecutivos tais que $0 < a < b < c$, podemos ter:

$$a = 1; b = 2; c = 3$$

Substituindo:

$$a \cdot b + b \cdot c = P$$

$$1 \cdot 2 + 2 \cdot 3 = 2 + 6 = 8;$$

Sendo assim $P = 8$ (número par)

$$(a + b) \cdot (b + c) = Q$$

$$(1+2) \cdot (2+3) = 3 \cdot 5 = 15$$

Logo, $Q = 15$ (número ímpar)

$$a \cdot b \cdot c = R$$

$$1 \cdot 2 \cdot 3 = 6;$$

Portanto $R = 6$ (número par)

GABARITO OFICIAL: C

INFORMÁTICA

Sobre o Autor

Ovidio Lopes da Cruz Netto

Doutorado e mestrado em Engenharia Biomédica, projeto que criou um software que facilita o aprendizado de crianças portadoras de síndrome de Down <www.ovidio.eng.br/nossavida> e seu desenvolvimento social.

Pós-graduado em Engenharia de Software pela Universidade São Judas Tadeu, em 2008.

Formação de docentes para o Ensino Superior pela UNINOVE, em 2007.

Graduado em Engenharia da Computação pela UMC, em 2004.

Trabalha com educação desde o ano de 2003.

Tem vários cursos de Tecnologia Educacional, realizados no Brasil e também no exterior, como: Itália, Espanha, Malta, Costa Rica e Argentina.

Professor integrante do Banco de Avaliadores (BASis) do Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (Sinaes) - INEP/MEC.

ESTATÍSTICA

Sobre a Autora

Tatiana de Souza Carvalho

Bacharel em Ciências Econômicas pela Fundação Instituto Tecnológico de Osasco-SP.

MBA em Gestão Financeira e Controladoria pela Fundação Getúlio Vargas-SP.

Curso de Formação de professores, realizado na UNIP-SP.

Experiência profissional multidisciplinar, adquirida em empresas de serviços e comércio.

Atuou na rotina administrativa e na financeira (contas a pagar e receber; fluxo de caixa; cobrança e faturamento; conciliação bancária; análise e conciliação contábil), operando sistemas de gestão como InterQuadran e Prosoft.

Participação em vários cursos e palestras de desenvolvimento e aprimoramento nas áreas de Finanças, Administração e Contabilidade, em instituições importantes como: Corecon, BM&FBOVESPA, SENAI, SEBRAE e SENAC.

Consultora voluntária em Gestão Social do Instituto GESC.

Professora do Centro Paula Souza ETEC, onde lecionou os cursos de Logística, Administração, Finanças e Serviço Jurídico.

GABARITO COMENTADO

1.

Total dos salários x total de funcionários

$$1500 \cdot 100 = 150.000$$

Total de salários x quantidade de funcionários demitidos $2500 \cdot 20 = 50.000$

$150.000 - 50.000$ (salário dos funcionários - salário dos demitidos) + 10.000 (10% de aumento de salários remanescentes) / 80 (empregados atuais)

$$100.000 + 10.000 = 110.000$$

$$110.000 / 80 = 1.375,00$$

GABARITO OFICIAL: A

2.

$$\text{Média} = 2+4+8+4+8+1+2+32+12+1+5+7+5+5+3+4+24+19+4+14 / 20$$

$$\text{Média} = 8,2$$

$$\text{Moda} = 4 = 4 \cdot 2 = 8$$

GABARITO OFICIAL: CERTO

3.

A curva normal tem sua distribuição simétrica, pois a média coincide com a mediana e a moda.

GABARITO OFICIAL: ERRADO

4.

f_i = frequência absoluta

F = frequência acumulada

F_{ri} = Frequência relativa acumulada

X	f_i	F		X	f_i	F
1	2	2		8	2	15
2	2	4		12	1	16
3	1	5		14	1	17
4	4	9		19	1	18
5	3	12		24	1	19
7	1	13		32	1	20

$$f_i < 8 = 13 \quad n = 20$$

F_{ri} (Frequência Relativa Acumulada - F/n)

$$13/20 = 0,65$$

GABARITO OFICIAL: CERTO

1.

Cada enunciado desta questão pretende conferir o conhecimento do candidato a respeito de verbos bastante comuns em inglês, todos relacionados ao contexto da análise textual do trecho em discussão.

Em "a": Errado – O verbo introduce (introduzir) não reflete o propósito central do texto, pois ele não se restringe a introduzir as categorias de um funcionário de banco.

Em "b": Certo – O verbo present (apresentar) aparece acompanhado de overview (visão global) para dizer que o leitor terá uma "descrição geral do que trata uma carreira de bancário; desde seu ingresso até sua profissionalização". Observe cada subtítulo, que reforçam a intenção prestada no título – "Requisitos de educação e de treinamento"; "Como conseguir o emprego"; "Plano de carreira e perspectivas de emprego", e assim por diante.

Em "c": Errado – O verbo denounce (denunciar) não reflete a intenção comunicativa implícita no texto.

Em "d": Errado – O autor não nos oferece uma discussão (discuss) em torno aos benefícios de se trabalhar em um banco.

Em "e": Errado – Não se observa nenhum pedido (ask) de mudanças quanto à forma de recrutamento aplicada pelo setor bancário.

GABARITO OFICIAL: B**2.**

Os verbos modais podem servir de grande ajuda para percebermos a ideia de um autor a respeito de determinada situação.

Em "a": Errado – Should pode indicar conselho ou recomendação;

Em "b": Errado – Must pode indicar necessidade, proibição, obrigação ou até dar-nos a oportunidade de inferir determinada informação.

Em "c": Errado – Will é usado toda vez que se pretende expressar uma ideia no futuro, que tenha sido pensada ou decidida no momento em que se fala ou que não expresse uma reflexão feita com antecipação.

Em "d": Certo – Da mesma forma que o verbo "can", may pode significar "poder", como em "candidates can also check Internet job sites..." (os candidatos também podem verificar sites de empregos...). Porém, o verbo may nunca substitui o verbo can, quando este se refere a habilidades físicas.

Em "e": Errado – Need indica necessidade, portanto não é sinônimo de can.

GABARITO OFICIAL: D**3.**

O verbo que se coloca em cada alternativa, pode guiar-nos a um melhor entendimento sobre o propósito central do texto Why Millennials Don't Like Credit Cards.

Em "a": Errado – O texto não se limita a "explicar (explain) o gosto dos Millennials pelo cartão de crédito".

Em "b": Errado – O texto não "defende (defend) o medo de usar o cartão de crédito, por parte dos Millennials".

1.

Em "a": Errado – Para abertura de conta bancária de pessoa jurídica são necessárias todas as documentações apresentadas na questão, logo essa alternativa encontra-se incompleta.

Em "b": Errado – Para abertura de conta bancária de pessoa jurídica são necessárias todas as documentações apresentadas na questão, logo essa alternativa encontra-se incompleta.

Em "c": Errado – Para abertura de conta bancária de pessoa jurídica são necessárias todas as documentações apresentadas na questão, logo essa alternativa encontra-se incompleta.

Em "d": Errado – Para abertura de conta bancária de pessoa jurídica são necessárias todas as documentações apresentadas na questão, logo essa alternativa encontra-se incompleta.

Em "e": Certo – Todas as alternativas estão corretas, visto que para a abertura de conta bancária de pessoa jurídica são necessários todos os documentos apresentados na questão.

GABARITO OFICIAL: E**2.**

Em "a": Errado – O folheto de propaganda do banco apresenta informações básicas e convidativas para aquisição dos serviços bancários pelo cliente, não tendo a obrigatoriedade de apresentar as condições básicas para movimentação e encerramento da conta

Em "b": Certo – Os bancos devem, obrigatoriamente, apresentar as condições básicas para movimentação e encerramento de conta, bem como informações sobre tarifas bancárias, no contrato de abertura da conta-corrente.

Em "c": Errado – Os bancos não possuem a obrigatoriedade em apresentar no site as condições básicas para movimentação e encerramento de conta.

Em "d": Errado – A intranet é um sistema interno onde os clientes não possuem acesso.

Em "e": Errado – As condições básicas de movimentação e encerramento de conta devem constar no contrato de abertura da conta-corrente.

GABARITO OFICIAL: B**3.**

O cidadão candidato a cargo legislativo, em relação à abertura de conta-corrente, possui os mesmos direitos que um cidadão comum. Em relação à inscrição no CCF (Cadastro de Emitentes de Cheques sem Fundos) não há proibição de abertura de conta-corrente, mas sim de emissão de novas folhas de cheque para o correntista.

GABARITO OFICIAL: ERRADO

ATUALIDADES DO MERCADO FINANCEIRO

Sobre o Autor

Carlos Alexandre Quiqueto

Graduado em Administração de Empresas e Sistema de Informação.

Pós-graduado em Esp. Adm. TI.

Administrador.

Analista de Sistemas e Consultor em TI.

Instrução: Em algumas das questões a seguir preencha o campo designado com o código C, caso julgue o item CERTO ou com o código E, caso julgue o item ERRADO.

1. (POLÍCIA FEDERAL – PERITO CRIMINAL FEDERAL – ÁREA 1 – CESPE/2018) Uma instituição financeira capta recursos a taxas pós-fixadas e aplica-os no mercado financeiro a taxas prefixadas. Esse descasamento entre ativo e passivo atingiu em junho de 2018 o patamar de R\$ 100 milhões, sujeitando a instituição a um risco de mercado relacionado a eventuais variações desfavoráveis no valor de mercado das taxas de juros.

Com referência a essa situação hipotética, julgue o seguinte item.

Uma forma de a instituição financeira proteger-se do risco de mercado gerado pelo descasamento de ativos e passivos é recorrer ao mercado futuro de taxas de juros, que costuma ser operado em bolsas de valores por meio de contratos padronizados sujeitos a mecanismos que se propõem a reduzir os riscos da operação, como a margem de garantia e os ajustes diários.

() CERTO () ERRADO

2. (ARTESP – ESPECIALISTA EM REGULAÇÃO DE TRANSPORTE I – ECONOMIA – FCC /2017) No contexto das atividades financeiras públicas:

- a) o resultado positivo do Banco Central do Brasil deixou de ser transferido ao Tesouro Nacional.
- b) o orçamento público cria os recursos necessários para a execução das despesas fixadas.
- c) a fixação de despesas em montante não superior às receitas previstas atende ao princípio da transparência.
- d) a dívida flutuante representa os passivos financeiros que necessitam de autorização orçamentária para seu pagamento.
- e) um exemplo de aplicação do princípio da unidade de caixa se dá com a Conta Única do Tesouro Nacional.

3. (UEPB – ADMINISTRADOR – CPCON/2017) Em todo processo de tomada de decisão é essencial verificar e analisar o comportamento (valor) do dinheiro ao longo do tempo. Assim, NÃO se pode afirmar que:

- a) as taxas de juros se referem sempre a uma unidade de tempo e podem ser representadas equivalentemente de duas maneiras: taxa percentual e taxa unitária.
- b) na capitalização de juros, simples ou composto, a taxa proporcional é sempre igual à taxa equivalente de juros.
- c) o uso de juros simples restringe-se principalmente às operações praticadas no âmbito do curto prazo.
- d) a capitalização contínua se processa em intervalos de tempo bastante reduzidos – caracteristicamente em intervalo de tempo infinitesimal.
- e) as principais questões básicas que a Matemática Financeira procura responder estão voltadas para a relação dinheiro e tempo.

1.

Risco de Variação das Taxas de Juros. Uma instituição financeira está exposta ao risco de variação de taxas de juros quando trabalha descasada de prazos entre seus ativos (aplicações) e passivos (captações). Admita, por exemplo, uma instituição financeira que tenha aplicado \$ 100 milhões na concessão de créditos com prazo de dois anos. Para financiar estes ativos, o banco captou o mesmo montante de \$ 100 milhões com prazo de resgate de um ano.

GABARITO OFICIAL: CERTO**2.**

Em "a": Errado – LRF art. 7º O resultado do Banco Central do Brasil, apurado após a constituição ou reversão de reservas, constitui receita do Tesouro Nacional, e será transferido até o décimo dia útil subsequente à aprovação dos balanços semestrais.

Em "b": Errado – O orçamento público ALOCA os recursos necessários para a execução das despesas fixadas.

Em "c": Errado – A fixação de despesas em montante não superior às receitas previstas atende ao princípio do equilíbrio.

Em "d": Errado – Houve inversão dos conceitos:

Decreto 93872 art.115. A dívida pública abrange a dívida flutuante e a dívida fundada ou consolidada

§ 1º A dívida flutuante compreende os compromissos exigíveis, cujo pagamento independe de autorização orçamentária; § 2º A dívida fundada ou consolidada compreende os compromissos de exigibilidade superior a 12 (doze) meses contraídos mediante emissão de títulos ou celebração de contratos para atender a desequilíbrio orçamentário, ou a financiamento de obras e serviços públicos, e que dependam de autorização legislativa para amortização ou resgate.

Em "e": Certo – Decreto 93872 Art. 1º A realização da receita e da despesa da União far-se-á por via bancária, em estrita observância ao princípio de unidade de caixa (Lei nº 4.320/1964, art. 56 e Decreto-lei nº 200/1967, art. 74).

GABARITO OFICIAL: E**3.**

Em "a": Errado – As taxas de juros nem sempre se referem a uma unidade de tempo e podem ou não ser representadas equivalentemente de duas maneiras: taxa percentual e taxa unitária.

Em "b": Certo – Na capitalização de juros, simples ou composto, a taxa proporcional é sempre igual à taxa equivalente de juros.

Taxa Proporcional: As taxas de juros proporcionais são aquelas aplicadas a capitalização simples (juros simples) onde a divisão de uma taxa por períodos menores irá apresentar dentro da soma dos períodos a mesma soma. Simplificando, para a obtenção de uma taxa mensal de um investimento que rende 10% ao ano, simplesmente dividimos os 10% pelos 12 meses verificando então uma taxa proporcional de 0,833% ao mês.

Taxa Equivalente: As taxas equivalentes irão produzir um mesmo montante que a outra operação, porém com períodos de capitalização diferentes da taxa original. No mesmo exemplo o investimento que rende 10% ao ano, tem uma taxa equivalente de 8,26% a.m.

Observação: Quando tratamos de Juros Simples ou Capitalização Simples, a Taxa Proporcional ou Taxa Equivalente é indiferente.

Em "c": Errado – O uso de juros simples não se restringe-se às operações praticadas no âmbito do curto prazo.

Em "d": Errado – A capitalização contínua se processa em intervalos de tempo bastante reduzidos, caracteristicamente em intervalo de tempo infinitesimal.

Em "e": Errado – As principais questões básicas que a Matemática Financeira procura responder estão voltadas para a relação dinheiro e tempo.

GABARITO OFICIAL: B

ATENDIMENTO BANCÁRIO

Sobre a Autora

Silvana Guimarães Ferreira

Bacharel em Direito.

Especialização em Gestão Empresarial e Gestão de Projetos;

Consultora Empresarial e Coordenadora de Projetos.

Empresária.

Palestrante nas áreas de:

- Desenvolvimento Pessoal;
- Atendimento e Vendas;
- Relações Comportamentais.

QUALIDADE NO ATENDIMENTO

1. (BANESTES – ASSISTENTE SECURITÁRIO - FGV – 2018) Todo atendimento passa por momentos da verdade, que são os contatos entre o cliente e as empresas. Esses contatos são preciosos porque:

- a) são avaliados apenas nos primeiros momentos;
- b) criam as condições para que as objeções sejam vencidas;
- c) podem favorecer uma venda, se forem de boa qualidade;
- d) são construídos pelos profissionais de atendimento;
- e) podem ser uniformizados e replicados no momento da verdade.

PROPAGANDA E PROMOÇÃO

2. (BANESTES – ASSISTENTE SECURITÁRIO – FGV – 2018) Uma ação que faz parte do mix de marketing, muito utilizada pelas organizações que prestam serviços, representada pela oferta de incentivos e vantagens para os clientes e que visa a aumentar significativamente as vendas é o(a):

- a) promoção;
- b) publicidade;
- c) propaganda;
- d) merchandising;
- e) posicionamento.

3. (CAIXA – TÉCNICO BANCÁRIO –CESPE – 2014) Entre as funções da propaganda, inclui-se a de agregar valor às ofertas de mercado.

() CERTO () ERRADO

4. (CAIXA – TÉCNICO BANCÁRIO –CESPE – 2014) Com relação às ferramentas de propaganda e promoção, julgue os itens subsequentes. A proposição de venda única, que é uma estratégia criativa de propaganda, consiste em se apresentar uma afirmativa genérica acerca da oferta de mercado.

() CERTO () ERRADO

5. (CAIXA – TÉCNICO BANCÁRIO – CESPE – 2010) O anúncio de um banco veiculado na televisão, pago, inovador e específico, por si só caracteriza exemplo de

- a) network.
- b) marketing de relacionamento.
- c) endomarketing.
- d) propaganda.
- e) campanha publicitária.

GABARITO COMENTADO

1.

Em "a", Errado – ocorre em qualquer episódio que o cliente entra em contato com algum aspecto da organização.

Em "b", Errado – as objeções são vencidas na hora do atendimento, onde se está negociando e o cliente faz colocações que precisam ser derrubadas.

Em "c", Certo – uma venda é consequência de vários momentos da verdade, que compõem o ciclo de serviço, quanto mais MV's bem sucedidos, mais chance da venda acontecer.

Em "d", Errado – não se trata de exclusividade de ninguém na organização, qualquer pessoa, de qualquer cargo ou departamento, cria MV.

Em "e", Errado – não pode ser uniformizado, pois, como trata-se de pessoas, para cada uma é um momento que se cria, de acordo com a circunstancia e seu perfil.

GABARITO OFICIAL: C

2.

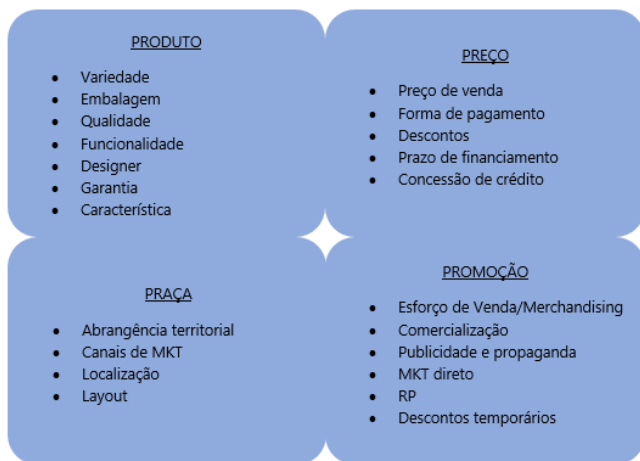
Em "a", Certo - promoção é um conjunto de métodos e recursos que tem por objetivo aumentar o volume de vendas de um produto ou serviço durante um período de tempo determinado.

Em "b" e "c", Errado – são ferramentas usadas na promoção.

Em "d", Errado – Merchandising significa ação de vendas NO PONTO DE VENDA. É outra ferramenta de promoção.

Em "e", Errado – trata-se do conjunto de estratégias que a organização faz uso para atribuir valor à sua marca, objetivando ocupar uma posição diferenciada junto a seu público.

Questão que trata do MIX DE MARKETING. Estamos falando do tão conhecido 4 P's.



GABARITO OFICIAL: A

3.

A Propaganda é uma das ferramentas que o MKT utiliza para projetar o produto/serviço. Através dela os clientes são informados sobre os serviços existentes, suas características, benefícios, vantagens, além de passar informações sobre a empresa, de forma que que isso tudo agrega valor e instiga a necessidade ou desejo de comprá-los.

GABARITO OFICIAL: CERTO

4.

A questão está se referindo a proposta única de valor é aquilo que diferencia seu negócio, empreendimento ou marca. É o que faz com que você se destaque de seus concorrentes e ganhe espaço no mercado. É também a definição de seu ponto forte e aquilo que faz com que você ganhe um espaço especial na mente e na preferência de seus potenciais clientes.

Exemplos:

- Maneira de auxiliar no convencimento de seus clientes
- Explicação das características daquilo que você oferece
- Breve argumento de como seu produto ou serviço se diferencia
- Texto que deixe claro aquilo que você oferece e seu diferencial

Se como vimos, se trata de algo que carrega o conceito de algo próprio, único, não é cabível a adoção de uma afirmativa genérica.

GABARITO OFICIAL: ERRADO

5.

Em "a": Errado – é capacidade de estabelecer uma rede de contatos ou uma conexão com algo ou com alguém.

Em "b": Errado – trata-se de ferramenta de aproximação e fidelização dos clientes junto à organização.

Em "c": Errado – é o marketing interno, apresenta estratégias para promover a melhora da relação e empenho dos profissionais.

Em "d": Certo – Segundo Keller & Kotler (2006, p. 566), propaganda é "qualquer forma paga de apresentação não pessoal e promocional de ideias, bens ou serviços por um patrocinador identificado".

Em "e": Errado – Uma campanha publicitária envolve diversas etapas de planejamento, criação e execução para que seja possível atingir um objetivo e a mensagem seja transmitida aos receptores de forma coesa e convincente. A propaganda é um dos elementos que faz parte da campanha.

GABARITO OFICIAL: D

CULTURA ORGANIZACIONAL

Sobre o Autor

Cristiano Silva

Graduado em Administração pela UNINOVE.

Graduado em Gestão Pública pela UNICESUMAR.

Na área de docência, larga experiência na orientação à aprendizagem do aluno.

Professor de cursos preparatórios para concursos públicos desde 2005.

Professor de Administração e Gestão, transmitindo de modo didático o conhecimento destas disciplinas com o objetivo de aprovar o aluno no concurso público.

Aprovado em concursos públicos: no concurso da Secretaria do Planejamento e Saúde da Prefeitura de Guarulhos (agente administrativo da área de gestão pública). Concursos da Caixa Econômica Federal, CPTM e Prefeitura de Mogi das Cruzes.

Autor de livros publicados pela Nova Concursos, editora líder em materiais didáticos, cursos on-line e videoaulas voltados à preparação para a carreira pública.

1. (BANCO DO BRASIL - BANCO DO BRASIL – ESCRITURÁRIO - CESGRANRIO – 2014)

As atividades realizadas em uma empresa diferem das realizadas nas demais empresas em função de diversos aspectos, sejam esses operacionais, culturais, mercadológicos, dentre outros.

A cultura organizacional, que contribui ativamente para a diferenciação entre as organizações, é criada e preservada pelas pessoas que, juntas, formam a organização. Essa abordagem tem como base que a cultura organizacional é

- a) facilmente mudada
- b) relativa ao mercado
- c) construída socialmente
- d) estruturada no nível operacional
- e) desvinculada da história da organização

2. (BANCO DO BRASIL - BANCO DO BRASIL – ESCRITURÁRIO - CESGRANRIO – 2014)

A cultura organizacional é identificada nas atividades realizadas na empresa e nas relações mantidas pela organização, seja com parceiros externos ou internos.

A cultura organizacional é refletida

- a) no sistema de tradições regionais adotado na formação inicial da empresa.
- b) na maneira como a empresa estabelece o grau de autonomia dado aos empregados.
- c) nos valores pessoais dos empregados de todos os níveis da empresa.
- d) nos aspectos racionais do processo de tomada de decisão utilizado na empresa.
- e) nas estratégias organizacionais que são impostas pelo mercado.

3. (BANCO DO BRASIL - NÍVEL SUPERIOR – CESGRANRIO – 2014)

Uma empresa do setor financeiro está passando por uma reestruturação para se adaptar ao novo ambiente macro- econômico que, nos últimos anos, tem apresentado maior concorrência e mais dinamismo.

Um dos diretores, que participava das discussões sobre essa reestruturação, argumentou que a mudança necessária seria complexa porque, segundo ele, como a cultura da empresa estava errada, seria necessário contratar um consultor para realizar as mudanças culturais identificadas como fundamentais para a atuação da empresa nesse novo ambiente.

Diante desses argumentos, constata-se que a proposição do diretor está

- a) correta, porque uma empresa que tem uma cultura organizacional errada somente poderá consertá-la mediante a ajuda de profissionais externos, que saberão identificar quais os pontos que precisam ser modificados.

- b) correta, porque a cultura é um elemento da empresa que é constituído por valores externos que, para serem modificados, precisam do apoio de profissionais independentes dos processos organizacionais.
- c) correta, porque culturas erradas não permitem que a organização se torne competitiva, e somente consultores externos são capazes de identificar as mudanças necessárias.
- d) incorreta, porque não existe cultura certa ou errada, uma vez que a cultura é formada pelos integrantes da empresa, através de seus aspectos formais e informais que facilitam ou impedem que os seus objetivos e as suas estratégias sejam atingidos
- e) incorreta, porque culturas erradas somente podem ser corrigidas pelos diretores ou pelos proprietários da empresa, que determinam as relações de mercado existentes no ambiente externo, sua estrutura de poder e hierarquia.

4. (BANCO DO BRASIL - CESGRANRIO- ESCRITURÁRIO – 2014)

A cultura é aprendida, transmitida e partilhada. 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) abordagem sistêmica da administração
- b) identidade organizacional
- c) público-alvo da empresa
- d) cenário do macroambiente organizacional
- e) relação entre o ambiente externo e o grau de incerteza interno

5. (BACEN - ANALISTA DO BANCO CENTRAL - ÁREA 4 – CESGRANRIO – 2010)

Constata-se, cada vez mais, que as organizações modernas devem ter uma cultura inovadora. Isso significa que é preciso que a

- a) harmonia e o acordo entre os indivíduos e as unidades sejam vistos como evidências de um desempenho superior.
- b) mudança na organização seja vista como a quebra de paradigmas e a busca de uma nova identidade organizacional.
- c) organização dê muita ênfase à objetividade e à especificidade.
- d) organização tenha um desenho mecanicista com forte especialização do trabalho, das regras e dos procedimentos verticalizados.
- e) organização tenha uma estrutura orgânica e descentralizada, com foco nos sistemas abertos.

1.

Em "a": A cultura organizacional não é facilmente mudada, pois ela cria uma identidade da organização e portanto uma certa raiz. Aliás a cultura é de difícil mudança.

Em "b": A cultura organizacional é relativa aos seus preceitos e maneira de pensar e agir. É relativa aos valores institucionais.

Em "c": A cultura organizacional depende das pessoas e portanto construída socialmente, ou seja, pelos valores e princípios norteadores.

Em "d": A cultura organizacional é estruturada no nível estratégico da instituição e repassada para os demais níveis.

Em "e": Um dos artefatos da cultura organizacional é a história, logo significa que tem total vínculo com a cultura da instituição.

GABARITO OFICIAL: C**2.**

Em "a": Com o tempo a organização terá seus próprios valores e se alteram também ao longo desse tempo.

Em "b": Realmente o grau de autonomia dado aos empregados faz com que a cultura seja percebida.

Em "c": Cada pessoa tem suas convicções, princípios e valores e isso não significa que serão os mesmos da instituição, aliás o que vai fazer parte da cultura são os valores compartilhados.

Em "d": Os aspectos racionais do processo de tomada de decisão estão inseridos no planejamento e gestão da organização.

Em "e": Se estratégias são impostas pelo mercado, então não se relaciona diretamente com a cultura organizacional.

GABARITO OFICIAL: B**3.**

Em "a": A argumentação do diretor está errada e além do mais se a cultura precisa passar por um processo de mudança isso não vai ocorrer somente com a ajuda de profissionais externos.

Em "b": A argumentação do diretor está errada, precisamos levar em consideração que a cultura organizacional pode passar por mudanças e vai depender também dos processos organizacionais.

Em "c": A argumentação do diretor em informar que a cultura está errada não procede e outra disfunção na alternativa é o fato de informar que somente consultores externos são capazes de identificar fatores para mudanças, quando na verdade os próprios membros são capazes de enxergar necessidades de mudanças.

Em "d": Realmente não existe cultura certa ou errada, cada organização tem a sua própria cultura, pois se torna a identidade da organização. O que pode ser verificado é a necessidade de mudanças e a organização vai se adaptando ao ambiente sem perder a sua essência.

Em "e": Cultura organizacional pode ser mudada por todos, inclusive pelos colaboradores. É um processo de conscientização e envolvimento global.

GABARITO OFICIAL: D

4.

Em "a": Abordagem sistêmica é uma concepção de administração, aliás é uma teoria administrativa em que se entende que a organização não é uma parte, mas sim um "todo" e que precisa interagir com o ambiente.

Em "b": A cultura organizacional cria a identidade da organização, pois trata dos costumes, hábitos e valores que são compartilhados pelos membros e passa a se tornar a essência da organização.

Em "c": O público-alvo está inserido no aspecto de acordo com o produto ou serviço ao qual a organização comercializa.

Em "d": Cenário macroambiente é o estudo voltado à estratégia que a organização precisa estabelecer para ter um maior desempenho perante seus concorrentes.

Em "e": Relação entre o ambiente externo e grau de incerteza interno tem mais sentido quando se pensa no planejamento estratégico e análises que a organização necessita fazer para alcance dos objetivos.

GABARITO OFICIAL: B

5.

Em "a": Harmonia e o acordo não necessariamente é significado de inovação, pois está mais ligada à interação com o ambiente em ter uma visão holística (enxergar o todo).

Em "b": Uma nova identidade organizacional está mais para mudança da cultura organizacional.

Em "c": Enfatizar objetividade e especificidade está relacionada aos valores e costumes.

Em "d": Ter um desenho mecanicista, regras e procedimentos nos remete à burocracia, implica em rotinas.

Em "e": Estrutura orgânica e descentralizada é uma organização seja voltada à integração e a tomada de decisão passa a ser também dos níveis inferiores (operacionais), além disso que interaja com o ambiente externo e portanto sistêmica (sistema aberto).

GABARITO OFICIAL: E

- c) O telemarketing deve ser visto como uma ferramenta de utilização planejada do telefone com o intuito de obtenção de lucro, captação e manutenção de clientes.
- d) A pesquisa mercadológica pode ser considerada como uma etapa facultativa do processo de planejamento do telemarketing, uma vez que, é possível identificar as fragilidades e satisfações do mercado somente com o uso da internet.
- e) A atividade de telemarketing terá insucesso se depender da definição de objetivos, estrutura adequada, equipamentos apropriados e profissionais bem treinados e capacitados.

3. (BACEN - ANALISTA - GESTÃO E ANÁLISE PROCESSUAL – CESPE – 2013) Julgue os itens seguintes, a respeito do relacionamento com os públicos.

Segundo Margarida Kunsch, a comunicação interna não deve ser confundida com endomarketing nem ser considerada de modo isolado do conjunto das demais atividades da organização; deve ser participativa e utilizar todos os instrumentos possíveis, como as novas mídias.

() CERTO () ERRADO

MARKETING DE RELACIONAMENTO

4. (BANCO DO BRASIL – ESCRITURÁRIO – CESGRANRIO – 2015) Um banco estabeleceu como ação obrigatória em seu relacionamento com clientes corporativos a retomada de contato com esses clientes nas seguintes ocasiões: um mês, seis meses e um ano após a venda de qualquer serviço ou produto. Dessa forma, seria possível não só mensurar o nível de satisfação dos clientes e, em função desse resultado, oferecer-lhes a possibilidade de orientação, como também acolher sugestões de melhoria em relação ao que foi adquirido.

Essa ação implantada pelo banco refere-se à(ao)

- a) lean marketing
- b) serviço de pós-venda
- c) venda programada
- d) reversão de demanda declinante
- e) individual marketing

1.

Em "a": Uma operação de telemarketing visa ofertar novos produtos aos seus clientes. Caso o cliente se manifeste contrário em receber informação de novos produtos é preciso respeitá-lo, porém isso não será uma ação de venda sugestiva. Em "b": A instituição financeira têm informações pertinentes e atualizadas de seus clientes e claro que inclui a movimentação da conta, nesse sentido propostas serão enviadas para fechamento de negócios.

Em "c": A instituição em ações de vendas visa repassar informações das suas vantagens.

Em "d": Repassar informações sobre o impacto da cobrança de impostos não é uma ação de vendas e claro que tal informação deve ser repassada ao cliente quando o próprio solicitar.

Em "e": Um boa vantagem e diferencial para o cliente, mas não em si uma venda. Ao informar juros baixo de um financiamento que o cliente já tinha feito a ação contribuirá para fidelização.

GABARITO OFICIAL: B**2.**

Em "a": O telemarketing, importante ferramenta e metodologia de vendas, necessita de planejamento e gestão adequados para um bom funcionamento.

Em "b": A linha de frente seja físico ou virtual é importantíssimo para a fidelização do cliente e nesse caso inclui o SAC, portanto é preciso que seja compatível com as necessidades do cliente e está diretamente relacionado com a qualidade de atendimento contribuindo para fidelização.

Em "c": O telemarketing é uma importante ferramenta de gestão de vendas, necessita de planejamento adequado com roteiros, scripts e formas de se relacionar com o cliente.

Em "d": A pesquisa mercadológica não deve ser entendida como uma etapa facultativa e identificar as fragilidades e satisfações são possíveis tanto pelo uso da internet como informações de atendimento que ocorreram em ambiente físico.

Em "e": Ao contrário que afirma a alternativa, quando se define objetivos, estrutura, equipamentos e profissionais treinados é que se consegue obter sucesso na operação de telemarketing.

GABARITO OFICIAL: C**3.**

O endomarketing é uma espécie de venda para dentro, uma ação para os colaboradores. Não um venda de produtos ou serviços para os funcionários, mas vender uma ideia, conceitos, valores. Uma ação que ocorre dentro da organização que vai além da comunicação interna, pois refere-se ao fato de não somente repassar informações e sim ter um envolvimento de todos.

GABARITO OFICIAL: CERTO

4.

Em "a": Lean marketing uma forma da empresa colocar seu produto ou serviço o quanto antes no mercado para ter um retorno (feedback) o mais rápido possível. Em "b": De acordo com o enunciado da questão a organização está fazendo um pós-venda e nada mais é que um serviço oferecido ao cliente no intuito de medir seu nível de satisfação e insatisfação dessa forma é possível melhorar ainda mais os produtos e serviços repassados aos clientes.

Em "c": Na verdade não se trata de uma venda e sim de um serviço oferecido ao cliente para se ter um feedback (retroalimentação).

Em "d": Demanda declinante é um consumo que diminui ao passar do tempo com certa tendência, porém não se trata do caso explanado no enunciado da questão.

Em "e": Individual marketing é um método utilizado para cada cliente de forma personalizada, de acordo com o enunciado o banco instituiu uma ação que acontecerá com todos os clientes.

GABARITO OFICIAL: B

ÉTICA NO SERVIÇO PÚBLICO

Sobre o Autor

Fernando Paternostro Zantedeschi

Graduado em Direito pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Bacharel em Direito, com pós-graduação em Direito Constitucional e Administrativo. Atuou na Advocacia-Geral da União (AGU). Atualmente é autor e revisor de obras jurídicas de concursos públicos e exame da OAB.

1. (BANPARÁ – TÉCNICO BANCÁRIO – FADESP – 2018) Assim como a empresa, seus colaboradores devem nutrir valores essenciais à boa convivência e produtividade. Uma definição adequada de valor diz respeito ao(a):

- a) significado de felicidade, esforço, competição, disputa e valentia, na medida em que valores humanos equivalem a interesses materiais que afetam a conduta das pessoas.
- b) disciplina, que reflete automaticamente o desejo de crescimento financeiro e material, tendo em vista a melhoria dos padrões da vida familiar.
- c) crise de consciência, necessária e saudável, para que o ser humano enfrente seus obstáculos e supere sua humanidade.
- d) sentido de força, coragem, eficiência, eficácia, poder e capacidade de luta e vitória sobre seus adversários e concorrentes.
- e) conjunto de características de uma determinada pessoa, que determina a forma como ela se comporta e interage com outros indivíduos e com o meio ambiente.

2. (BANPARÁ – TÉCNICO BANCÁRIO – EXATUS – 2018) As virtudes dos integrantes de uma organização definem o seu clima ético e seus stakeholders solidificam sua confiança na empresa a partir da identificação e percepção que têm de sua cultura. Em relação à ética nas organizações, assinale a alternativa correta:

- a) A ética organizacional significa não ao individualismo e a seus subprodutos: não ao egocentrismo e corporativismo.
- b) A ética deve estar presente apenas nos níveis do negócio, reflete seus costumes e moral estabelecidos, além de relações humanas fundamentais e plurais globais.
- c) A ética não é um elemento a mais na organização e precisa estar dissociada das decisões corporativas.
- d) Para se introduzir ou reforçar a ética empresarial, a empresa precisa rever a relação que estabeleceu entre a hierarquia, colocando a organização como o centro de tudo.
- e) A ética organizacional significa não ao coletivo reforçando a necessidade de valores individuais se sobrepondo aos da organização.

3. (BANESTES – TÉCNICO BANCÁRIO – MAKIYAMA – 2015) A respeito do que se pode entender sobre o disposto no Guia de Conduta Ética do Sistema Financeiro Banestes acerca do Relacionamento com os Concorrentes, deve-se considerar os padrões de conduta que seguem:

I - A competitividade não deve, de modo algum, existir, mantendo-se, assim, um relacionamento pautado na civilidade.

II - A obtenção de informações não deve, de modo algum, dar-se de maneira ilícita, mas transparente, preservando-se o sigilo dessas informações.

III - As informações devem ser fidedignas e disponibilizadas por meio de fontes autorizadas.

Está correto o exposto em:

- a) I e II, apenas.
- b) II e III, apenas.
- c) I, apenas.
- d) II, apenas.
- e) I, II e III.

ÉTICA PROFISSIONAL NAS EMPRESAS

4. (CAIXA ECONÔMICA FEDERAL – TÉCNICO BANCÁRIO – CESGRANRIO – 2012) Suponha que a empresa WW é cliente da CEF e postule ao seu gerente informações detalhadas sobre o período de cinco anos, época em que possuía conta na agência.

De acordo com o Código de Ética da CEF, sabe-se que as:

- a) prestações de contas já são apresentadas mensalmente, e a agência não deverá apresentar novas.
- b) informações constantes do banco de dados da instituição financeira devem estar à disposição do cliente.
- c) informações com prazo superior a um ano somente devem ser prestadas se o cliente demonstrar necessidade.
- d) informações bancárias postuladas já foram prestadas e somente serão desarquivadas por ordem judicial.
- e) informações que forem de período superior a um ano dependem de autorização superior.

5. (BANCO DA AMAZÔNIA – TÉCNICO BANCÁRIO – CESGRANRIO – 2018)

Nos termos do Código de Ética do Banco da Amazônia, os presentes ofertados que, por qualquer razão, não possam ser recusados, devem ser doados a entidades carentes cadastradas no:

- a) serviço social
- b) banco de dados
- c) cadastro pessoal
- d) bairro da agência
- e) município de atuação

GABARITO COMENTADO

1.

Em "a": Errado – Valores não são considerados interesses materiais.

Em "b": Errado - Valor não é sinônimo de disciplina ou de crescimento financeiro ou material.

Em "c": Errado - Valor não é sinônimo de crise de consciência.

Em "d": Errado - Valor não é sinônimo ou assemelhado à luta ou vitória sobre adversários.

Em "e": Certo - Valores são o conjunto de características de uma determinada pessoa ou organização, que determinam a forma como a pessoa ou organização se comportam e interagem com outros indivíduos e com o meio ambiente. O Código de Ética é baseado nos valores humanos que buscam a perfeição, tais quais lealdade, honestidade, verdade, etc.

GABARITO OFICIAL: E

2.

Em "a": Certo – Conforme dispõe o Decreto nº 1.171/1994, em seu item XIII, o servidor que trabalha em harmonia com a estrutura organizacional, respeitando seus colegas e cada concidadão, colabora e de todos pode receber colaboração, pois sua atividade pública é a grande oportunidade para o crescimento e o engrandecimento da Nação.

Em "b": Errado – A ética não se limita a apenas os níveis do negócio.

Em "c": Errado – A ética deve estar presente nas decisões corporativas.

Em "d": Errado - A organização deve estar em harmonia com a hierarquia, o respeito e a ética, e não ser o "centro de tudo".

Em "e": Errado - A atividade pública exercida com ética é grande oportunidade para o engrandecimento de todos, tanto a nível individual quanto a nível coletivo.

GABARITO OFICIAL: A

3.

Afirmativa "I": Falsa – A competitividade Pode ser exercida desde que baseando-se na ideia de lealdade. Orientação do princípio da eficiência da atuação dos agentes públicos disposta no caput do art. 37 da Constituição Federal.

Afirmativa "II": Verdadeira - Os agentes públicos estão adstritos à legalidade, não podendo agir de maneira ilícita. Trata-se de expressão do art. 37 da Constituição Federal.

Afirmativa "III": Verdadeira - A divulgação de informações fidedignas e de fontes verossímeis atende ao princípio da publicidade do art. 37 da Constituição Federal.

GABARITO OFICIAL: B

4.

Em "a": Errado – O entendimento previsto na alternativa viola o princípio da publicidade (art. 37, CF/1988), o dever de prestação de contas da Caixa consta no seu Código de Ética: "Prestamos orientações e informações corretas aos nossos clientes para que tomem decisões conscientes em seus negócios."

Em "b": Certo – Tal entendimento está de acordo com o princípio da publicidade (art. 37, CF/1988), bem como na seção do dever de prestação de contas da Caixa e seu Código de Ética: "Prestamos orientações e informações corretas aos nossos clientes para que tomem decisões conscientes em seus negócios."

Em "c": Errado – O prazo para guarda de documentos bancários é de 5 anos, conforme dispõe a Resolução nº 2.582/1998 do Bacen, e a Lei nº 9.613/1998.

Em "d": Errado - A Caixa tem obrigação de prestar orientações e informações corretas aos clientes conforme seu Código de Ética, como desdobramento do princípio da publicidade (art. 37, CF/1988), não havendo vedação em tais dispositivos à prestação de informações que já prestadas em outros momento.

Em "e": Errado - Não há vedação no Código de Ética da Caixa para a prestação de informações de período superior a um ano.

GABARITO OFICIAL: B

5.

Em "a": Errado – Não há previsão de doação de presentes a entidades cadastradas no serviço social no Código de Ética do Banco da Amazônia.

Em "b": Certo - Os presentes que, por qualquer razão, não possam ser recusados, devem ser doados a entidades carentes cadastradas no Banco de dados ou incorporados ao patrimônio da Instituição (art. 13, parágrafo segundo, Código de Ética do Banco da Amazônia).

Em "c": Errado – Não há previsão de doação de presentes a entidades constadas no cadastro pessoal no Código de Ética do Banco da Amazônia.

Em "d": Errado – Não há previsão de doação de presentes a entidades cadastradas no bairro da agência no Código de Ética do Banco da Amazônia.

Em "e": Errado – Não há previsão de cadastro de entidades carentes no município da atuação no Código de Ética do Banco da Amazônia.

GABARITO OFICIAL: B