



BANRISUL-RS

BANCO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO
SUL - RS

Escriturário

**EDITAL Nº 01 - BANRISUL, DE
18 DE NOVEMBRO DE 2022**

CÓD: SL-070NV-22
7908433229483

Língua Portuguesa

1. Compreensão de textos	9
2. Ortografia oficial	22
3. Articulação do texto: coesão e coerência	24
4. Classe e emprego de palavras	24
5. Emprego do acento indicativo de crase	29
6. Sintaxe da oração e do período	29
7. Emprego dos sinais de pontuação	32
8. Concordância verbal e nominal	33
9. Regência verbal e nominal	33
10. Colocação pronominal dos pronomes oblíquos átonos (próclise, mesóclise e ênclise)	34

Matemática

1. Números inteiros, racionais e reais; problemas de contagem. Noções de conjuntos,.....	43
2. Sistema legal de medidas.....	47
3. Razões e proporções; divisão proporcional.....	49
4. Regras de três simples e compostas.....	51
5. Porcentagens.....	52
6. Lógica proposicional; Estrutura lógica de relações arbitrárias entre pessoas, lugares, objetos ou eventos fictícios; dedução de novas informações das relações fornecidas.....	52
7. Relações e funções;	75
8. Funções polinomiais; Funções exponenciais e logarítmicas.	80
9. Matrizes. Determinantes. Sistemas lineares.	84
10. Sequências. Progressões aritméticas e progressões geométricas.....	93

Atualidades do Mercado Financeiro

1. Os bancos na Era Digital: Atualidade, tendências e desafios	99
2. Internet banking	99
3. Mobile banking	99
4. Open banking.	99
5. Novos modelos de negócios	100
6. Fintechs, startups e big techs	100
7. O dinheiro na era digital: blockchain, bitcoin e demais criptomoedas	101
8. Sistema de bancos-sombra (Shadow banking)	101
9. Segmentação e interações digitais	101
10. Transformação digital no Sistema Financeiro	102
11. Funções da moeda	103
12. Marketplace	103
13. Correspondentes bancários	103
14. Arranjos de pagamentos	104
15. Sistema de pagamentos instantâneos (PIX)	104

Matemática Financeira

1. Conceitos gerais - O conceito do valor do dinheiro no tempo; Capital, juros, taxas de juros; Capitalização, regimes de capitalização; Fluxos de caixa e diagramas de fluxo de caixa; Equivalência financeira. – Juros simples - Cálculo do montante, dos juros, da taxa de juros, do principal e do prazo da operação financeira. Juros compostos - Cálculo do montante, dos juros, da taxa de juros, do principal e do prazo da operação financeira. - Sistemas de amortização - Sistema Price; Sistema SAC 109

Conhecimentos Bancários

1. Sistema Financeiro Nacional: Estrutura do Sistema Financeiro Nacional; Órgãos normativos e instituições supervisoras, executoras e operadoras 125
2. Mercado financeiro e seus desdobramentos (mercados monetário, de crédito, de capitais e cambial) 130
3. Moeda e política monetária: Políticas monetárias convencionais e nãoconvencionais (Quantitative Easing); Taxa SELIC e operações compromissadas; O debate sobre os depósitos remunerados dos bancos comerciais no Banco Central do Brasil 130
4. Orçamento público, títulos do Tesouro Nacional e dívida pública 131
5. Produtos Bancários: Noções de cartões de crédito e débito, crédito direto ao consumidor, crédito rural, poupança, capitalização, previdência, consórcio, investimentos e seguros 132
6. Noções de Mercado de capitais 138
7. Noções de Mercado de Câmbio: Instituições autorizadas a operar e operações básicas 138
8. Regimes de taxas de câmbio fixas, flutuantes e regimes intermediários 139
9. Taxas de câmbio nominais e reais 139
10. Impactos das taxas de câmbio sobre as exportações e importações 139
11. Diferencial de juros interno e externo, prêmios de risco, fluxo de capitais e seus impactos sobre as taxas de câmbio 139
12. Dinâmica do Mercado: Operações no mercado interbancário 140
13. Mercado bancário: Operações de tesouraria, varejo bancário e recuperação de crédito 140
14. Taxas de juros de curto prazo e a curva de juros; taxas de juros nominais e reais 140
15. Garantias do Sistema Financeiro Nacional: aval; fiança; penhor mercantil; alienação fiduciária; hipoteca; fianças bancárias 141
16. Crime de lavagem de dinheiro: conceito e etapas; Prevenção e combate ao crime de lavagem de dinheiro: Lei nº 9.613/98 e suas alterações..... 142
17. Circular nº 3.978, de 23 de janeiro de 2020 e suas atualizações 147
18. Carta Circular nº 4.001, de 29 de janeiro de 2020 e suas alterações 156
19. Autorregulação bancária 158
20. Sigilo Bancário: Lei Complementar nº 105/2001 e suas alterações 158
21. Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD): Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018 e suas alterações 161
22. Compliance - Responsabilização pela prática de atos contra a administração pública - Legislação anticorrupção: Lei nº 12.846/2013 173
23. Decreto nº 11.129, de 11 de julho de 2022 e suas atualizações 176
24. Segurança cibernética: Resolução CMN nº 4.893, de 26 de fevereiro de 2021 185

Conhecimentos de Informática

1. Noções de sistemas operacionais – Windows 10 (32-64 bits) 195
2. Edição de textos, planilhas e apresentações (ambientes Microsoft Office – Word, Excel e PowerPoint, Outlook - versão O365.... 204
3. LibreOffice 7.4.2..... 208
4. Segurança da informação: fundamentos, conceitos e mecanismos de segurança. Proteção de estações de trabalho: Controle de dispositivos USB, hardening, antimalware e firewall pessoal 212
5. Conceitos de organização e de gerenciamento de informações, arquivos, pastas e programas 216

ÍNDICE

6. Redes de computadores: Conceitos básicos, ferramentas, aplicativos e procedimentos de internet e intranet. Navegador Web (Google Chrome versão 106.0.5249.119 - versão oficial - 64 bits ; Microsoft Edge versão 91 e Mozilla Firefox versão 78ESR), busca e pesquisa na Web	218
7. Correio eletrônico, grupos de discussão, fóruns e wikis	222
8. Redes Sociais (Twitter, Facebook, LinkedIn, WhatsApp, YouTube, Instagram e Telegram)	226
9. Visão geral sobre sistemas de suporte à decisão e inteligência de negócio	228
10. Fundamentos sobre análise de dados	229
11. Conceitos de educação a distância	233
12. Conceitos de tecnologias e ferramentas multimídia, de reprodução de áudio e vídeo	235
13. Ferramentas de produtividade e trabalho a distância (Microsoft Teams, Cisco Webex, Google Hangout, Google Drive e Skype)	236

Vendas e Negociação

1. Noções de estratégia empresarial: análise de mercado, forças competitivas, imagem institucional, identidade e posicionamento	251
2. Segmentação de mercado	253
3. Ações para aumentar o valor percebido pelo cliente	254
4. Gestão da experiência do cliente	255
5. Aprendizagem e sustentabilidade organizacional	256
6. Características dos serviços: intangibilidade, inseparabilidade, variabilidade e perecibilidade	258
7. Gestão da qualidade em serviços	259
8. Técnicas de vendas: da pré-abordagem ao pós-vendas	262
9. Ética e conduta profissional em vendas	264
10. Padrões de qualidade no atendimento aos clientes. Satisfação, valor e retenção de clientes	265
11. Utilização de canais remotos para vendas. Telemarketing	267
12. Comportamento do consumidor e sua relação com vendas e negociação	268
13. Política de Relacionamento com o Cliente: Resolução CMN nº 4.949, de 30 de setembro de 2021	270
14. Resolução CMN nº 4.860, de 23 de outubro de 2020, que dispõe sobre a constituição e o funcionamento de componente organizacional de ouvidoria pelas instituições financeiras e demais instituições autorizadas a funcionar pelo Banco Central do Brasil.....	272
15. Código de Proteção e Defesa do Consumidor: Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 e suas atualizações	274
16. Resolução CMN nº 3.849, de 25 de março de 2010 – Dispõe sobre a instituição de componente organizacional de ouvidoria pelas instituições financeiras e demais instituições autorizadas a funcionar pelo Banco Central do Brasil	287

Ética e Diversidade

1. Ética aplicada: ética, moral, valores e virtudes	295
2. Noções de ética empresarial e profissional	295
3. A gestão de ética nas empresas públicas e privadas	296
4. Código de Conduta Ética do Banrisul	297
5. Lei Federal nº 11.340, de 07 de agosto de 2006, “Lei Maria da Penha” - Política Nacional para coibir a violência doméstica e familiar contra as Mulheres	299
6. Lei Federal nº 12.288, de 20 de julho de 2010, que Institui o Estatuto da Igualdade Racial, e suas atualizações	305
7. Lei Estadual nº 13.694, de 19 de janeiro de 2011 - Estatuto Estadual da Igualdade Racial e suas atualizações - Conforme Decreto nº 48.598, de 19 de novembro de 2011, que dispõe sobre a inclusão da temática de gênero, raça e etnia nos concursos públicos para provimento de cargos de pessoal efetivo no âmbito da Administração Pública Direta e Indireta do Estado do Rio Grande do Sul	311

ÍNDICE

8. Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência): Lei nº 13.146, de 6 de julho de 2015, e suas atualizações	313
9. Lei nº 10.098, de 19 de dezembro de 2000, e suas atualizações – Estabelece normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade das pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida, e dá outras providências	329
10. Lei nº 10.048, de 8 de novembro de 2000, e suas atualizações – Dá prioridade de atendimento às pessoas que especifica, e dá outras providências.....	332
11. Decreto nº 5.296, de 2 de dezembro de 2004 – Regulamenta a Lei nº 10.048, de 8 de novembro de 2000 e a Lei nº 10.098, de 19 de dezembro de 2000, que estabelece normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade das pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida, e dá outras providências	333
12. Política de Responsabilidade Socioambiental do Banrisul – Relatório de Sustentabilidade 2020	342

IDENTIFICAÇÃO DE EFEITOS DE IRONIA OU HUMOR EM TEXTOS VARIADOS

Ironia

Ironia é o recurso pelo qual o emissor diz o contrário do que está pensando ou sentindo (ou por pudor em relação a si próprio ou com intenção depreciativa e sarcástica em relação a outrem).

A ironia consiste na utilização de determinada palavra ou expressão que, em um outro contexto diferente do usual, ganha um novo sentido, gerando um efeito de humor.

Exemplo:



Na construção de um texto, ela pode aparecer em três modos: ironia verbal, ironia de situação e ironia dramática (ou satírica).

Ironia verbal

Ocorre quando se diz algo pretendendo expressar outro significado, normalmente oposto ao sentido literal. A expressão e a intenção são diferentes.

Exemplo: Você foi tão bem na prova! Tirou um zero incrível!

Ironia de situação

A intenção e resultado da ação não estão alinhados, ou seja, o resultado é contrário ao que se espera ou que se planeja.

Exemplo: Quando num texto literário uma personagem planeja uma ação, mas os resultados não saem como o esperado. No livro "Memórias Póstumas de Brás Cubas", de Machado de Assis, a personagem título tem obsessão por ficar conhecida. Ao longo da vida, tenta de muitas maneiras alcançar a notoriedade sem sucesso. Após a morte, a personagem se torna conhecida. A ironia é que planejou ficar famoso antes de morrer e se tornou famoso após a morte.

Ironia dramática (ou satírica)

A ironia dramática é um efeito de sentido que ocorre nos textos literários quando o leitor, a audiência, tem mais informações do que tem um personagem sobre os eventos da narrativa e sobre intenções de outros personagens. É um recurso usado para aprofundar os significados ocultos em diálogos e ações e que, quando captado pelo leitor, gera um clima de suspense, tragédia ou mesmo comédia, visto que um personagem é posto em situações que geram conflitos e mal-entendidos porque ele mesmo não tem ciência do todo da narrativa.

Exemplo: Em livros com narrador onisciente, que sabe tudo o que se passa na história com todas as personagens, é mais fácil aparecer esse tipo de ironia. A peça como Romeu e Julieta, por exemplo, se inicia com a fala que relata que os protagonistas da história irão morrer em decorrência do seu amor. As personagens agem ao longo da peça esperando conseguir atingir seus objetivos, mas a plateia já sabe que eles não serão bem-sucedidos.

Humor

Nesse caso, é muito comum a utilização de situações que pareçam cômicas ou surpreendentes para provocar o efeito de humor.

Situações cômicas ou potencialmente humorísticas compartilham da característica do efeito surpresa. O humor reside em ocorrer algo fora do esperado numa situação.

Há diversas situações em que o humor pode aparecer. Há as tirinhas e charges, que aliam texto e imagem para criar efeito cômico; há anedotas ou pequenos contos; e há as crônicas, frequentemente acessadas como forma de gerar o riso.

Os textos com finalidade humorística podem ser divididos em quatro categorias: anedotas, cartuns, tiras e charges.

Exemplo:



ANÁLISE E A INTERPRETAÇÃO DO TEXTO SEGUNDO O GÊNERO EM QUE SE INSCREVE

Compreender um texto trata da análise e decodificação do que de fato está escrito, seja das frases ou das ideias presentes. Interpretar um texto, está ligado às conclusões que se pode chegar ao conectar as ideias do texto com a realidade. Interpretação trabalha com a subjetividade, com o que se entendeu sobre o texto.

Interpretar um texto permite a compreensão de todo e qualquer texto ou discurso e se amplia no entendimento da sua ideia principal. Compreender relações semânticas é uma competência imprescindível no mercado de trabalho e nos estudos.

Quando não se sabe interpretar corretamente um texto pode-se criar vários problemas, afetando não só o desenvolvimento profissional, mas também o desenvolvimento pessoal.

Intervalos limitados

Intervalo fechado – Números reais maiores do que a ou iguais a e menores do que b ou iguais a b.



Intervalo: $[a, b]$
Conjunto: $\{x \in \mathbb{R} | a \leq x \leq b\}$

Intervalo aberto – números reais maiores que a e menores que b.



Intervalo: $]a, b[$
Conjunto: $\{x \in \mathbb{R} | a < x < b\}$

Intervalo fechado à esquerda – números reais maiores que a ou iguais a A e menores do que B.



Intervalo: $\{a, b[$
Conjunto $\{x \in \mathbb{R} | a \leq x < b\}$

Intervalo fechado à direita – números reais maiores que a e menores ou iguais a b.



Intervalo: $]a, b]$
Conjunto: $\{x \in \mathbb{R} | a < x \leq b\}$

Intervalos Ilimitados

Semirreta esquerda, fechada de origem b- números reais menores ou iguais a b.



Intervalo: $]-\infty, b]$
Conjunto: $\{x \in \mathbb{R} | x \leq b\}$

Semirreta esquerda, aberta de origem b – números reais menores que b.



Intervalo: $]-\infty, b[$
Conjunto: $\{x \in \mathbb{R} | x < b\}$

Semirreta direita, fechada de origem a – números reais maiores ou iguais a A.



Intervalo: $[a, +\infty[$
Conjunto: $\{x \in \mathbb{R} | x \geq a\}$

Semirreta direita, aberta, de origem a – números reais maiores que a.



Intervalo: $]a, +\infty[$
Conjunto: $\{x \in \mathbb{R} | x > a\}$

Potenciação

Multiplicação de fatores iguais

$$2^3 = 2 \cdot 2 \cdot 2 = 8$$

Casos

1) Todo número elevado ao expoente 0 resulta em 1.

$$1^0 = 1$$

$$100000^0 = 1$$

2) Todo número elevado ao expoente 1 é o próprio número.

$$3^1 = 3$$

$$4^1 = 4$$

3) Todo número negativo, elevado ao expoente par, resulta em um número positivo.

$$(-2)^2 = 4$$

$$(-4)^2 = 16$$

4) Todo número negativo, elevado ao expoente ímpar, resulta em um número negativo.

$$(-2)^3 = -8$$

$$(-3)^3 = -27$$

5) Se o sinal do expoente for negativo, devemos passar o sinal para positivo e inverter o número que está na base.

$$2^{-1} = \frac{1}{2}$$

$$2^{-2} = \frac{1}{4}$$

6) Toda vez que a base for igual a zero, não importa o valor do expoente, o resultado será igual a zero.

$$0^2 = 0$$

$$0^3 = 0$$

Propriedades

1) $(a^m \cdot a^n = a^{m+n})$ Em uma multiplicação de potências de mesma base, repete-se a base e soma os expoentes.

O DINHEIRO NA ERA DIGITAL: BLOCKCHAIN, BITCOIN E DEMAIS CRIPTOMOEDAS

O dinheiro na era digital: blockchain, bitcoin e demais criptomoedas

Blockchain

É a tecnologia que permite o registro de informações de forma segura. Através dela, ocorre a transferência de valores digitalmente mesmo sem a intermediação de instituições financeiras. Devido seu nível de segurança, não há necessidade da confiança entre terceiros para as transações.

Essa tecnologia pode ter outras funções, como a utilização na indústria, para que a cadeia produtiva seja mais passível de rastreamento e suas informações fiquem registradas de forma imutável e, ainda, para que seus dados se percam.

Tudo pode ser registrado na blockchain, pois sua composição se assemelha a uma grande biblioteca e a chave pública pode ser comparada a pastas de arquivos.

Para utilizar seus recursos, os usuários devem possuir um endereço na própria blockchain.

Bitcoin

Bitcoin é uma moeda em forma de código, que não existe fisicamente e não tem um banco central que organize sua organização. Ou seja, só existe no mundo virtual.

Ela surgiu em 2008, tendo sua criação associada a um grupo de a um grupo de programadores, usando um pseudônimo de Satoshi Nakamoto. Para isso, seus criadores utilizaram a soma do processamento de seus computadores para acelerar tal ação; pois um computador apenas levaria aproximadamente um ano para a realização de uma fração de bitcoin.

Para ser dono de bitcoins é necessário possuir uma carteira virtual, representada por um aplicativo em que fica armazenado uma sequência de letras, que representa o dinheiro do comprador. Caso esse código seja perdido, o resultado será a perda do investimento.

Atualmente existem diversas corretoras que trabalham com a venda de bitcoins.

Demais criptomoedas

As principais criptomoedas negociadas são:

- XRP Ripple – Criptomoeda centralizada, projetada para auxiliar instituições financeiras a movimentar dinheiro de forma mais rápida, global e também com redução de custos.
- Litecan – Criptomoeda criada para transações mais rápidas e com menos custos que a bitcoin, para ser utilizada em pagamentos do dia a dia.
- Bitcoin Cash – Projetada para transações mais rápidas e rotineiras, com taxas mais baixas.
- Ethereum – Blockchain que permite o armazenamento de contratos inteligentes e aplicativos em sua rede. Utiliza como criptomoeda a Ether, lançada em 2017.

SISTEMA DE BANCOS-SOMBRA (SHADOW BANKING)

Sistema de bancos-sombra (shadow banking)

É um conjunto de operações não-regulamentadas de intermediários financeiros, que fornecem crédito no sistema financeiro global de forma “informal”. Ou seja, de forma indireta, sem passar por supervisão ou regulamentação bancária, algumas instituições conseguem realizar financiamentos e empréstimos com suas atividades paralelas ao sistema bancário tradicional.

Operações desse tipo oferecem maiores riscos de mercado, visto que, na maior parte das vezes, não possuem uma garantia de capital reserva, o que não impediu seu crescimento à nível global, de modo que se estima que há que quase 100 trilhões de dólares circulam em ativos financeiros desse tipo, tornando-o importante e relevante na estrutura financeira global, como fornecedor de capital e crédito para investidores e corporações.

Contudo, observa-se um papel crítico atender esse tipo de demanda, de modo que muitos argumentam que esses mercados paralelos colaboraram para grandes crises financeiras, como a de 2008 nos Estados Unidos, por isso tenta-se desde então aprovar uma série de medidas para regular ou limitar esse tipo de operação, visto que seus números avançados e sem garantia seguem expondo os sistemas financeiros do mundo todo em risco.

SEGMENTAÇÃO E INTERAÇÕES DIGITAIS

Segmentação e interações digitais

A era dos avanços tecnológicos traz em seu bojo inúmeras transformações, em especial na forma de como os negócios tradicionais no mercado se realizam. Quanto a transformação digital do setor bancário, por muitos anos, esse era um setor cheio de formalidades, com muitas agências físicas, grandes filas e alguns procedimentos exigiam retorno duas ou mais vezes às agências, ou seja, era sinônimo de preocupação ao usuário. O cenário era de concentração de mercado, pautada no domínio centrado em poucas instituições contribuindo para desbancarização de muitas pessoas¹.

Diante da mudança de cenário, onde o modelo digital de negócios cresce a cada dia surgem as Startups voltadas ao meio financeiro denominadas de Fintechs, que são empresas de tecnologia financeira com o objetivo de cobrir os gargalos do sistema financeiro tradicional, com o lema “inovação”. A ideia vem apresentando forte crescimento e se demonstrando como tendência mundial. O sucesso das Fintechs se deve ao fato das facilidades e efetividade do suprimento das necessidades dos clientes e usuários.

O material genético de uma Startup é a palavra “inovação”, e o objetivo principal é a transformação com vistas a um “melhor servir”. Por serem segmentos novos no mercado, o futuro é incerto, mas altamente promissor, tanto que a cada ano o crescimento é exponencial.

Ainda que diante de toda incerteza verifica-se que as Startups estão presentes em todos os segmentos da sociedade, como exemplo: saúde, lazer, agronegócios, alimentação, vestuário, financeiros, bancário, entre outros.

Dando ênfase ao segmento bancário tem-se que as Startups atuantes neste contexto são denominadas de Fintechs, as quais são empresas que inovam quanto à forma de dispor os serviços financeiros e bancários, trazendo facilidades atribuídas pelo rompimento da burocracia dos métodos tradicionais de fornecimento de bens e serviços.

¹ <https://www.famaqui.edu.br/app/webroot/ojs/index.php/saberes/article/download/26/25/>

Resolução:

A fórmula de juros compostos é $M = C(1 + i)^t$ e do enunciado temos que $M = 1.000.000$, $C = 1.000$, $i = 10\% = 0,1$:
 $1.000.000 = 1.000(1 + 0,1)^t$

$$\frac{1.000.000}{1.000} = (1,1)^t$$

$(1,1)^t = 1.000$ (agora para calcular t temos que usar logaritmo nos dois lados da equação para poder utilizar a propriedade $\log_a N^m = m \cdot \log_a N$, o expoente m passa multiplicando)

$$\log(1,1)^t = \log 1.000 \quad t \cdot \log 1,1 = \log 10^3 \quad (\text{lembrando que } 1000 = 10^3 \text{ e que o logaritmo é de base 10})$$

$$t \cdot 0,04 = 3$$

$$t = \frac{3}{0,04} = \frac{3}{4 \cdot 10^{-2}} = \frac{3}{4} \cdot 10^2$$

$$t = \frac{3}{4} \cdot 100 \text{ anos, portanto, } \frac{3}{4} \text{ de século.}$$

Resposta: E

Taxas de juros

Índices fundamentais no estudo da matemática financeira, sendo incorporadas sempre ao capital. **São elas:**

Taxa efetiva: são aquelas onde a taxa da unidade de tempo coincide com a unidade de tempo do período de capitalização (valorização). Exemplo: Uma taxa de 13% ao trimestre com capitalização trimestral.

ATENÇÃO: Quando no enunciado não estiver citando o período de capitalização, a mesma vai coincidir com unidade da taxa. Em outras palavras iremos trabalhar com taxa efetiva!!!

Taxa nominal: são aquelas cujas unidade de tempo **NÃO** coincide com as unidades de tempo do período de capitalização.

Exemplo:

(TJ/PE- ANALISTA JUDICIÁRIO-CONTADOR-FCC) Uma taxa de juros nominal de 21% ao trimestre, com juros capitalizados mensalmente, apresenta uma taxa de juros efetiva, trimestral de, aproximadamente,

- (A) 21,7%.
- (B) 22,5%.
- (C) 24,8%.
- (D) 32,4%.
- (E) 33,7%.

Resolução:

21% a. t capitalizados mensalmente (taxa nominal), como um trimestre tem 3 meses, $21/3 = 7\% \text{ a.m (taxa efetiva)}$.

im = taxa ao mês

it = taxa ao trimestre.

$$(1+im)^3 = (1+it) \quad (1+0,07)^3 = 1+it \quad (1,07)^3 = 1+it \quad 1,225043 = 1+it \quad it = 1,225043-1 \quad it = 0,225043 \times 100 \quad it = 22,5043\%$$

Resposta: B

ATENÇÃO: Para resolução de questões com taxas nominais devemos primeiramente descobrir a taxa efetiva (multiplicando ou dividindo a taxa)

Toda taxa nominal traz implícita uma taxa efetiva que deve ser calculada proporcionalmente.

Taxas proporcionais (regime de juros simples): são taxas em unidade de tempo diferente que aplicadas sobre o mesmo capital ao mesmo período de tempo irão gerar o mesmo montante.

CONSELHO NACIONAL DE SEGUROS PRIVADOS (CNSP)

O Conselho Nacional de Seguros Privados - CNSP é órgão responsável por fixar as diretrizes e normas da política de seguros privados, resseguros, previdência complementar aberta e capitalização.

É composto pelo Ministro da Economia (Presidente), Superintendente da SUSEP, e por representantes do Ministério da Justiça, do Ministério da Previdência e Assistência Social, do Banco Central do Brasil e da Comissão de Valores Mobiliários (CVM).

Atribuições

- Fixar diretrizes e normas da política de seguros privados.
- Regular a constituição, organização, funcionamento e fiscalização dos que exercem atividades subordinadas ao Sistema Nacional de Seguros Privados, bem como a aplicação das penalidades previstas.
- Fixar as características gerais dos contratos de seguros, previdência privada aberta, capitalização e resseguro.
- Estabelecer as diretrizes gerais das operações de resseguro.
- Conhecer dos recursos de decisão da SUSEP e o IRB.
- Prescrever os critérios de constituição das Sociedades Seguradoras, de Capitalização, Entidades de Previdência Privada Aberta e Resseguradores, com fixação dos limites legais e técnicos das respectivas operações.
- Disciplinar a corretagem do mercado e a profissão do corretor.

CONSELHO NACIONAL DE PREVIDÊNCIA COMPLEMENTAR (CNPC)

O Conselho Nacional de Previdência Complementar - CNPC é o órgão responsável por regular o regime de previdência complementar operado pelas entidades fechadas de previdência complementar.

O CNPC é composto pelo Ministro da Previdência Social e por representantes da Superintendência Nacional de Previdência Complementar (Previc), da Casa Civil da Presidência da República, do Ministério da Economia, das entidades fechadas de previdência complementar, dos patrocinadores e instituidores de planos de benefícios das entidades fechadas de previdência complementar e dos participantes e assistidos de planos de benefícios das referidas entidades.

O Decreto nº 7.123, de 03 de março de 2010, dispõe sobre a organização e o funcionamento do Conselho Nacional de Previdência Complementar (CNPC) e dá outras providências.

Atribuições

- Realizar sessões ordinárias e extraordinárias sobre assuntos relacionados à previdência complementar fechada que culminam em resoluções, recomendações e outros atos do CNPC, após os votos de todos os seus integrantes.

INSTITUIÇÕES SUPERVISORAS E EXECUTORAS

São as instituições do Sistema Financeiro Nacional que buscam através de ações executoras, fazer com que todos os integrantes cumpram as regras e normas de seu segmento.

BANCO CENTRAL DO BRASIL (BCB)

O Banco Central é uma autarquia, criado pela Lei nº 4.595/1964 e com autonomia estabelecida pela Lei Complementar nº 179/2021. A lei que prevê a autonomia ao Banco Central determina que o presidente do banco tenha mandato fixo de quatro anos, não coincidente com o de Presidente da República. Essa nomeação continua sendo feita pelo Presidente da República e apro-

vada pelo Senado. Os diretores também passam a ter mandatos não coincidentes com o do presidente do banco, para preservar a boa governança.

Antes da Lei complementar, o Banco Central era vinculado ao Ministério da Economia.

O Banco Central é dirigido por sua Diretoria Colegiada, composta pelos seguintes integrantes, todos indicados pelo presidente da República e aprovados pelo Senado, o presidente e mais oito diretores.

Sua missão é garantir a estabilidade do poder de compra da moeda, zelar por um sistema financeiro sólido, eficiente e competitivo, e fomentar o bem-estar econômico da sociedade. É uma das principais entidades monetárias do país, considerado guardião dos valores e apesar de ser chamado de banco não tem operações como os demais e não é possível a abertura de uma conta corrente.

É considerado o banco dos bancos, pois é aquele que tem poder máximo sobre os demais. Sua característica principal é fiscalizar e regulamentar as normas para todas as instituições financeiras do país.

O Banco Central é o agente financeiro do governo, pois auxilia na área econômica e representa o Sistema Financeiro Nacional em todo o cenário mundial.

Sua atuação na economia vai desde o controle da quantidade de moeda em circulação, a regulação das taxas de juros e também do controle da quantidade de moeda estrangeira circulante no país.

Suas funções mais importantes são a emissão do papel-moeda (que ocorre através da Casa da Moeda), o controle de depósitos compulsórios e a multiplicação bancária.

COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS (CVM)

A Comissão de Valores Mobiliários (CVM) foi criada em 07/12/1976 pela Lei 6.385/76, com o objetivo de fiscalizar, normatizar, disciplinar e desenvolver o mercado de valores mobiliários no Brasil.

A CVM é uma entidade autárquica em regime especial, vinculada ao Ministério da Economia, com personalidade jurídica e patrimônio próprios, dotada de autoridade administrativa independente, ausência de subordinação hierárquica, mandato fixo e estabilidade de seus dirigentes, e autonomia financeira e orçamentária.

Sua administração é composta por um presidente e quatro diretores, nomeado pelo presidente da República, com aprovação do Senado.

As competências da CVM são:

- Desenvolvimento do mercado.
- Eficiência e funcionamento do mercado
- Proteção dos investidores
- Acesso à informação adequada
- Fiscalização e punição

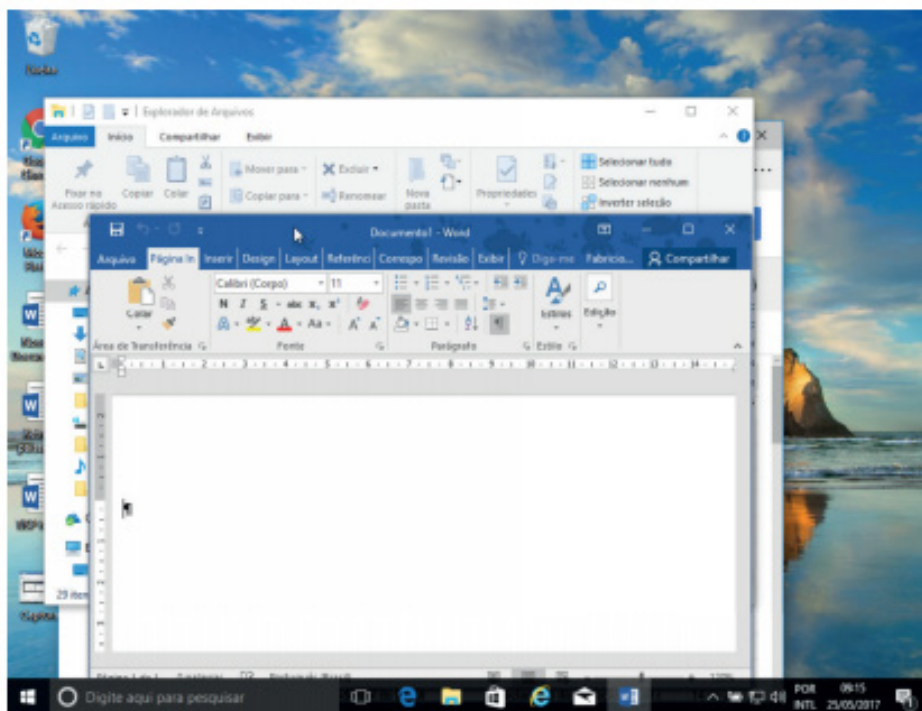
SUPERINTENDÊNCIA DE SEGUROS PRIVADOS (SUSEP)

A SUSEP é uma autarquia que segue as normas do CNSP, vinculada ao Ministério da Economia. A SUSEP é o órgão responsável pelo controle e fiscalização dos mercados de seguro, previdência complementar aberta, capitalização e resseguro (seguro de um seguro já existente). Foi criada pelo Decreto-lei nº 73, de 21 de novembro de 1966.

A SUSEP é administrada por um Conselho Diretor, composto pelo Superintendente e por quatro Diretores. Compete ao Colegiado fixar as políticas gerais da Autarquia, com vistas à ordenação das atividades do mercado, cumprir e fazer cumprir as deliberações do CNSP e aprovar instruções, circulares e pareceres de orientação em matérias de sua competência.

Aero Shake (Win+Home)

Ferramenta útil para quem usa o computador com multitarefas. Ao trabalhar com várias janelas abertas, basta “sacudir” a janela ativa, clicando na sua barra de título, que todas as outras serão minimizadas, poupando tempo e trabalho. E, simplesmente, basta sacudir novamente e todas as janelas serão restauradas.

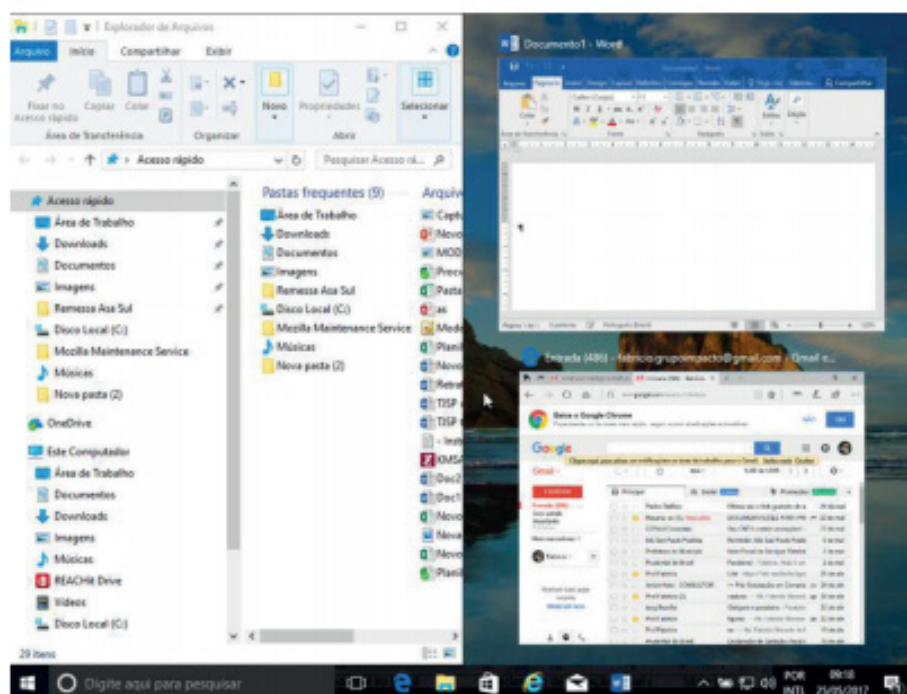


Efeito Aero Shake (Win+Home)

Aero Snap (Win + Setas de direção do teclado)

Recurso que permite melhor gerenciamento e organização das janelas abertas.

Basta arrastar uma janela para o topo da tela e a mesma é maximizada, ou arrastando para uma das laterais a janela é dividida de modo a ocupar metade do monitor.



Efeito Aero Snap.

- Classes de usuários;
- Contra os concorrentes (comparação de uma empresa com outra direta ou indiretamente);
- Em contraste aos concorrentes, (na contramão dos concorrentes);
- Classes de produtos;
- Preço/qualidade (ênfata o valor derivado do produto seja em termos de qualidade ou de preço);
- Símbolo (as empresas utilizam um símbolo ou ícone para posicionar o seu produto nas mentes dos consumidores, assim, ao longo do tempo, o símbolo torna-se um sinônimo da empresa ou do produto).

SEGMENTAÇÃO DE MERCADO

SEGMENTAÇÃO DE MERCADO

A Segmentação de Mercado significa escolher um grupo de consumidores, com necessidades homogêneas, para o qual a organização poderá fazer uma oferta mercadológica. O processo de segmentação requer que sejam identificados os fatores que afetam as decisões de compras dos consumidores⁶.

O seguimento deve ser:

- Identificável;
- Mensurável;
- Acessível;
- Rentável;
- Estável.

Segmentação de mercado refere-se à divisão de um mercado em grupos de compradores potenciais que tenham semelhantes necessidades e desejos, percepções de valores ou comportamentos de compra. Os mercados se diferem de várias formas, quanto aos desejos, recursos, localidades, atitudes e práticas de compra, ou seja, eles podem ser segmentados de várias maneiras⁷.

Quando uma organização segmenta o mercado, torna-se mais fácil satisfazer suas necessidades e desejos, pois o composto de marketing será desenvolvido atendendo às necessidades específicas daquele segmento. Desenvolver um composto dirigido a grandes mercados, formado por consumidores com diferentes necessidades, se torna mais trabalhoso e bem mais difícil, por esta razão que a segmentação do mercado facilita à organização, desenvolver e comercializar produtos que se aproximem cada vez mais à satisfação das necessidades de seus consumidores.

Com a segmentação, a organização poderá obter muitas vantagens, como realizar melhor trabalhos frente a concorrência, dedicando-se às fatias de mercado que tenha melhores condições de atender. Para tanto, é necessário estimar o tamanho atual do mercado, identificar os concorrentes e respectivas participações, e o potencial de crescimento deste mercado.

Logo após, é necessário separar os consumidores em grupos, de tal modo que a necessidade genérica a ser atendida tenha matizes específicas, que são semelhantes para os que pertencem ao mesmo grupo e diferentes dos demais grupos. Essa divisão pode ocorrer segundo critérios geográficos, demográficos, psicográficos ou comportamentais.

Os segmentos resultantes desta divisão devem ser avaliados segundo o tamanho, potencial de crescimento e atratividade, em relação aos objetivos e recursos da empresa. Por fim, se escolhe um ou mais segmentos a serem atendidos, que é o mercado alvo ou

target, que serão objeto de estudos, planos e ações de marketing, envolvendo o posicionamento da oferta na mente do consumidor em relação aos concorrentes.

Níveis de Segmentação de Mercado

A segmentação é um esforço para o aumento de precisão de alvo de uma empresa, podendo as organizações adotarem cinco níveis, quais sejam⁸:

1) Marketing de Massa: a organização se preocupa em produção, distribuição e promoção de massa de um produto para todos os compradores. A vantagem desse nível de marketing é que com ele, pode-se criar um maior potencial de mercado, custos menores e automaticamente margens maiores;

2) Marketing de Segmento: o segmento de mercado é formado por um grande grupo de compradores identificáveis em um mercado. As pessoas diferem em seus desejos, poder de compra, localizações geográficas, atitudes e hábitos de compra;

3) Marketing de Nicho: é o processo de se direcionar para um segmento de mercado relativamente pequeno com um composto de marketing especializado. Nicho é um grupo mais restrito de compradores, as organizações identificam nichos dividindo um segmento em vários subsegmentos;

4) Marketing Local: entende-se como marketing local, o volta-do para as características regionais e locais dos consumidores, com programas e produtos preparados sob medidas conforme a necessidade e desejos de grupos de comunidades locais;

5) Marketing Individual: é o direcionamento à consumidores individuais, ou seja, esse tipo visa individualizar e personalizar os esforços para cada um deles. Este é o segmento mais subdividido que se possa existir.

O marketing individual engloba o *auto marketing*, onde o consumidor assume mais responsabilidade para determinar que produtos e marcas comprar, como por exemplo a compra pela internet.

A segmentação de mercado é realizada das seguintes formas:

→ **Segmentação Geográfica:** trata-se de uma divisão do mercado em diferentes unidades geográficas, como países, estados, regiões, cidades ou bairros. Essa segmentação divide um mercado global em grupos homogêneos, e as organizações podem optar por atuar em um ou mais mercados geográficos;

→ **Segmentação Demográfica:** são as bases mais populares e fáceis de serem avaliadas, para segmentação dos grupos de consumo, uma vez que as necessidades e desejos variam conforme as mudanças demográficas. A maioria das empresas segmenta o mercado combinando duas ou mais variáveis demográficas, por exemplo, sexo e idade;

→ **Segmentação Psicográfica ou Socioeconômica:** são segmentos que levam em consideração o estilo de vida dos diferentes consumidores, ou seja, ele segmenta os grupos na classe social, na personalidade, nas atitudes e na percepção. Esse tipo de segmentação produz uma descrição muito mais rica de um mercado-alvo potencial do que seria possível de outro modo;

→ **Segmentação Comportamental:** é o melhor ponto de partida para segmentar o mercado. São segmentos tomando como ponto de partida seu conhecimento, atitude, uso ou resposta para um determinado produto;

→ **Segmentação por Multiatributos:** é o segmento que parte do princípio de conglomerados geográficos que proporcionam informações mais ricas sobre os consumidores;

⁶ <https://pt.surveymonkey.com/mp/market-segmentation/>

⁷ CHURCHILL, G. A. e PETER, J. Paul. *Marketing: criando valor para os clientes*. São Paulo: Saraiva, 2000.

⁸ KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. *Princípios de marketing*. 7. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 1998.

Lei nº 8.027/1990 que dispõe sobre normas de conduta dos servidores públicos civis da União, das Autarquias e das Fundações Públicas.

Decreto nº 1.171/1994 que aprova o Código de Ética Profissional do Servidor Público Civil do Poder Executivo Federal.

Diante disto, gostaria de transcrever a seguir os principais princípios do serviço público e que norteiam a gestão de ética pública de uma forma geral:

- Os servidores públicos devem ser leais as suas Constituições, leis e princípios éticos acima dos interesses privados;
- Os servidores não poderão ter interesses financeiros que causem conflitos ao desempenho de sua atividade;
- Os servidores deverão usar de sigilo, não utilizando informações governamentais para seu próprio interesse. Além disso, não poderão fazer promessas não autorizadas que comprometam o governo;
- Os servidores deverão ser honestos no cumprimento de suas funções;
- Os servidores não poderão aceitar presente ou item de valor de qualquer pessoa ou instituição em busca de benefícios, nem fazer negócios ou atividades reguladas pelo órgão do servidor exceto se permitido pelo responsável do órgão;
- Os servidores não poderão usar seu cargo para ganhos privados;
- Os servidores devem agir com imparcialidade e não devem dar tratamento diferenciado a nenhuma organização individual ou privada;
- Os servidores deverão proteger e conservar o patrimônio do Estado, não os utilizando para fins não autorizados;
- Os servidores deverão confessar fraudes, corrupção, desperdícios e abusos as autoridades responsáveis.
- Os servidores deverão de boa fé satisfazer suas obrigações de cidadãos, incluindo obrigações financeiras;
- Os servidores deverão apoiar todos os regulamentos e leis que assegurem oportunidades iguais para todos;
- Os servidores deverão evitar toda a ação que crie a aparência de que estão violando as leis ou normas éticas.
- O Código de Ética dos Servidores Públicos Civil do Poder Executivo Federal foi aprovado pelo decreto nº 1.171 de 22 de junho de 1994 destinado aos servidores públicos federais.

CÓDIGO DE CONDUTA ÉTICA DO BANRISUL

CÓDIGO DE ÉTICA E DE CONDUTA DO BANRISUL

1. PREÂMBULO

O Código de Ética e de Conduta do Banrisul tem o compromisso de servir como Guia Prático de Conduta Pessoal e Profissional, de forma a tornar-se um padrão nos relacionamentos com o público interno e externo. Ele tem, antes de tudo, um caráter educativo, além do disciplinar, permitindo orientar a postura mais adequada e coerente com os princípios e condutas nele estabelecidos.

2. ABRANGÊNCIA

O presente código aplica-se aos membros dos órgãos de administração, conselheiros, empregados, estagiários, integrantes do Grupo Banrisul, parceiros de negócios, fornecedores e prestadores de serviços do Grupo Banrisul. Doravante, essas pessoas serão mencionadas como “Sujeitos ao Código”.

Denomina-se de “Grupo Banrisul”, a Companhia e a todas as suas empresas Controladas e Subsidiárias, compreendido pelas seguintes empresas: Banco do Estado do Rio Grande do Sul S.A.,

Banrisul Cartões S.A., Banrisul S.A. Administradora de Consórcios, Banrisul S.A. Corretora de Valores Mobiliários e Câmbio, Banrisul Armazéns Gerais S.A., Banrisul Seguridade Participações S.A. e Banrisul Corretora de Seguros S.A..

3. PREMISSAS ÉTICAS

Os valores e os princípios éticos da Instituição são os pilares sobre os quais está fundamentada a atuação do Banrisul, devendo todos conduzir as suas atividades observando esses preceitos.

As diretrizes buscam trazer as orientações necessárias para que o Banrisul possa colocar em prática seus valores e princípios, destacando a importância da ética no atingimento dos seus objetivos.

3.1. Valores

Transparência, ética, comprometimento, integração e eficácia.

3.2. Princípios e Diretrizes

3.2.1. Integridade

a) Manter a reputação de empresa sólida e confiável, consciente de sua responsabilidade social e empresarial, buscando resultados de forma honesta, justa, legal e transparente;

b) Nortear, por princípios de conduta ética, as normas e os procedimentos internos do Banrisul que, independentemente de qualquer obrigação legal, estão voltados ao repúdio de condutas ilícitas no estabelecimento de relações de negócios ou na realização de qualquer tipo de operação bancária.

3.2.2. Respeito à diversidade

a) Repudiar atitudes guiadas por preconceitos relacionados à classe social, raça, religião, sexo, incapacidade física e quaisquer outras formas de discriminação.

3.2.3. Respeito às pessoas

a) Repudiar condutas que possam caracterizar assédio de qualquer natureza, intimidação, falta de respeito e consideração ou qualquer outro tipo de agressão.

3.2.4. Valorização do trabalho

a) Propiciar igualdade de oportunidades para o desenvolvimento profissional, não admitindo qualquer atitude que possa afetar negativamente e de forma ilegítima a carreira profissional, especialmente quando for baseada apenas em relacionamento pessoal ou em qualquer tipo de discriminação.

3.2.5. Responsabilidade socioambiental

a) Observar as diretrizes estabelecidas nas Políticas de Responsabilidade Socioambiental e de Gestão do Risco Socioambiental do Banrisul.

3.2.6. Respeito à concorrência

a) Agir em conformidade com os preceitos da livre concorrência, evitando quaisquer ações ou práticas que possam caracterizar concorrência desleal ou de qualquer forma afetar adversamente a imagem dos seus concorrentes.

3.2.7. Respeito à imagem e à excelência na prestação dos serviços

a) Zelar pelos valores e pela imagem do Banco e atuar em defesa dos interesses da Instituição, de seus investidores e clientes.