

LÍNGUA PORTUGUESA

Teoria, dicas e questões de provas
(CESGRANRIO)

Prof. Flaviana Eufrásio



CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Leitura, compreensão e interpretação de textos.....	1
Tipologia textual.....	3
Ortografia oficial.....	7
Acentuação gráfica.....	11
Emprego de classes de palavras.....	13
Emprego do sinal indicativo de crase.....	18
Sintaxe: processos de coordenação e subordinação.....	21
Pontuação.....	23
Concordância nominal e verbal.....	25
Regência verbal e nominal.....	29
Significação contextual de palavras e expressões.....	35
Redação Oficial.....	37
Colocação dos pronomes átonos.....	39
Argumentação e persuasão.....	41
Comunicação assertiva: Linguagem simples, concisa, objetiva.....	43
Organização textual.....	44
Coesão e Coerência.....	45
Novo Acordo ortográfico.....	48

LEITURA, COMPREENSÃO E INTERPRETAÇÃO DE TEXTOS

Compreensão textual

É quando o leitor entende o que o texto diz de forma explícita, ou seja, aquilo que está na superfície do texto. Para ilustrar tal observação, usamos o seguinte exemplo: quando Mauro bebia, ele era infeliz. Por meio dessa frase, podemos entender que houve um tempo que Mauro era infeliz, devido à bebida.

A compreensão de texto costuma ser cobrada em exercícios que começam com “De acordo com o texto”, “Segundo a publicação”, “O texto informa que”, “No texto”, “Tendo em vista o texto”.

Interpretação

Já na interpretação textual o leitor entende o que está implícito nas entrelinhas, isto é, aquilo que

(...)

LÍNGUA INGLESA

Teoria e questões

Profª. Nádia Vasconcelos

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

Conhecimento de um vocabulário fundamental e dos aspectos gramaticais básicos para a compreensão de textos.....1/21

Questões de provas CESGRANRIO21

TÓPICO: ASPECTOS GRAMATICAIS

1. VERB "TO BE"

Este verbo acompanha o estudo da língua desde o seu nível inicial até o mais avançado por ser um dos verbos mais simples e utilizados. No inglês o verbo “to be” possui o significado de ser (algo permanente) e estar (algo momentâneo). Sua conjugação se dá com os pronomes pessoais que são: I, you, he, she, it, you, they.

Veja a forma afirmativa conjugada no SIMPLE PRESENT:

Verbo To Be		Forma Negativa	Forma Interrogativa
I am	(Eu sou, estou)	I am not	Am I?
You are	(Você é, está)	You are not	Are You?
He is	(Ele é, está)	He is not	Is He?
She is	(Ela é, está)	She is not	Is she?
It is	(Ele/Ela é, está para coisas ou animais)	It is not	Is it?
We are	(Nós somos, estamos)	We are not	Are we?
You are	(Vocês são, estão)	You are not	Are you?
They are	(Eles são, estão)	They are not	Are they?

Confira alguns exemplos:

- I'm hungry. = Eu estou com fome.
- He's smart. = Ele é esperto.
- I'm not a doctor. = Eu não sou um médico.
- She's not sad. = Ela não está triste.
- They're not working. = Eles não estão trabalhando.
- Are you Australian? = Você é australiano?
- Are they students? = Eles são estudantes?

Veja a forma afirmativa conjugada no PAST:

singular	plural
I was	We were
You were	You were
He was	They were
It was	
She was	

Confira alguns exemplos:

- Bill was a policeman. = Bill era um policial.

- He was happy.= Ele estava feliz.
- You were a teacher. = Você era uma professora.
- The house was small. = A casa era pequena.

EXERCISE

1. (PUC -97) Complete with the correct form of the verb:
A long time ago London ... an important city, but it ... different from London today. There ... not very many big buildings. There ... a lot of small boats on the river.
- a) is, is, are, are
b) was, is, are, are
c) was, was, were, were
d) was, is, were, were
e) had been, is, were, are
2. (FMU/FIAM- SP) Everydody _____ waiting, because the American people _____ working oh the project.
- a) is/ are
b) is/ is
c) are / are
d) are/ is
e) was / is
3. (ITA - SP) A questão que corretamente preenche as lacunas I,II e III de:
- I) No news _____ good news.
II) The Brazilian people _____ very friendly.
III) Your cattle _____ there. Cattle: gado
- a) I. is / II. are / III. Are
b) I. are / II. is / III. Is
c) I. are / II. is / III. are
d) I. are / II. are / III. Are
e) I. is / II. is / III. Is
- 4) (FMU/FIAM- SP) Everydody _____ waiting, because the American people _____ working oh the project.
- a) is/ is
b) is/ are
c) are / are
d) are/ is
e) was / is

Gabarito			
1	2	3	4
D	A	A	B

2.PRESENT SIMPLE



Use o Present Simple para expressar a idéia de que uma ação é repetida ou habitual. A ação pode ser um vício, um hobby, um evento diário, um evento agendado ou algo que muitas vezes acontece. Ele também pode ser algo que uma pessoa, muitas vezes se esquece ou não costuma fazer.

(...)

QUESTÕES DE PROVAS ANTERIORES

CESGRANRIO - 2021 - BANCO DO BRASIL - ESCRITURÁRIO - AGENTE COMERCIAL

Revolution Accelerated

How Digital Transformation is Shaping the Future of Banking

Like all businesses, banks have had to act fast to respond to the unprecedented human and economic impact of Covid-19.

First, they needed to keep the lights on and ensure business continuity. Second, they had to meet the changing ways customers wanted to engage. Finally, they sought to balance their business priorities with a responsibility to support society. Previous crises cast the banks as part of the problem — this time they are part of the solution.

Banks who have embraced modern banking technology have fared better in meeting these challenges. They've moved seamlessly to remote working, kept up service for their customers, coped with huge increases in demand and quickly adapted their products. In contrast, banks using legacy 'spaghetti' software have struggled.

Covid-19 has accelerated the need for modern banking technology, but it didn't create it. Before coronavirus, the 2020s were already being framed as the decade for digital in the banking industry. Banks' return on equity were too low and their cost-income ratios were too high. Meanwhile, regulation like open banking was disrupting the industry and increasing competition from new entrants like the GAFA's (Google, Amazon, Alibaba, Facebook, Apple).

Providing seamless digital customer experiences was therefore already a 'must'. Every year, Temenos partners with the Economist Intelligence Unit (EIU) for a global study on the future of banking. More than 300 banking leaders are interviewed from retail, commercial and private banks. Over half of these are at C-suite level.

In 2020, the study took place amid the Covid-19 crisis. The results give a fascinating insight into banking leaders' approach during these unprecedented times. But they also show how they see their industry in the years to come.

And the findings suggest three trends which will shape the future of banking:

1. New technologies will be the key driver of banking transformation over the next 5 years. 77% of respondents strongly believed that Artificial Intelligence (AI) will be the most game-changing of these technologies. They see a diverse range of uses for AI — from personalised customer experience to fraud detection.

2. Banks will overhaul their business models to create digital ecosystems. 80% of respondents believe that banking will become part of a platform of services. 45% are committed to transforming their business models into digital ecosystems.

3. The sun will set on branch banking. World Bank data shows that visits to branches have been steadily declining globally over the last decade. As a result of coronavirus, customers are now more concerned about visiting their branch, and so even more people are willing to try digital applications. This combination of pandemic and increasingly transformative advanced technology has led a majority of respondents (59%) to our survey with the EIU to state that traditional branch-based banking model will be dead in just five years. That's a 34% increase from last year.

The current environment is undoubtedly challenging for banks. But they have the capital, customer relationships

and customer data. They are regulated. And most importantly: they still enjoy their customers' trust.

In short, banks are best-placed to succeed if they commit to end-to-end digital transformation. That means a fully digital front office which creates hyper-personalized experiences and ecosystems. And a back office driving efficient operations and rapid innovation. By embracing modern banking technology, banks can support their customers today, create new value for the future and drive new levels of future growth.

Available at: . Retrieved on: July 13th, 2021.
Adapted.

11 The overall purpose of the text is:

- (A) to explain how the banking industry works.
- (B) to discuss the impact of the coronavirus pandemic on the health system.
- (C) to launch new investment opportunities in the banking industry.
- (D) to state that digital transformation in banking has been accelerated by the coronavirus pandemic.
- (E) to promote new AI technology that will change the future of banking.

12 According to the 2nd paragraph of the text, after the Covid-19 outbreak, banks initially had to face the following number of challenges:

- (A) 1
- (B) 2
- (C) 3
- (D) 4
- (E) 5

13 In paragraph 6, the personal pronoun they, used twice in the sentence "But they also show how they see their industry in the years to come", refers to the following fragment at the same paragraph:

- (A) the study
- (B) the results
- (C) banking leaders
- (D) Covid-19 crisis
- (E) unprecedented times

14 In the sentence of the last paragraph "In short, banks are best-placed to succeed if they commit to end-to-end digital transformation", the phrase In short conveys an idea of:

- (A) cause
- (B) addition
- (C) emphasis
- (D) conclusion
- (E) time sequence

15 From the sentence of the last paragraph, "By embracing modern banking technology, banks can support their customers today, create new value for the future and drive new levels of future growth", it is inferred that:

- (A) banks cannot grow after the coronavirus pandemic.
- (B) modern banking technology can help reshape the present and the future of banks.
- (C) modern technology can frustrate the present and the future of the banking industry.

(D) as result of the coronavirus pandemic, banks will not be able to meet customers' demands in the future.

(E) due to the coronavirus pandemic, banks are not able to meet customers' expectations in the present.

Gabarito 11D 12C 13B 14D 15B

**CESGRANRIO - 2023 - TRANSPETRO -
PROFISSIONAL TRANSPETRO DE NÍVEL
SUPERIOR – ADMINISTRAÇÃO**

**How space technology is bringing
green wins for transport**

1 Space technology is developing fast, and, with every advance, it is becoming more accessible to industry. Today, satellite communications (satcoms) and space-based data are underpinning new ways of operating that boost both sustainability and profitability. Some projects are still in the planning stages, offering great promise for the future. However, others are already delivering practical results.

2 The benefits of space technology broadly fall into two categories: connectivity that can reach into situations where terrestrial technologies struggle to deliver and the deep, unique insights delivered by Earth Observation (EO) data. Both depend on access to satellite networks, particularly medium earth orbit (MEO) and low earth orbit (LEO) satellites that offer low-latency connectivity and frequently updated data. Right now, the satellite supplier market is booming, driving down the cost of access to satellites. Suppliers are increasingly tailoring their services to emerging customer needs and the potential applications are incredible – as a look at the transportation sector shows.

3 Satellite technology is a critical part of revolutionizing connectivity on trains. The Satellites for Digitalization of Railways (SODOR) project will provide low latency, highly reliable connectivity that, combined with monitoring sensors, will mean near realtime data guides operational decisions. This insight will help trains run more efficiently with fewer delays for passengers. Launching this year, SODOR will help operators reduce emissions by using the network more efficiently, allowing preventative maintenance and extending the lifetime of some existing trains. It will also make rail travel more attractive and help shift more passengers from road to rail (that typically emits even less CO₂ per passenger than electric cars do).

4 Satellite data and communications will also play a fundamental role in shaping a sustainable future for road vehicles. Right now, the transport sector contributes around 14% of the UK's greenhouse gas emissions, of which 91% is from road vehicles – and this needs to change.

5 A future where Electric Vehicles (EV) dominate will need a smart infrastructure to monitor and control the electricity network, managing highly variable supply and demand, as well as a large network of EV charging points. EO data will be critical in future forecasting models for wind and solar production, to help manage a consistent flow of green energy.

6 Satellite communications will also be pivotal. As more wind and solar installations join the electricity network – often in remote locations – satcoms will step in to deliver highly

4 Apostila CAIXA / CESGRANRIO 2024 - DEMONSTRAÇÃO

reliable connectivity where 4G struggles to reach. It will underpin a growing network of EV charging points, connecting each point to the internet for operational management purposes, for billing and access app functionality and for the users' comfort, they may access the system wherever they are.

7 Satellite technology will increasingly be a part of the vehicles themselves, particularly when automated driving becomes more mainstream. It will be essential for every vehicle to have continuous connectivity to support real-time software patches, map updates and inter-vehicle communications. Already, satellites provide regular software updates to vehicles and enhanced safety through an in-car emergency call service.

8 At our company, we have been deeply embedded in the space engineering for more than 40 years – and we continue to be involved with the state-of-the-art technologies and use cases. We have a strong track record of translating these advances into practical benefits for our customers that make sense on both a business and a sustainability level.

Available at: <https://www.cgi.com/uk/en-gb/blog/space/how-space-technology-is-bringing-green-wins-to-transport>. Retrieved on April 25, 2023. Adapted.

1. The main idea of the text is to:

- (A) disapprove space technology.
- (B) relate space technology to diseases.
- (C) figure out the costs of space technology.
- (D) list potential dangers of space technology.
- (E) describe space technology improvements.

2. In the fragment in the first paragraph of the text “However, others are already delivering practical results”, the word However can be associated with the idea of:

- (A) time
- (B) condition
- (C) emphasis
- (D) opposition
- (E) accumulation

3. From the fragment in the second paragraph of the text “connectivity that can reach into situations where terrestrial technologies struggle to deliver”, it can be concluded that terrestrial technologies can present data problems related to their:

- (A) price
- (B) safety
- (C) choice
- (D) marketing
- (E) transmission

4. From the fragment in the second paragraph of the text “Right now, the satellite supplier market is booming, driving down the cost of access to satellites”, one can infer that the more access to the satellite supplier market is feasible:

- (A) the lower its price will be.
- (B) the higher its price will be.
- (C) the better its quality will be.
- (D) the poorer its quality will be.

(E) the more reliable its quality will be.

5. The fragment in the third paragraph of the text “The Satellites for Digitalization of Railways (SODOR) project will provide low latency” means that:

- (A) low volume of data will be conveyed within hours.
- (B) low volume of data will be interrupted for a few minutes.
- (C) low volume of data will be communicated within minutes.
- (D) high volume of data will be transmitted with minimal delay.
- (E) high volume of data will be transferred after a few minutes.

6. In the fragment in the fourth paragraph of the text “a sustainable future for road vehicles. Right now, the transport sector contributes around 14% of the UK’s greenhouse gas emissions, of which 91% is from road vehicles”, the word which refers to:

- (A) road vehicles
- (B) transport sector
- (C) United Kingdom
- (D) sustainable future
- (E) greenhouse gas emissions

7. From the fifth paragraph of the text, one can infer that models for wind and solar production can provide sources of:

- (A) unreliable power
- (B) intermittent energy
- (C) constant power flow
- (D) scarce energy sources
- (E) dangerous power sources

8. In the fragment in the sixth paragraph of the text “Satellite communications will also be pivotal”, the word pivotal can be replaced, with no change in meaning, by:

- (A) tricky
- (B) erratic
- (C) essential
- (D) haphazard
- (E) problematic

9. From the seventh paragraph of the text, one can infer that automated driving will have the benefits of:

- (A) human drivers
- (B) space technology
- (C) terrestrial connectivity
- (D) traffic controlled by people
- (E) 20th century designed cars

10. In the eighth paragraph of the text, the author states that, for the last 40 years, the company where he works has been:

- (A) embedded in antipollution laws.
- (B) dedicated to space travel medicine.
- (C) involved with cutting-edge space industry.
- (D) concerned with the Earth’s polar ice caps.
- (E) engaged in antinuclear weapon campaigns.

Gabarito: 1 - E 2 - D 3 - E 4 - A 5 - D 6 - E 7 - C 8 - C 9 - B 10 - C

MATEMÁTICA FINANCEIRA

Prof. Oscar Queiroz

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

1. Conceitos gerais: valor do dinheiro no tempo, valor presente, valor futuro, juro, taxa de juro, prazo da operação. Juros Simples. Juros Compostos.	01
2. Descontos: racional composto e comercial simples.	06
3. Equivalência de Capitais em fluxos regulares ou irregulares: VP, VF, prazos e taxas de retorno.	11
4. Séries Uniformes.	17
5. Sistemas de Amortização de qualquer tipo, incluindo os sistemas com amortizações constantes (SAC) e com prestações constantes (Francês ou PRICE).	22
6. Sequências numéricas: leis de formação expressas de forma geral (em função da posição do termo) ou de forma recursiva (em função de um ou mais termos anteriores); progressões aritméticas; progressões geométricas.	27
Questões CESGRANRIO.	33
GABARITOS.	39
Tabelas Financeiras.	40

CAPÍTULO 1**CONCEITOS GERAIS, JUROS SIMPLES E COMPOSTOS****CONCEITOS GERAIS****VALOR DO DINHEIRO NO TEMPO**

O valor do dinheiro no tempo (em inglês, time value of money ou TVM) é um conceito econômico/financeiro que afirma ser preferível receber uma quantia de dinheiro agora do que a mesma quantia no futuro. Isso porque você poderia investir o dinheiro e obter retornos.

Ao optar por receber o dinheiro posteriormente, você perde a oportunidade de investi-lo agora ou de usar o dinheiro para alguma outra atividade.

EXEMPLO: Digamos que você tenha emprestado ao seu irmão R\$ 2.000,00 e agora ele entrou em contato para pagar a dívida. Ele lhe oferece os R\$ 2.000,00 com a condição de que você deve buscar o dinheiro hoje, pois amanhã ele irá viajar para a Europa e só retornará daqui a um ano. Caso você não possa buscar, ele promete pagar os R\$ 2.000,00 assim que voltar de viagem, em 12 meses.

Ocorre que você até pode esperar 12 meses se estiver muito ocupado para buscar o dinheiro. No entanto, seguindo o conceito de TVM, seria melhor buscá-lo

hoje, pois você pode colocar o dinheiro em uma conta para obter juros/rendimentos durante esses 12 meses. Outra opção seria investir e gerar lucros. Além disso, por conta da inflação, seu dinheiro valeria menos após 12 meses. Ou seja, efetivamente, você receberia menos do que emprestou.

VALOR PRESENTE E VALOR FUTURO

O **valor presente** do dinheiro nos permite saber o valor atual de uma quantia futura, considerando as taxas do mercado. Em nosso exemplo, talvez você queira saber o real valor, hoje, dos futuros R\$ 2.000,00 de seu irmão (após um ano).

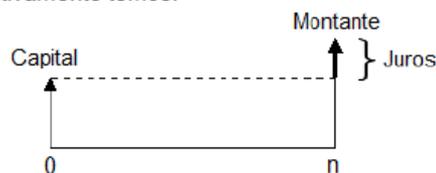
O **valor futuro** é o oposto. Ele analisa uma quantia de dinheiro hoje e calcula qual será seu valor no futuro, a uma determinada taxa de mercado. Portanto, o valor futuro de R\$ 2.000,00 em um ano incluiria o valor de um ano de juros.

JUROS (J), TAXA DE JUROS (i) E PRAZO (n)

Juro é toda compensação em dinheiro que se paga ou se recebe pela quantia que se empresta ou que é emprestada em função de uma taxa e do tempo. Quando falamos em juros, devemos considerar:

1. O dinheiro que se empresta ou que se pede emprestado é chamado de **capital**.
2. A taxa de porcentagem que se paga ou se recebe pelo "aluguel" do dinheiro é denominada **taxa de juros**.
3. O tempo deve sempre ser indicado na **mesma unidade** a que está submetida à taxa, e em caso contrário, deve-se realizar a conversão para que tanto a taxa como a unidade de tempo estejam compatíveis, isto é, estejam na mesma unidade.
4. O total pago no final do empréstimo, que corresponde ao capital mais os juros, é denominado **montante**.

Ilustrativamente temos:



Resumindo, os elementos de uma operação de juros são:

- **Capital (C):** Aplicação, investimento, saldo inicial, valor inicial, valor atual, valor presente e principal.
- **Juros (J):** Ganho, acréscimo, rendimento, excedente e compensação financeira.
- **Montante (M):** Resgate, saldo devedor, saldo credor, valor futuro e capital futuro.
- **Taxa (i):** Taxa de juros, índice da taxa de juros e percentual de juros.
- **Prazo (n):** Prazo, período, número de períodos e unidade de tempo.

NOÇÕES DE PROBABILIDADE E ESTATÍSTICA

Teoria, dicas e questões de provas

Daniel Menezes

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

1. Conceitos gerais: variável, tipos de variáveis, população, amostra, frequências: absoluta e relativa, frequências acumuladas, representações em gráficos e tabelas (linhas, colunas, setores e histogramas).....1
2. Medidas de tendência central (em dados brutos ou agrupados em classes): média aritmética, média geométrica, média ponderada, moda e mediana7
3. Medidas de Posição: quartis e percentis.13
4. Medidas de dispersão (em dados brutos ou agrupados em classes): amplitude, variância, desvio padrão e coeficiente de variação.14
5. Probabilidade: experimento aleatório, espaço amostral, evento; espaços equiprováveis; probabilidade de Laplace; espaços não equiprováveis; teorema do produto; probabilidade condicional e independência; distribuição binomial.....15

CONCEITOS GERAIS: VARIÁVEL, TIPOS DE VARIÁVEIS, POPULAÇÃO, AMOSTRA, FREQUÊNCIAS: ABSOLUTA E RELATIVA, FREQUÊNCIAS ACUMULADAS, REPRESENTAÇÕES EM GRÁFICOS E TABELAS (LINHAS, COLUNAS, SETORES E HISTOGRAMAS).

1. O QUE É ESTATÍSTICA?

Durante um telejornal, o repórter divulgou uma pesquisa segundo a qual apenas 5% dos brasileiros têm o hábito de ler jornal diariamente.

Você já pensou em como são feitas pesquisas como essa? Como é possível entrevistar toda a população brasileira para se saber a porcentagem de leitores de jornal?

O uso da pesquisa é bastante comum nas várias atividades humanas.

Exemplos:

- 1°) As indústrias costumam realizar pesquisas entre os consumidores antes do lançamento de um novo produto no mercado.
- 2°) As pesquisas eleitorais fornecem elementos para que os candidatos direcionem a campanha.
- 3°) A pesquisa do desempenho dos atletas ou das equipes em uma partida ou em um campeonato interfere no planejamento dos treinamentos.
- 4°) Emissoras de tevê utilizam pesquisas que mostram a preferência dos espectadores para organizar sua programação.

A realização de uma pesquisa envolve muitas etapas, como a escolha da amostra, a coleta e organização dos dados (informações), o resumo desses dados (em tabelas, gráficos, etc.) e a interpretação dos resultados.

A parte da Matemática que trata desses assuntos é a ESTATÍSTICA.

Como uma primeira ideia, podemos entender a estatística como sendo um **método de estudo de comportamentos coletivos cujas conclusões são traduzidas em resultados numéricos.**

2. POPULAÇÃO

A Estatística parte da observação de grupos, geralmente numerosos, aos quais damos o nome de *população* ou *universo estatístico*.

Cada elemento da população estudada é denominado unidade estatística.

Veja:

POPULAÇÃO ESTATÍSTICA	UNIDADE ESTATÍSTICA
48 alunos que estudam na 5ª série de uma escola	Cada aluno que estuda na 5ª série dessa escola
Clubes campeões paulistas de futebol	Cada clube campeão paulista de futebol

3. AMOSTRA

A população estatística pode ser *finita* ou *infinita*.

- **Finita:** quando apresenta um número finito de elementos.

Por exemplo:

- Um número de operários que trabalham em uma fábrica em uma determinada data.
- As notas de Matemática dos alunos do ensino médio em um determinado bimestre.

- **Infinita:** quando apresenta um número infinito de elementos.

Por exemplo:

- as temperaturas nos diversos pontos do Brasil em determinado momento.

Quando o universo estatístico é infinito, não é possível fazer uma observação que abranja todos os seus elementos. Nesse caso, recorre-se a um subconjunto do universo estudado que chamamos de amostra.

Mesmo quando o universo é finito, há razões que nos levam à utilização da técnica de amostragem, tais como:

- razões econômicas, por ser dispendioso observar grande número de elementos;
- razões de tempo, pois uma observação demorada pode levar a resultados desatualizados.

4. VARIÁVEL

A observação da população é dirigida ao estudo de uma dada propriedade ou característica dos elementos dessa população. Essa característica pode ser:

- **Qualitativa:** se os valores tomados não são numéricos, como: raça, área de estudos, meio de transporte etc.
- **Quantitativa:** se os valores tomados são numéricos, como a altura, o peso, o preço de um produto etc.

Uma característica quantitativa também se chama *variável estatística* ou simplesmente *variável*. Cada valor que essa variável pode assumir chama-se dado estatístico.

As variáveis estatísticas podem ser:

- **Contínuas:** quando podem assumir qualquer valor do intervalo da variação. Por exemplo, na determinação das alturas dos adolescentes de uma escola, a variável "altura" é contínua.

– **Discretas:** quando só podem assumir valores inteiros. Por exemplo, na determinação do número de sócios de um certo clube, a variável "número de sócios" é discreta.

5. ROL

É toda sequência $(a_1; a_2; a_3; \dots; a_n)$ de dados numéricos tal que:

- cada termo, a partir do segundo, é maior ou igual ao seu antecessor;
- ou cada termo, a partir do segundo, é menor ou igual ao seu antecessor.

Exemplo: os cinco alunos de uma amostra apresentaram as seguintes notas na prova bimestral de matemática 6; 4; 8; 7; 8. Apresentando esses dados em rol, temos: (4; 6; 7; 8; 8) ou (8; 8; 7; 6; 4).

6. CLASSES

Em uma mostra de latas de óleo comestível, foram constatados os seguintes volumes em mililitros: 980; 990; 1.000; 970; 980; 1.000; 1.010; 950; 970; 940; 1.020; 1.010; 920; 990; 950; 900; 1.000; 950; 970; 1.010. Podemos separar os elementos dessa amostra em rois disjuntos (sem elementos comuns).

Por exemplo:

- I. 900;920
- II. 940
- III. 950; 950; 950
- IV. 970; 970; 970; 980; 980
- V. 990; 990; 1.000; 1.000; 1.000
- VI. 1.010; 1.010; 1.010; 1.020

Qualquer intervalo real que contenha um rol da amostra é chamado de **classe**. Por exemplo, podemos formar as seguintes classes com os elementos dessa amostra:

- o intervalo $[900, 940[$ contém o rol (I);
- o intervalo $[940, 950[$ contém o rol (II);
- o intervalo $[950, 970[$ contém o rol (III);
- o intervalo $[970, 990[$ contém o rol (IV);
- o intervalo $[990, 1.010[$ contém o rol (V);
- o intervalo $[1.010, 1.020]$ contém o rol (VI).

A diferença entre o maior e o menor elemento de uma classe, nessa ordem, é chamada de **amplitude** da classe.

Por exemplo:

A amplitude da classe $[900, 940[$ é $940 - 900 = 40$.

► NOTAS:

1. Os extremos de cada classe não precisam ser, necessariamente, elementos da amostra, mas se o forem, deve-se tomar o cuidado de não permitir que um mesmo elemento pertença a duas classes simultaneamente; por isso, no exemplo anterior, com exceção do último intervalo, consideramos os demais abertos à direita.
2. Embora não seja obrigatório, é conveniente que, dentre duas classes consecutivas, o extremo à direita (aberto) da primeira coincida com o extremo à esquerda (fechado) da segunda, como fizemos no exemplo anterior.

7. DISTRIBUIÇÃO DE FREQUÊNCIA

A quantidade de elementos da amostra que pertencem a uma determinada classe é chamada de **frequência** dessa classe. No exemplo anterior:

- a frequência da classe $[900, 940[$ é igual a 2, pois 2 elementos da amostra pertencem a essa classe;
- a frequência da classe $[940, 950[$ é igual a 1, pois apenas 1 elemento da amostra pertence a essa classe;
- analogamente, as classes $[950, 970[$; $[970, 990[$; $[990, 1.010[$ e $[1.010, 1.020]$ têm frequências, respectivamente, iguais a 3, 5, 5 e 4.

Podemos apresentar as classes com suas respectivas frequências através de uma tabela chamada de **tabela de distribuição de frequência**:

Classe (volume em mililitros)	F
$[900, 940[$	2
$[940, 950[$	1
$[950, 970[$	3
$[970, 990[$	5
$[990, 1.010[$	5
$[1.010, 1.020]$	4

A soma de todas as frequências, $2+1+3+5+5+4=20$, é chamada de **frequência total** (F_t) da distribuição. Dividindo a frequência F de uma classe pela frequência total F_t , obtemos um número chamado de **frequência relativa da classe**. É usual apresentar-se a frequência relativa em porcentagem. Indicando a frequência relativa de uma classe por $F\%$, tem-se que:

$$F\% = \frac{F}{F_t} \cdot 100\%$$

Assim, da tabela anterior, temos que:

- a classe $[900, 940[$ tem frequência relativa igual a $\frac{2}{20} \cdot 100\% = 0,1 \cdot 100\% = 10\%$
- a classe $[940, 950[$ tem frequência relativa igual a $\frac{1}{20} \cdot 100\% = 0,05 \cdot 100\% = 5\%$
- a classe $[950, 970[$ tem frequência relativa igual a $\frac{3}{20} \cdot 100\% = 0,15 \cdot 100\% = 15\%$
- a classe $[970, 990[$ tem frequência relativa igual a $\frac{5}{20} \cdot 100\% = 0,25 \cdot 100\% = 25\%$
- a classe $[990, 1.010[$ tem frequência relativa igual a $\frac{5}{20} \cdot 100\% = 0,25 \cdot 100\% = 25\%$
- a classe $[1.010, 1.020]$ tem frequência relativa igual a $\frac{4}{20} \cdot 100\% = 0,2 \cdot 100\% = 20\%$

Assim, temos a tabela de distribuição de frequência e de frequência relativa:

Classe (volume em mililitros)	F	F%
$[900, 940[$	2	10%
$[940, 950[$	1	5%
$[950, 970[$	3	15%
$[970, 990[$	5	25%
$[990, 1.010[$	5	25%
$[1.010, 1.020]$	4	20%

8. CLASSES UNITÁRIAS

Podemos considerar uma classe como sendo um único número real. Esse tipo de classe é denominado **classe unitária**.

Exemplo:

Para avaliar o nível de ensino em uma região, escolheu-se uma amostra de trezentos alunos da primeira série do ensino médio e aplicou-se uma prova.

A tabela de distribuição de frequência abaixo mostra o resultado dessa prova. As notas representam **classe unitárias**.

Classe (nota)	Frequência (nº. de alunos)
2,0	40
3,0	85
5,0	75
6,0	50
7,0	30
8,0	20

9. REPRESENTAÇÃO GRÁFICA DA DISTRIBUIÇÃO DE FREQUÊNCIAS

Em muitos casos, uma representação gráfica de uma distribuição de frequências nos dá uma ideia melhor de um levantamento estatístico do que um quadro com números.

Nesse item, estudaremos as representações gráficas mais usadas em Estatística.

Gráfico de barras

Os dados de uma tabela podem ser representados graficamente por retângulos paralelos, horizontais ou verticais, todos de mesma largura e comprimentos proporcionais às frequências.

Esses gráficos, chamados *gráficos de barras*, permitem uma rápida exploração visual e uma comparação entre a variável em estudo e suas frequências.

O gráfico de barras verticais é também chamado de *gráfico de colunas*.

Veja o que foi publicado na imprensa



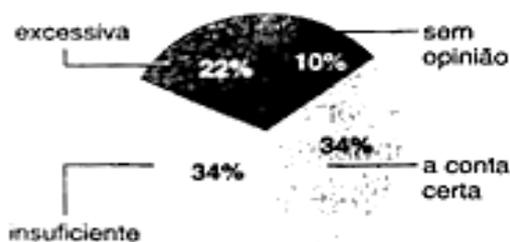
Gráfico de Setores

O gráfico de setores é um círculo dividido em partes (setores), cujas medidas são proporcionais às frequências relativas, como nos dois exemplos a seguir:

O bom selvagem

A opinião dos brasileiros não poderia ser mais favorável à população indígena. Acompanhe os principais resultados de uma pesquisa inédita feita pelo Ibope

Os índios, que representam 0,2% da população, são donos de 11% do território nacional. Essa quantidade de terra é:

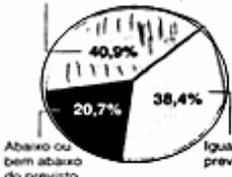


Vendas no primeiro trimestre superam previsão de janeiro

Pesquisa Bic Banco ouviu 198 empresas

Em relação ao faturamento, sua empresa teve resultado...

Acima ou bem acima do previsto



Encerrado o trimestre, como ficaram os estoques de sua empresa?

Acima ou bem acima do previsto

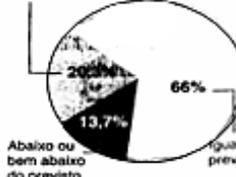


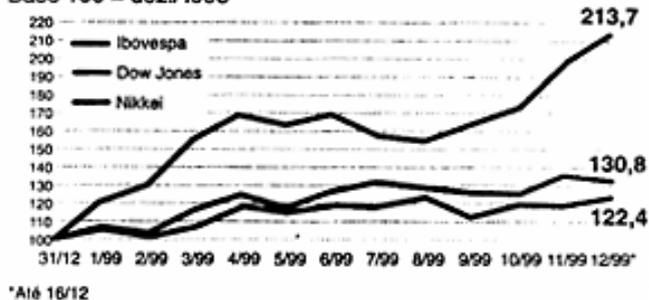
Gráfico poligonal ou de linha

Traçado no plano cartesiano, esse tipo de gráfico é usado geralmente para identificar tendências de aumento ou diminuição de valores numéricos de uma variável: índices de audiência de programas de televisão, lucros de empresas, desempenho de atletas etc.

O gráfico poligonal é chamado também de *gráfico de linha*.

Bolsa de Valores – o comportamento do ano

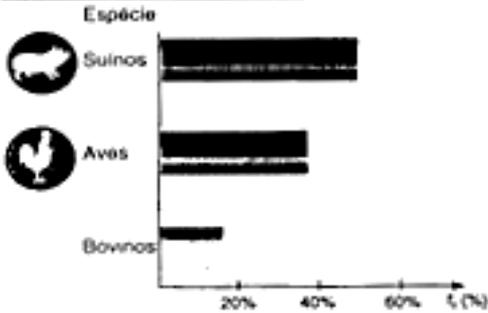
Base 100 = dez./1998



10. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DE GRÁFICOS

1) Observe o gráfico abaixo sobre abate de animais. Vamos responder às seguintes perguntas:

Abate de animais em um frigorífico



- Qual a porcentagem de animais abatidos de cada espécie?
- Supondo que a produção de carne bovina foi obtida de 20 mil animais, qual a quantidade de aves abatidas?

O gráfico ilustra a porcentagem de abate em 3 espécies de animais em um frigorífico.

Projetando cada barra no eixo horizontal vemos que foram abatidos 48% de suínos, 36% de aves e 16% de bovinos.

Para sabermos a quantidade de aves abatidas, temos:

$$\begin{array}{r} 20000 \text{ — } 16\% \\ x(\text{aves}) \text{ — } 36\% \end{array}$$

$$x = \frac{20000 \cdot 36}{16} \Rightarrow x = 45000$$

Portanto, foram abatidas 45 mil aves.

Veja, agora, outra situação:

- 2) Foi feita uma pesquisa com os 1200 alunos de uma escola sobre as atividades esportivas que gostariam de praticar. O resultado foi o seguinte:

ATIVIDADE ESPORTIVA	Nº DE ALUNOS
vôlei	600
basquete	180
futebol	120
natação	60
outras	240

Vamos construir o gráfico de setores correspondente a essa tabela.

Lembrando que uma circunferência tem 360°, podemos calcular, usando uma regra de três simples e direta, o ângulo central correspondente a cada uma das atividades escolhidas pelos alunos. Veja:

► VÔLEI

$$\begin{array}{r} 1200 \text{ — } 360^\circ \\ 600 \text{ — } V \\ \downarrow \\ V = \frac{600 \cdot 360^\circ}{1200} \Rightarrow V = 180^\circ \end{array}$$

► BASQUETE

$$\begin{array}{r} 1200 \text{ — } 360^\circ \\ 180 \text{ — } B \\ \downarrow \\ B = \frac{180 \cdot 360^\circ}{1200} \Rightarrow B = 54^\circ \end{array}$$

► FUTEBOL

$$\begin{array}{r} 1200 \text{ — } 360^\circ \\ 120 \text{ — } F \\ \downarrow \\ F = \frac{120 \cdot 360^\circ}{1200} \Rightarrow x = 36^\circ \end{array}$$

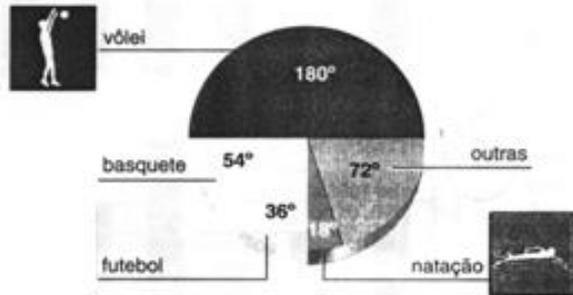
► NATAÇÃO

$$\begin{array}{r} 1200 \text{ — } 360^\circ \\ 60 \text{ — } N \\ \downarrow \\ x = \frac{60 \cdot 360^\circ}{1200} \Rightarrow x = 18^\circ \end{array}$$

► OUTRAS ATIVIDADES

$$\begin{array}{r} 1200 \text{ — } 360^\circ \\ 240 \text{ — } O \\ \downarrow \\ x = \frac{240 \cdot 360^\circ}{1200} \Rightarrow x = 72^\circ \end{array}$$

Uma vez calculados os ângulos de cada setor, basta demarcar as áreas no círculo, usando o transferidor. Assim:



Como as áreas de cada setor devem ser proporcionais às frequências relativas percentuais, é comum, nesse tipo de gráfico, as porcentagens virem expressas dentro dos setores. Veja a tabela abaixo.

ATIVIDADE ESPORTIVA	Nº DE ALUNOS (f _i)	f _r	f _r (%)
vôlei	600	0,50	50
basquete	180	0,15	15
futebol	120	0,10	10
natação	60	0,05	5
outras	240	0,20	20

Portanto:

Exemplo: Os alunos de uma amostra apresentaram as seguintes estaturas, em centímetros:

165	170	165	177
169	180	162	171
178	173	164	172
181	166	168	170

Vamos separar os elementos da amostra em quatro classes de mesma amplitude:

Classe (estatura em cm)	Frequência
[161,5, 165,5[4
[165,5, 171,5[6
[171,5, 176,5[2
[176,5, 181,5[4

► **NOTA:** Lembre-se que os extremos de classe não precisam ser, necessariamente, elementos da amostra. Começamos da medida 161,5 cm, mas poderíamos ter começado de outra medida, por exemplo, 161,9 cm ou de 162 cm, que é o menor elemento da amostra. Se você optar por começar de valores não pertencentes à amostra, procure sempre começar de um valor a menos.

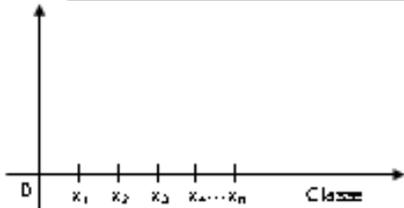
9. HISTOGRAMA

O **histograma** é um gráfico utilizado para representar uma distribuição de frequência em que as classes não são unitárias.

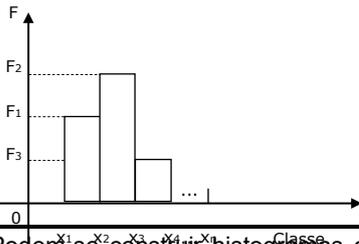
Veja, a seguir como esse gráfico é construído.

1º. Separam-se os elementos da amostra em classes de mesma amplitude e representam-se essas classes no eixo das abscissas:

Classe	Frequência
$[X_1, X_2[$	F_1
$[X_2, X_3[$	F_2
$[X_3, X_4[$	F_3
\vdots	\vdots
$[X_{n-1}, X_n]$	F_n



2º. Constroem-se retângulos cujas bases coincidem com as classes; a altura de cada retângulo representa a frequência da classe correspondente.



► **NOTA:** Podem-se construir histogramas com classes de amplitudes diferentes, porém, a altura de cada retângulo não representará a frequência da classe. Por isso, é mais usual adotar uma mesma amplitude para as classes.

Exemplo: Os alunos de uma amostra apresentaram as seguintes estaturas, em centímetros:

165	170	165	177
169	180	162	171
178	173	164	172
181	166	168	170

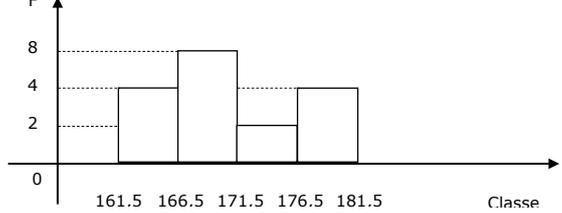
Vamos separar os elementos da amostra em quatro classes de mesma amplitude:

Classe (estatura em cm)	Frequência
$[161,5; 166,5[$	4
$[166,5; 171,5[$	6
$[171,5; 176,5[$	2
$[176,5; 181,5]$	4

► **NOTA:** Lembre-se que os extremos de classe não precisam ser, necessariamente, elementos da amostra. Começamos da medida 161,5 cm, mas poderíamos ter começado de outra medida, por

exemplo, 161,8 cm ou de 162 cm, que é o menor elemento da amostra. Se você optar por começar de valores não pertencentes à amostra, procure sempre começar de um valor a menos de uma unidade do menor elemento da amostra.

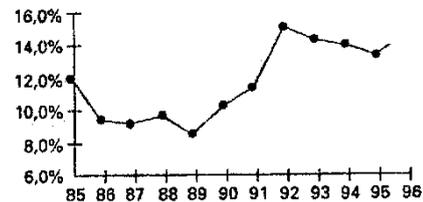
O histograma correspondente a essa distribuição é:



EXERCÍCIOS PROPOSTOS

01. Um estudo sobre o problema do desemprego na Grande São Paulo, no período 1985-1996, realizado pelo SEADE-DIEESE, apresentou o seguinte gráfico sobre taxa de desemprego.

MÉDIAS ANUAIS DA TAXA DE DESEMPREGO TOTAL GRANDE SÃO PAULO 1985-1996

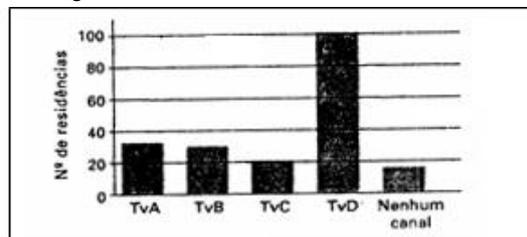


Fonte: SEP, Convênio SEADE-DIEESE

Pela análise do gráfico, é correto afirmar que, no período considerado:

- a) a maior taxa de desemprego foi de 14%.
- b) a taxa de desemprego no ano de 1995 foi a menor do período.
- c) a partir de 1992, a taxa de desemprego foi decrescente.
- d) no período 1985-1996, a taxa de desemprego esteve entre 8% e 16%.
- e) a taxa de desemprego foi crescente no período compreendido entre 1988 e 1991.

02. Uma pesquisa de opinião foi realizada para avaliar os níveis de audiência de alguns canais de televisão, entre 20h e 21h, durante uma determinada noite. Os resultados obtidos estão representados no gráfico de barras a seguir:



- I. O número de residências atingidas nessa pesquisa foi, aproximadamente, de:
 - a) 100
 - b) 135
 - c) 150
 - d) 200
 - e) 220
- II. A porcentagem de entrevistados que declararam estar assistindo à TvB é aproximadamente igual a:

- a) 15%
- b) 20%
- c) 22%
- d) 27%
- e) 30%
- (...)

MEDIDAS DE TENDÊNCIA CENTRAL (EM DADOS BRUTOS OU AGRUPADOS EM CLASSES): MÉDIA ARITMÉTICA, MÉDIA GEOMÉTRICA, MÉDIA PONDERADA, MODA E MEDIANA.

MEDIDAS ESTATÍSTICAS

1. INTRODUÇÃO

Dividindo a renda nacional anual de um país pelo número de habitantes, obtém-se a renda per capita, isto é, a renda por pessoa.

Supondo que a renda *per capita* de um país é de 5.000 dólares, pode-se concluir que a distribuição de renda nesse país é equitativa? É claro que não, pois pode-se ter, por exemplo, metade da população não ganhando nada, e cada cidadão da outra metade ganhando 10.000 dólares; a renda *per capita* continuaria sendo 5.000 dólares.

Esse exemplo ajuda a entender que é necessário mais de um parâmetro para avaliar a distribuição dos valores de uma amostra de números. Vamos estudar alguns desses parâmetros, denominados **medidas estatísticas**.

2. MEDIDAS DE POSIÇÃO

2.1 MÉDIA ARITMÉTICA (\bar{x})

Os conteúdos de 4 baldes de água são: 3l, 5l, 2l e 1l. Se toda essa água fosse distribuída igualmente entre esses baldes, com quantos litros de água ficaria cada um?

A quantidade de água de cada um seria razão da quantidade total de água para o número de baldes, isto é:

$$\frac{3+5+2+1}{4} \ell = 2,75\ell$$

O resultado 2,75l é chamado de **média aritmética** dos valores 3l, 5l, 2l e 1l.

Podemos entender a média aritmética de duas ou mais quantidades como sendo o valor que cada uma delas teria se, mantendo-se a soma delas, todas fossem iguais.

A média aritmética dos números $x_1, x_2, x_3, \dots, x_n$, que se indica por \bar{x} , é dada por:

$$\bar{x} = \frac{x_1 + x_2 + x_3 + \dots + x_n}{n}$$

ou, usando o símbolo de somatório:

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{n}$$

2.2 MÉDIA GEOMÉTRICA

A média geométrica entre um conjunto de n dados é a raiz n-ésima da multiplicação desses dados.

Considere um conjunto de n dados $(x_1, x_2, x_3, \dots, x_n)$. A média geométrica entre estes dados será:

$$\bar{X} = \sqrt[n]{x_1 \cdot x_2 \cdot x_3 \cdot \dots \cdot x_n}$$

Exemplo. Qual a média geométrica entre 2, 8 e 32?

Temos três dados, então a média geométrica será a raiz cúbica de 2.8.32:

$$\bar{X} = \sqrt[3]{2 \cdot 8 \cdot 32} = \sqrt[3]{512} = 8$$

A média geométrica de 2, 8 e 32 será igual a 8.

2.3 MÉDIA ARITMÉTICA PONDERADA

A média ponderada considera “pesos” para cada item, ou seja, em um conjunto de dados, cada item recebe uma importância. Vamos supor que tenhamos um conjunto com n dados $(x_1, x_2, x_3, \dots, x_n)$, onde cada dado receberá um peso, respectivamente $(p_1, p_2, p_3, \dots, p_n)$

Cada item será multiplicado pelo seu peso. A média será dada pela divisão entre esta soma e a soma dos pesos considerados. A média entre esses dados será representada por \bar{P} e será dada por:

Exemplo: Uma aluna fez uma prova e obteve nota 9.1 e um trabalho, com nota 8,7. A média considera que a prova tenha peso 6 e o trabalho peso 4. Assim, a média dessa aluna será:

$$\bar{P} = \frac{x_1p_1 + x_2p_2 + x_3p_3 + \dots + x_np_n}{p_1 + p_2 + p_3 + \dots + p_n}$$

A média dessa aluna será 8,94.

EXERCÍCIOS RESOLVIDOS

- 1) No ano 2000, o número de nascimentos, por mês, em uma maternidade foi:

MÊS	NASCIMENTO
Janeiro	38
Fevereiro	25
Março	42
Abril	30
Mai	29
Junho	47
Julho	18
Agosto	36
Setembro	38
Outubro	43
Novembro	49
Dezembro	37

- a) Calcule a média mensal de nascimentos.
- b) Em que meses o número de nascimentos ficou acima da média?

Solução:

- a) A média mensal de nascimentos em 12 meses é dada por:

$$\bar{x} = \frac{38+25+42+30+29+47+18+36+38+43+49+37}{12}$$

$$\bar{x} = \frac{432}{12} \Rightarrow \bar{x} = 36$$

Portanto a média de nascimentos foi de 36 nascimentos por mês.

12 Apostila CAIXA / CESGRANRIO 2024 - DEMONSTRAÇÃO

b) O número de nascimentos ficou acima da média nos seguintes meses: janeiro, março, junho, setembro, outubro, novembro e dezembro.

2) A classificação final para um determinado curso é a média ponderada das provas de capacidade geral, com peso 3, e das provas de capacidade específica, com peso 2. Nessas condições, qual é a classificação final de um aluno que obteve 162 pontos na prova de capacidade geral e 147 pontos na prova de capacidade específica?

A classificação final é obtida pela média ponderada:

$$\bar{x} = \frac{162 \cdot 3 + 147 \cdot 2}{3 + 2} = \frac{486 + 294}{5} = \frac{780}{5} = 156$$

Portanto, o aluno será classificado com 156 pontos.

3) O quadro de distribuição de frequências representa os salários mensais de 40 empregados de uma firma.

CLASSE (EM REAIS)	PONTO MÉDIO DA CLASSE (\bar{x}_i)	FREQUÊNCIA (f_i)
[180; 200[190	4
[200; 220[210	18
[220; 240[230	10
[240; 260[250	5
[260; 280[270	3

Calcule o salário médio mensal dos empregados dessa firma.

Quando os dados estão agrupados, aceita-se por convenção, que as frequências se distribuem uniformemente ao longo da classe e que, portanto, o ponto médio da classe é o valor representativo do conjunto.

Nesse caso, a média é calculada partindo-se do ponto médio da classe.

Para calcular o salário médio, devemos fazer

$$\bar{x} = \frac{190 \cdot 4 + 210 \cdot 18 + 230 \cdot 10 + 250 \cdot 5 + 270 \cdot 3}{4 + 18 + 10 + 5 + 3}$$

$$\bar{x} = \frac{760 + 3780 + 2300 + 1750 + 810}{40} \Rightarrow \bar{x} = \frac{8900}{40} = 222,50$$

Portanto, o salário médio é de R\$ 222,50.

2.4 MODA (MO)

Consideremos as idades, em anos, dos dez atletas que representaram o colégio nos últimos jogos interestaduais: 16, 19, 19, 22, 17, 19, 19, 17, 18, 18. A idade de maior frequência possível é 19 anos, por isso dizemos que a **moda** dessa amostra é 19 anos, e indicamos:

$$M_o = 19 \text{ anos}$$

Em uma amostra cujas frequências dos elementos **não** são todas iguais, chama-se **moda**, que se indica por **M_o**, todo elemento de maior frequência possível.

Exemplos:

1. Na amostra 3, 4, 7, 3, 7, 9, 7, temos:

$$M_o = 7$$

2. Na amostra 9, 9, 5, 7, 10, 2, 1, 10, temos duas modas (amostra bimodal):

$$M_o = 9 \text{ e } M'_o = 10$$

3. A amostra 1, 5, 7, 6, 45, 2, 0 não apresenta moda, pois todos os seus elementos têm a mesma frequência.

2.5 MEDIANA (MD)

As estaturas, em centímetros, dos cinco jogadores da equipe de basquetebol do nosso colégio são:

$$184; 179; 190; 181; 178$$

Dispondo essas estaturas em rol, temos:

$$178; 179; 181; 184; 190$$

O termo central desse rol é chamado de mediana da amostra. Indicando a mediana por M_d , temos:

$$M_d = 181 \text{ cm}$$

Dispondo em rol as notas da prova de história dos alunos de 1ª série B, temos:

$$2,0 \ 3,0 \ 4,0 \ 4,0 \ 4,5 \ 4,5 \ 5,0 \ 5,5 \ 5,5 \ 6,0 \ 6,5 \ 6,5 \ 6,5 \ 7,0 \ 7,5 \ 8,0 \ 8,0 \ 8,0 \ 8,0 \ 10,0$$



2.6 TERMOS CENTRAIS

Como o número de termos do rol é par, delinea-se a mediana da amostra como a média aritmética entre os termos centrais do rol, isto é:

$$M_d = \frac{6,0 + 6,5}{2} = 6,25$$

Consideremos n números dispostos em rol:

$$X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$$

Sendo n ímpar, chama-se **mediana (M_d)** o termo central desse rol, isto é, o termo X_i com:

$$i = \frac{n}{2}$$

Sendo n par, chama-se **mediana (M_d)** a média aritmética entre os termos centrais desse rol, isto é, a média aritmética entre os termos X_i e X_{i+1} com:

► **NOTA:** Para se determinar a mediana, a amostra pode ser colocada em rol do menor número para o maior, ou do maior para o menor. Nos dois róis o termo médio é o mesmo.

EXERCÍCIOS RESOLVIDOS

1. As marcas obtidas, em metros, pelos alunos numa prova de salto em distância foram as seguintes:

2,20	2,28	2,23	2,20	2,35	2,28	2,25	2,30	2,37
------	------	------	------	------	------	------	------	------

Calcule a média, a mediana e a moda dessa distribuição.

Fazendo a contagem, temos:

X_i	2,20	2,23	2,25	2,28	2,30	2,35	2,37	
f_i	2	1	1	2	1	1	1	$n = 9$

A média aritmética ponderada das marcas obtidas é dada por:

$$\bar{x} = \frac{2,20 \cdot 2 + 2,23 \cdot 1 + 2,25 \cdot 1 + 2,28 \cdot 2 + 2,30 \cdot 1 + 2,35 \cdot 1 + 2,37 \cdot 1}{2 + 1 + 1 + 2 + 1 + 1 + 1}$$

$$\bar{x} = \frac{20,46}{9} \Rightarrow \bar{x} \cong 2,27 \text{ m}$$

Como o número de dados é ímpar (9 dados), a mediana é o dado que ocupa a posição central do conjunto dos dados ordenados em ordem crescente.

$$2,20; 2,20; 2,23; 2,25 \quad 2,28 \quad 2,28; 2,30; 2,35; 2,37$$



4 dados



mediana



4 dados

Logo, $M_d = 2,28$.

A distribuição possui duas modas, que são os dados que mais se repetem (duas vezes cada um).

$$M_o = 2,20 \text{ e } M'_o = 2,28$$

2. O quadro de frequências, a seguir, refere-se às idades dos jogadores de basquete de um clube.

IDADE	NÚMERO DE JOGADORES
x_i	f_i
13	6
14	12
15	15
20	24
23	9

Qual será a mediana dos dados nesse caso?

Vamos calcular, inicialmente, o número de dados:

$$6 + 12 + 15 + 24 + 9 = 66$$

Temos, portanto, um número par de dados. Vamos, então, determinar as ordens dos dois termos centrais:

$1^\circ, 2^\circ, \dots$	$33^\circ, 34^\circ$	$\dots, 65^\circ, 66^\circ$
↓	↓	↓
32 dados	termos centrais	32 dados

Observando o quadro, notamos que a 33ª posição (6 + 12 + 15 = 33) é ocupada pelo valor 15 que a 34ª posição é ocupada pelo valor 20.

Assim, a mediana é dada por:

$$M_d = \frac{15 + 20}{2} = \frac{35}{2} = 17,5$$

A mediana é igual a 17,5.

3. MEDIDAS DE DISPERSÃO

(...)

COMPORTAMENTOS ÉTICOS E COMPLIANCE

Teoria, dicas e questões de provas

Danile Menezes

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

- 1 - Prevenção à lavagem de dinheiro: Lei nº 9.613/98 e suas alterações.....**33**
- Circular nº 3.978, de 23 de janeiro de 2020.....**38**
- Carta Circular nº 4.001, de 29 de janeiro de 2020 e suas alterações.....**47**
- Resolução CVM 50/2021.**50**
- 2 - Conceitos e medidas de enfrentamento ao assédio moral e sexual.**50**
- 3 - Atitudes éticas, respeito, valores e virtudes**1**
- Noções de ética empresarial e profissional.**3**
- A gestão da ética nas empresas públicas e privadas. **5**
- Código de Ética, Conduta e integridade da CAIXA**9**
- 4 - Segurança da informação: fundamentos, conceitos e mecanismos de segurança; Segurança cibernética: Resolução CMN nº 4893, de 26 de fevereiro de 2021. .**59**
- 5 - Artigo 37 da Constituição Federal (Princípios constitucionais da Administração Pública: Princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência).**52**

- 6 - Sigilo Bancário: Lei Complementar nº 105/2001 e suas alterações.**54**
- 7 - Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD): Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018 e suas alterações.**56**
- 8 - Legislação anticorrupção: Lei nº 12.846/2013 e Decreto Nº 11.129, de 11 de julho de 2022.**56**
- 9 - Política de Responsabilidade Socioambiental da Caixa Econômica Federal (disponível no sítio da CAIXA na internet).**30**
- 10 - Boas práticas de governança corporativa.**24**

ATITUDES ÉTICAS, RESPEITO, VALORES E VIRTUDES

1. ÉTICA

Segundo Arruda (2011), a palavra ética tem origem no grego *éthos*, que significa "caráter". Trata-se da parte da filosofia que estuda a moralidade das ações humanas.

São elementos essenciais os quais deverão ser ponderados, para que uma conduta possa ser considerada ética: ação, intenção e circunstâncias. (FUMARC - PRODEMG - Analista de Gestão Administrativa/2011)

A **ética** é uma ciência de estudo da filosofia e, durante toda a história, vários pensadores se ocuparam de entendê-la, visando à melhoria nas relações sociais. As normas éticas revelam a melhor forma de o homem agir durante o seu relacionamento com a sociedade e em relação a si mesmo.

Ética é a **parte da filosofia** que estuda os fundamentos da moral e os princípios ideais da conduta humana. (CESPE - 2013 – INPI).

Sócrates, considerado o pai da filosofia, relaciona o agir moral com a sabedoria, afirmando que só quem tem conhecimento pode ver com clareza o melhor modo de agir em cada situação.

Assim como a teoria socrática, várias outras foram formuladas por meio da história, contribuindo de alguma forma para a melhoria do agir humano e, conseqüentemente, para o convívio social.

Ética é a ciência do comportamento moral dos homens em sociedade.

Ética, do latim *ethica*, provém do grego "Ethikos", cujo significado é "caráter".

A Ética é ciência porque tem:

- objeto de estudo (**a moral**, moral positiva, o bem);
- e método próprio.

Ética é o conjunto de normas de comportamento e formas de vida através do qual o homem tende a realizar o valor do bem.

A **Ética** pode ser entendida ainda como **um conjunto de valores morais e princípios que norteiam a conduta humana na sociedade**. A ética serve para que haja um equilíbrio e bom funcionamento social, possibilitando que ninguém saia prejudicado. Neste sentido, a ética, embora não possa ser confundida com as leis, está relacionada com o sentimento de justiça social.

A ética refere-se a um conjunto de conhecimentos advindos da análise do comportamento humano e dos valores morais, enquanto a moral tem por base as regras, a cultura e os costumes seguidos ordinariamente pelo homem. (CESPE – DEPEN/2013)

Lei de Ouro da Ética: Não faça ao outro o que não queres que o outro faça a ti (atitude passiva). Faça ao outro o que queres que o outro faça a ti (Atitude pró-ativa).

Ramos da Ética:

-**Deontologia:** Ramo da ética que trata dos deveres (ex.: códigos de ética).

-**Diceologia:** Ramo da ética que cuida dos direitos.

Estudo da Ética

A ética estuda a moral, e determina o que é bom, e a partir deste ponto de vista, como se deve agir. Ou seja, é a teoria ou a ciência do comportamento moral.

Segundo o Dicionário Aurélio, **Ética** é o "estudo dos juízos de apreciação referentes à conduta humana suscetível de qualificação do ponto de vista do bem e do mal, seja relativamente a determinada sociedade, seja de modo absoluto". **A Ética está intimamente ligada à moral.**

CUIDADO: Ética e Moral **não são sinônimos.**

Diante de um problema, a **decisão ética** pode ser tomada sob uma abordagem utilitarista, individualista, dos direitos morais e da justiça:

- a) **Utilitarismo:** Basicamente, significa tomar a decisão que traga o maior bem para o maior número de pessoas, ou seja, para a coletividade.
- b) **Individualismo:** considera que as ações são morais quando promovem os interesses individuais a longo tempo e, em última instância, o maior bem.
- c) **Direitos Morais:** Os indivíduos têm direitos e liberdades fundamentais, que não podem ser retiradas por uma decisão: livre consentimento, privacidade, liberdade de consciência, liberdade de expressão, direito a tratamento imparcial e justo e direito à vida e segurança.
- d) **Justiça:** pauta-se estritamente por princípios de justiça, sendo um conceito ético de que as decisões morais são pautadas pela verdade e pela lei, com integridade, equidade, impessoalidade e imparcialidade.

Como o assunto foi cobrado na prova: Quando as decisões morais são baseadas nos padrões de equidade, justiça e imparcialidade, a ética pode diferenciar substantivamente as pessoas em relação às suas características particulares, mediante a explicitação clara de regras de conduta. (CESPE - 2013 - CNJ - Analista Judiciário) (Certo)

2. MORAL

O termo moral deriva do latim — mos —, e significa costumes. A moral é a "ferramenta" de trabalho da ética. Sem os juízos de valor aplicados pela moral, seria impossível determinar se a ação do homem é boa ou má.

Segundo o Dicionário Aurélio, **moral** é um "Conjunto de regras de conduta considerados como válidas, quer de modo absoluto para qualquer tempo ou lugar, quer para grupo ou pessoa determinada".

A **moral** é, basicamente, uma ordenação, uma hierarquia de valores. Assim, a moral orienta os posicionamentos que assumimos em função das decisões que tomamos em nossa vida e que de alguma maneira afetam a sociedade como um todo.

A **ética** vai além da moral: procura os princípios fundamentais do comportamento humano (J. R. Nalini).

A **moral é mutável** e varia de acordo com o desenvolvimento de cada sociedade. Ela norteia os valores éticos na Administração Pública. (IADES - 2011 - PG-DF - Técnico Jurídico)

Apresentamos abaixo um **quadro comparativo entre ética e moral:**

Ética = consciência	Moral => Regras sociais
É Teoria	É prática
É princípio	É conduta específica
É permanente	É temporal
É universal	É cultural
É regra	É conduta de regra
É reflexão	É ação

3. ÉTICA, MORAL E DIREITO

A palavra "**ética**" é derivada do grego e significa **aquilo que pertence ao caráter**. Moral deriva do latim mores, "relativo aos costumes".

Moral é um conjunto de regras no convívio. O seu campo de aplicação é maior do que o campo do Direito. Nem todas as regras Morais são regras jurídicas. O campo da moral é mais amplo. A semelhança que o Direito tem com a Moral é que ambas são formas de controle social.

Ética uma área de estudo no campo da Filosofia que busca refletir sobre as atitudes das pessoas. Consiste na ciência do comportamento moral dos homens em sociedade. A **moral** é o objeto de estudo da ética.

NÃO ESQUEÇA!! A **ÉTICA** refere-se a um conjunto de conhecimentos advindos da análise do comportamento humano e dos **valores morais**, enquanto a **MORAL** tem por base as **regras, a cultura e os costumes** seguidos ordinariamente pelo homem. Assim, podemos concluir que a ética é uma ciência sobre o comportamento moral dos homens em sociedade e está relacionada à filosofia.

Direito: O direito também tem muito a ver com a moral e com a ética. A relação do Direito com a moral existe fortemente porque o Direito surge pela sistematização da lei, e a lei, por sua vez, surge justamente pela concretização normativa de um costume, que é um princípio moral aceito pela sociedade.

4. PRINCÍPIOS E VALORES.

PRINCÍPIOS

"Princípios são normas imediatamente finalísticas, primariamente prospectivas e com pretensão de complementaridade e de parcialidade, para cuja aplicação se demanda uma avaliação da correlação entre o estado de coisas a ser promovido e os efeitos decorrentes da conduta havida como necessária à sua promoção" (Humberto Ávila)

O princípio ético é a consciência da obrigação de ser justo, respeitar todas as determinações legais e fazer todo o possível para garantir às outras pessoas os direitos fundamentais à vida, à liberdade e à dignidade. A ética é, então, o resultado da soma entre os valores e os princípios éticos.

No âmbito da ética no serviço público, além dos princípios basilares da Administração (**LIMPE** = Legalidade, Impessoalidade, Moralidade, Publicidade e Eficiência), temos:

- Dignidade
- Decoro
- Zelo
- Eficácia
- Consciência dos princípios morais

ATENÇÃO!! Não há hierarquia entre os princípios.

Os princípios e valores fundamentais da conduta ética do servidor público

- I - boa-fé;
- II - honestidade;
- III - fidelidade ao interesse público;
- IV - impessoalidade;
- V - dignidade e decoro no exercício de suas funções;
- VI - lealdade às instituições;
- VII - cortesia;
- VIII - transparência;
- IX - eficiência;
- X - presteza e tempestividade;
- XI - respeito à hierarquia administrativa;
- XII - assiduidade; e
- XIII - pontualidade.

Regras fundamentais da moralidade comum:

Relacionamos abaixo as **regras fundamentais da moralidade comum**:

- Princípio de cumprir a promessa: a maioria das pessoas, na maioria das vezes, deve cumprir suas promessas.
- Princípio da não-malevolência: a maioria das pessoas, na maioria das vezes, não deve causar danos físicos a outras pessoas.
- Princípio da ajuda mútua: indivíduos devem ajudar outros em necessidade se essa ajuda não tiver um custo excessivo.
- Princípio do respeito pelas pessoas: a maioria das pessoas, na maioria do tempo, deve tratar os outros como indivíduos dignos e autônomos. Ou seja, as pessoas não devem ser “usadas” por outras.
- Princípio do respeito à propriedade: os direitos de propriedade, dependendo dos contratos e das leis, devem ser respeitados pela maioria das pessoas na maior parte do tempo.

Além dos **princípios gerais** que norteiam o bom funcionamento social, existe também a ética de determinados grupos ou locais específicos. Neste sentido, podemos citar: ética médica, ética profissional (trabalho), ética empresarial, ética educacional, ética nos esportes, ética jornalística, ética na política etc.

5. VIRTUDE

É a capacidade de ação.

De acordo com Aristóteles, a vida feliz consiste em viver conforme a virtude. As virtudes são os princípios e valores que devem presidir o relacionamento e a vida humana em todos os seus âmbitos.

Assim, a moral e a ética podem contribuir para o controle social. Valores e virtudes morais dizem respeito ao comportamento humano visto do ângulo interno.

6. VALORES ÉTICOS

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.

A palavra valor pode significar merecimento, talento, reputação, coragem e valentia. Assim, podemos afirmar que os valores humanos são valores morais que afetam a conduta

das pessoas. Esses valores morais podem também ser considerados valores sociais e éticos, e constituem um conjunto de regras estabelecidas para uma convivência saudável dentro de uma sociedade.

No contexto de servidor público, temos como parâmetro de valores éticos, nos termos do Decreto nº 1.171/94 - Código de Ética Profissional do Servidor Público Civil do Poder Executivo Federal – os princípios previstos na seção I de ser anexo, os quais serão analisados mais adiante.

7. RESPEITO

Um outro valor é o respeito. De acordo com Aristóteles (1991, p. 159), o “respeito é a virtude, quer natural, quer produzida pelo hábito. Um homem assim é, pois, temperante, e o seu contrário é o intemperante”. O respeito é um valor fundamental nas relações sociais, que precisa prevalecer independente das características físicas, condições sociais, da cultura de cada um e entre outros. Assim sendo, ele se faz presente todos os dias, nas relações interpessoais e também nas relações que se fazem presentes na sociedade. Além disso, mais um valor ético é a verdade. Nesta abordagem, para se ter uma sociedade mais justa, livre, é necessário esclarecer fatos e trabalhar com verdades. Essa é a afirmação de algo real, e para se chegar a fatos concretos, é preciso se basear em fatos e conclusões bem pensadas, principalmente, o fato de ser justo com todos a sua volta.

ÉTICA APLICADA**1. NOÇÕES DE ÉTICA EMPRESARIAL**

A **ética empresarial** é o ramo da ética diretamente ligado às empresas, que é referente à **conduta ética das empresas**, ou seja, à forma moralmente correta com que as empresas interagem com o seu meio envolvente.

A ética em si é referente à teoria da ação justa e moral, tendo frequentemente um significado equivalente ao da filosofia moral. A ética também tem como função descobrir as concepções dominantes da moralidade e a origem desta. O núcleo fundamental da ética descritiva é a análise da experiência moral (consciência moral, dever, responsabilidade, decisão etc) e dos tipos de ação que correspondem aos diversos valores particulares (ética do trabalho, da intenção, da responsabilidade, do êxito, etc.).

Da mesma forma que a ética estabelece as leis que determinam a conduta moral da vida pessoal e coletiva, a ética empresarial determina a conduta moral de uma empresa, seja ela pública ou privada.

>ÉTICA PROFISSIONAL é o conjunto de princípios que regem a conduta funcional de uma determinada profissão. Dessa maneira, cada pessoa deve proceder de acordo com os princípios éticos. Cada profissão, porém, exige de quem a exerce, além dos princípios éticos comuns a todos os homens, procedimento ético de acordo com a profissão. Exemplo: sigilo do médico, do padre, do terapeuta.

>ÉTICA EMPRESARIAL refere-se e atinge as empresas e organizações, pois estas necessitam desenvolver-se de tal forma que a ética, a conduta ética de seus integrantes, bem como os valores e convicções primários da organização se tornem parte de sua cultura.

>A ÉTICA EMPRESARIAL pode ser entendida como um valor da organização que assegura sua sobrevivência, sua reputação e,

consequentemente, seus bons resultados. Para Moreira, a ética empresarial é "o comportamento da empresa- entidade lucrativa - quando ela age de conformidade com os princípios morais e as regras do bem proceder aceitas pela coletividade (regras éticas).

A ética empresarial fortalece uma empresa, melhorando a sua reputação e tendo também um impacto positivo nos seus resultados. Uma empresa que cumpre determinados padrões éticos vai crescer, e vai favorecer a sociedade, os seus fornecedores, clientes, funcionários, sócios e até mesmo o governo. A ética empresarial é uma prática essencial de uma empresa, assim como a **responsabilidade social e responsabilidade socioambiental**.

Um dos grandes benefícios da ética empresarial é que ela é reconhecida e valorizada pelo cliente, sendo estabelecida uma relação de confiança. Essa relação, baseada na satisfação do cliente, vai originar lucro para a empresa, ajudando a que ela cumpra os seus objetivos. No entanto, a confiança com o cliente é uma coisa que demora algum tempo a conseguir, e pode ser perdida com algum erro cometido a nível empresarial.

A ética empresarial é a razão de ser de uma empresa, e as empresas que não funcionam de forma ética, por exemplo, tentando ganhar dinheiro fácil enganando os clientes, estão condenadas ao fracasso.

Ética empresarial e Responsabilidade Social

As empresas de sucesso e em crescimento são empresas que têm uma forte noção de responsabilidade social, criando muitas vezes programas para essa área. A responsabilidade social é um fruto do comportamento ético, e demonstra que a empresa se importa, que é solidária e que não tem medo de se comprometer com causas sociais. Assim, ética e responsabilidade social muitas vezes andam de mãos dadas, e são uma estratégia de expansão de negócios.

Responsabilidade Social:

- Diz respeito ao cumprimento de deveres e obrigações dos indivíduos e empresas para com a sociedade em geral;
- Para alguns sociólogos a responsabilidade social é a forma de retribuir a alguém, por algo alcançado ou permitido, modificando hábitos e costumes ou perfil do sujeito ou local que recebe o impacto.
- A **Responsabilidade Social Corporativa** pode ser entendida como o conjunto amplo de ações que beneficiam a sociedade e as corporações que são tomadas pelas empresas, levando em consideração a educação, economia, meio-ambiente, saúde, transporte, moradia, atividades locais e governos.

Os 4 tipos de Responsabilidade Social da empresa

De acordo com o modelo piramidal de Archie Carrol (citado em Daff, 1999), a responsabilidade social da empresa pode ser subdividida em quatro tipos: econômica, legal, ético e discricionário (ou filantrópico). A figura 1 apresenta este modelo, onde "(...) as responsabilidades são ordenadas da base para o topo em função de sua magnitude relativa e da frequência dentro da qual os gerentes lidam com cada aspecto"(Daft, 199, p.90).

A seguir são apresentados os conceitos referentes a cada uma destas responsabilidades:

Responsabilidades Econômica: localiza-se na base da pirâmide, pois é o principal tipo de responsabilidade social encontrada nas empresas,

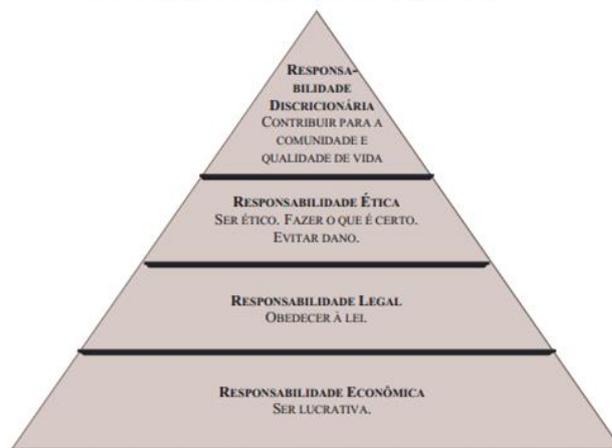
sendo os lucros e maior razão pela qual as empresas existem. Ter responsabilidade econômica significa produzir bens e serviços de a sociedade necessita, e quer, a um preço que possa garantir a continuação das atividades da empresa, de forma a satisfazer suas obrigações com os investidores e maximizar os lucros para seus proprietários e acionista. Segundo Friedma (citado em Daft, 199, p.90), esta abordagem significa que o ganho econômico é a única responsabilidade social.

Responsabilidade legal: define o que a sociedade considera importante com respeito ao comportamento adequado da empresa. Ou seja, espere-se das empresas que atendam às metas econômicas dentro da estrutura legal e das exigências legais, que são impostas pelos conselhos locais das cidades, assembleias legislativas estaduais e agência de regulamentação do governo federal. No mínimo, espera-se que as empresas sejam responsáveis pela observância das leis municipais, estaduais e federais, por parte dos seus funcionários (Daft, 1999, p.90-91).

Responsabilidade ética: inclui comportamentos ou atividades que a sociedade espera das empresas, mas que não necessariamente codificados na lei e podem não servir aos interesses econômicos diretos da empresa (Daft, 1999, p.91). O comportamento antiético, que ocorre quando decisões permitem a um indivíduo ou empresa obter ganhos a custa da sociedade, deve ser eliminado. Para serem éticos, os tomadores de decisão das empresas devem agir com equidade, justiça e imparcialidade, além de respeitar os direitos individuais.

Responsabilidade discricionária ou filantrópica: é puramente voluntária e orientada pelo desejo da empresa em fazer uma contribuição social não imposta pela economia, pela lei ou pela ética (Daft, 1999, p.91). A atividade discricionária incluir: fazer doações a obras beneficentes: contribuir financeiramente para projetos comunitários ou para instituições de caridade que não oferecem retornos para a empresa e nem mesmo são esperados.

Figura 1 - Os quatro tipos de responsabilidade social
Total Responsabilidade Social da Organização



Fontes: Archie B. Carroll, "A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance," *Academy of Management Review* 4 (1979), 499; e "The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Corporate Stakeholders," *Business Horizons* 34 (julho-agosto de 1991), 42 citado em DAFT, Richard L., "Administração", p. 90 (1999).

2. NOÇÕES DE ÉTICA PROFISSIONAL

Ética profissional pode ser entendida como o conjunto de normas morais pelas quais o indivíduo deve orientar seu comportamento na profissão que exerce. A Ética é de fundamental importância em todas as profissões, e para todo ser humano, para que possamos viver relativamente bem em sociedade. Com o crescimento desenfreado do mundo globalizado, muitas das vezes deixamos nos levar pela pressão exercida em busca de produção, pois o mercado de trabalho está cada vez mais competitivo e exigente, e as vezes não nos deixa tempo para refletir sobre nossas atitudes. Temos que ter a consciência de que nossos atos podem influenciar na vida dos outros e que nossa liberdade acarreta em responsabilidade. De forma ampla a Ética é definida como a explicitação teórica do fundamento último do agir humano na busca do bem comum e da realização individual.

A ética profissional deve funcionar como a ação “reguladora” da ética agindo no desempenho das profissões, fazendo com que o profissional respeite seu semelhante quando no exercício da sua profissão.

A ética profissional estuda e regula o relacionamento do profissional com sua clientela, visando a dignidade humana e a construção do bem-estar no contexto sócio-cultural onde exerce sua profissão.

Ela atinge todas as profissões a partir de estatutos e códigos específicos.

A ética é indispensável ao profissional porque na ação humana “o fazer” e o “agir” estão interligados. O fazer diz respeito à competência, à eficiência que todo profissional deve possuir para exercer bem a sua profissão. O agir se refere à conduta do profissional, ao conjunto de atitudes que deve assumir no desempenho de sua profissão.

Segundo o consultor Clauss Moller as **principais virtudes profissionais que deve caracterizar os recursos humanos** são:

- ✓ **Responsabilidade:** o senso de responsabilidade é o elemento fundamental da empregabilidade. Uma pessoa que sinta responsável pelos resultados da equipe terá maior probabilidade de agir de maneira mais favorável aos interesses da equipe e de seus clientes, dentro e fora da organização.
- ✓ **Lealdade:** um funcionário leal se alegra quando a organização ou seu departamento é bem-sucedido, defende a organização, tomando medidas concretas quando ela é ameaçada, tem orgulho de fazer parte da empresa, fala positivamente sobre ela e a defende contra críticas.
- ✓ **Iniciativa:** tomar iniciativa não quer dizer apenas iniciar um projeto de interesse da organização ou da equipe, mas também assumir responsabilidade por sua implementação e complementação.

Código de Ética Profissional: é uma espécie de contrato de classe e os órgãos de fiscalização do exercício da profissão passam a controlar a execução de tal peça magna. Tem como base as virtudes que devem ser exigíveis e respeitadas no exercício da profissão, abrangendo o relacionamento com usuários, colegas de profissão, classe e sociedade.

2.3. O PADRÃO ÉTICO NO SERVIÇO PÚBLICO

O Padrão Ético a ser seguido no Serviço Público decorre de seu caráter PÚBLICO e de sua relação com o público. O serviço público está baseado na confiança que lhe foi depositada pela sociedade.

Os padrões éticos são necessários para manter o mínimo de coesão e estabilidade na comunidade. No caso

específico do serviço público, o padrão é requisito para garantir a confiança do público. Existe uma relação entre a confiança depositada e a eficiência e eficácia do serviço prestado.

Valores Éticos: Dignidade, decoro, honestidade, zelo e eficácia. O bem comum como fim da Administração. Não falsear a verdade. Cortesia e boa vontade com o cidadão. Respeito aos usuários do Serviço Público.

Deveres do Servidor: Ser assíduo e frequente. Manter limpo o local de trabalho. Comunicar aos superiores ato ou fato contrário ao interesse público. Manter-se atualizado com as instruções, normas de serviço e legislação. Facilitar as fiscalizações dos atos ou serviços. Exercer sua função com finalidade condizente com o interesse público.

Vedações ao Servidor: Uso da função para obter qualquer favorecimento. Prejudicar a reputação de servidor ou cidadão. Usar de artifícios para retardar atos de sua alçada. Permitir que amizades, simpatias, interesses de ordem pessoal interfiram no trato com o público. Pleitear ou sugerir ajuda financeira. Alterar ou deturpar o teor de documentos. Desviar servidor para atender interesse particular. Fazer uso de informações privilegiadas em benefício próprio ou de terceiros. Ligar seu nome a empreendimento duvidoso.

Condutas que violam valores éticos:

- ✓ Uso indevido do cargo público;
- ✓ Enriquecimento ilícito no exercício da função;
- ✓ Tráfico de influência;
- ✓ Violação de sigilo;
- ✓ Uso indevido de informação privilegiada;
- ✓ Prestação de assessoria a entidade privada;
- ✓ Atividade paralela à do serviço público;
- ✓ Não evitar situações de conflito de interesses;
- ✓ Recebimento de presente;
- ✓ Parcialidade;
- ✓ Uso de bens públicos em atividade privada;
- ✓ Uso de servidores públicos em atividade particular;
- ✓ Abuso de autoridade.

A GESTÃO DA ÉTICA NAS EMPRESAS PÚBLICAS E PRIVADAS; CONFLITO DE INTERESSES.**A GESTÃO DA ÉTICA NAS EMPRESAS PÚBLICAS E PRIVADAS**

(...)

CÓDIGO DE ÉTICA, CONDUTA E INTEGRIDADE DA CAIXA**1 OBJETIVO**

1.1 Sistematizar os valores éticos que devem nortear a condução dos negócios do Conglomerado CAIXA e orientar as ações e o relacionamento com os interlocutores internos e externos;

1.2 Nortear o comportamento dos agentes públicos na execução das atividades administrativas e negócios realizados em nome da CAIXA, em suas dependências ou fora delas;

1.3 Resguardar a imagem institucional e a reputação dos agentes públicos, cujas condutas estejam de acordo com as normas estabelecidas neste Código e nos demais normativos;

1.4 Servir como instrumento de consulta destinado a possibilitar o prévio e pronto esclarecimento de dúvidas quanto à conduta ética exigida;

1.5 Tornar claras as regras éticas de conduta dos agentes públicos para que a sociedade possa aferir a integridade e a lisura do processo decisório no Conglomerado CAIXA;

1.6 Contribuir para o aperfeiçoamento dos padrões éticos do Conglomerado CAIXA, a partir do exemplo dado pelas autoridades de nível hierárquico superior;

1.7 Estabelecer regras básicas para prevenir situações que possam suscitar conflitos entre os interesses públicos e privados e limitações às atividades profissionais paralelas e posteriores ao exercício de cargo;

1.8 Estabelecer regras e normas que possibilitem a fundamentação das decisões da Comissão de Ética da CAIXA, da Comissão de Prevenção ao Conflito de Interesses da CAIXA e, quando o caso, a abertura e instrução de processos administrativos disciplinares.

1.9 Estabelecer diretrizes para prevenção e correção, de modo a mitigar o risco de envolvimento dos colaboradores, fornecedores e parceiros do conglomerado CAIXA em atos de corrupção.

1.10 Promover o fortalecimento do Programa de Integridade da CAIXA, conforme OR142.

2 DEFINIÇÕES

2.1 Siglas:

•ANBIMA – Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais. É a representante das instituições que atuam nos mercados financeiro e de capitais. Atua como agente regulador privado e supervisiona o cumprimento das regras dos Códigos de Regulação e Melhores Práticas da ANBIMA e suas deliberações, que podem ser consultados no endereço www.anbima.com.br;

•BACEN – Banco Central do Brasil;

•CCAAF – Código de Conduta da Alta Administração Federal

•CEP – Comissão de Ética Pública;

•CETIP – Balcão Organizado de Ativos e Derivativos

•CGU – Controladoria-Geral da União;

•CMN – Conselho Monetário Nacional;

•CVM – Comissão de Valores Mobiliários;

•FUNCEF – Fundação dos Economistas Federais;

•IPHAN – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional;

•PLD - Prevenção à Lavagem de Dinheiro;

•PREVIC – Superintendência Nacional de Previdência Complementar;

•SeCI – Sistema Eletrônico de Prevenção de Conflito de Interesses;

•SR – Superintendência Regional;

•STF – Supremo Tribunal Federal;

•SUSEP – Superintendência de Seguros Privados;

•TCU – Tribunal de Contas da União.

2.2 Conceitos:

(...)

BOAS PRÁTICAS DE GOVERNANÇA CORPORATIVA.

O termo governança se refere ao processo de direção e controle realizado pelo governo, pelo mercado ou por redes, sobre qualquer tipo de organização (públicas ou privadas/formais ou informais), sistema, território etc. (BEVIR,

2012, p. 1). A governança está relacionada a quaisquer processos de coordenação social, razão pela qual não se limita à forma hierárquica e verticalizada, baseada no controle direto e formal, típico do governo do Estado. Os mercados (sistemas de competição) e as redes (sistemas de cooperação) são exemplos de estruturas de governança que decidem e coordenam as ações sociais sem a necessidade de controles hierárquicos (WILLIAMSON, 1985; POWELL, 1990).

Quadro 3 – Definições de governança dos organismos internacionais

Ano	Organismos internacionais	Definições
1992	Banco Mundial (WBG)	É o método pelo qual o poder é exercido na gestão dos recursos políticos, econômicos e sociais para o desenvolvimento.
1995	Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE)	É o uso da autoridade política e o exercício do controle na sociedade em relação à gestão de seus recursos para o desenvolvimento social e econômico.
1997	Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (UNDP)	É o exercício da autoridade econômica, política e administrativa para gerir os assuntos de um país em todos os níveis. Isso envolve os mecanismos, processos e instituições pela qual os cidadãos e os grupos articulam seus interesses, exercem seus direitos, cumprem suas obrigações e mediam suas diferenças.

Fonte: WBG (1992, p. 1), OCDE (1995, p. 14) e UNDP (1997, p. iv).

GOVERNANÇA CORPORATIVA

A governança corporativa ou das sociedades é o sistema pelo qual as sociedades (empresariais, civis, públicas) são dirigidas e controladas, com a finalidade de promover valor aos proprietários (shareholder) e/ou partes interessadas (stakeholders) e assegurar a sua sustentabilidade (IBGC, 2018).

A governança compreende a garantia dos direitos das partes proprietárias e interessadas, a estrutura de poder e de relações entre seus órgãos e o sistema normativo que rege as relações internas e externas das sociedades (ROSSETTI; ANDRADE, 2016, p. 138).

A governança está centrada nos processos de direção e controle das organizações, abordando a distribuição de direitos e responsabilidades entre seus integrantes, as regras e procedimentos para tomada de decisão e a definição dos meios para alcançar os objetivos e os instrumentos para controlar o desempenho (OCDE, 1999; CADBURY COMMITTEE, 1992; SHLEIFER, VISHNY, 1997).

• Os modos da governança corporativa

Tradicionalmente, o modo de governança adotado pelas corporações é o hierárquico, em que uma unidade superior dirige e controla as unidades subordinadas de forma a garantir a persecução dos objetivos organizacionais e assegurar os direitos dos proprietários. No topo dessa estrutura hierárquica são instituídos órgãos diretivos e supervisores centralizados, na forma de conselhos. O conselho exerce o controle hierárquico sobre toda a organização, geralmente, sendo atribuído como sua competência:

- atender os requisitos legais e estatutários;
- equilibrar os interesses dos proprietários, gestores e outras partes interessadas;
- definir e dar cumprimento ao propósito organizacional (missão, visão, valores);
- homologar as estratégias corporativas a serem observada pelos diretores;
- supervisionar a gestão de riscos;
- realizar a seleção e contratação dos gestores de alto escalão (diretores);
- definir e monitorar o cumprimento dos códigos de boas práticas;
- responsabilizar os gestores por seus resultados (desempenho) e ações (conformidade);
- homologar as diretrizes de auditoria e escolher a auditoria externa; e
- autorizar investimentos e deliberar sobre a estrutura de capital e a destinação dos resultados (ROSSETTI; ANDRADE, 2016, p. 287).

Quadro 1 – Tipologia dos modos de governança

	Hierarquias	Mercados	Redes
Governança	autoridade	preços	confiança
Relação entre membros	emprego	contrato	troca de recursos
Grau de dependência entre membros	dependente	independente	interdependente
Meios de resolução de conflito e coordenação	regras e comandos	barganha	diplomacia
Cultura	subordinação	competição	reciprocidade

Quadro 4 – Princípios da boa governança

Transparência (openness)	A transparência é necessária para assegurar que as partes interessadas tenham confiança no processo decisório e ações das agências públicas na gestão de suas atividades e nos agentes dentro delas. Ser transparente por meio de consulta às partes interessadas e comunicação completa e acurada da informação permite a ação tempestiva e efetiva e promove o seu necessário escrutínio público.
Integridade (Integrity)	A integridade envolve uma negociação direta e confiável, baseada na honestidade e na objetividade, protegida por padrões elevados de probidade na aplicação dos recursos públicos e gestão dos assuntos de interesse público. Depende da efetividade do referencial de controle e do profissionalismo dos agentes que integram essas entidades. Está refletida nos procedimentos decisórios e na qualidade de seus relatórios financeiros e de desempenho.

Responsividade (Accountability)

A responsividade é o processo por meio do qual as agências públicas e os agentes dentro delas são chamados à responsabilidade por suas ações e decisões, incluindo a aplicação dos recursos públicos e todos os demais aspectos de desempenho, submetendo-se ao escrutínio público. Isto é alcançado quando todas as partes têm um claro entendimento de suas responsabilidades e dispõem de papéis bem definidos dentro de um determinado processo organizacional. É, de fato, a obrigação do agente de responder pela responsabilidade que lhe foi conferida.

Fonte: (IFAC, 2001, p. 12).

A implantação da governança corporativa pode ser realizada em 6 etapas principais:

1. Estruturação hierárquica: a hierarquia da empresa necessita de consolidação, ou seja, é essencial definir responsabilidades sobre gestão, tomada de decisões e monitoramento das áreas internas para garantir uma estrutura clara e confiável;

2. Conselho Administrativo: a atuação do CA deve ser independente da cúpula e tem o propósito de desenvolver, avaliar os resultados e propor melhorias aos fatores que geram valor para a empresa;

3. Criação do código de conduta: é essencial contar com um código de conduta claro e conhecido por todos, definindo os princípios éticos que guiam a empresa e como isso se reflete na operação de rotina;

4. Fortalecimento de lideranças: o papel dos gestores em estimular a cultura de governança é muito importante, por isso, é essencial capacitar as lideranças internas para que eles possam difundir essa proposta em suas áreas;

5. Adoção de práticas transparentes: a transparência merece destaque, não só na prestação de contas da empresa mas também na busca por fornecedores e parceiros responsáveis, que atuam em acordo com tais medidas;

6. Comprovação e evolução: fechando as etapas temos a comprovação de resultados, que deve assegurar a confiabilidade dos dados reportados, e o planejamento de evolução, que avalia a eficiência do projeto de governança e propõe melhorias futuras.

QUESTÕES DE PROVAS

02. (CESGRANRIO - ELETRONUCLEAR - Engenheiro de Produção - 2022) Em 2000, foi lançado na BM&F Bovespa, hoje B3, o segmento de listagem denominado Novo Mercado, o qual se firmou como um segmento destinado à negociação de ações de empresas que adotam, voluntariamente, práticas de governança corporativa adicionais às que são exigidas pela legislação brasileira. Entre outras medidas, o Novo Mercado, desde a mudança no regulamento ocorrida em 2018, impõe às empresas listadas nesse segmento a implantação de funções de *compliance*, auditoria interna e gerenciamento de

- A finanças
- B riscos
- C pessoas
- D fraudes
- E relações com investidores

02. (CESGRANRIO - AGERIO - Advogado – 2023) O modelo das três linhas de defesa apresenta uma forma de

estabelecer os papéis e responsabilidades essenciais de cada gestor dentro da organização para protegê-la dos riscos por meio de uma estrutura adequada de governança.

Nesse modelo, as linhas de defesa são, respectivamente, A amplitude de controle; priorização; supervisão e monitoramento

B coordenação; unidade de comando; controle

C execução; supervisão e monitoramento; avaliação

D mapeamento; implementação; avaliação

E planejamento; execução; cooperação

Gabarito: 01/B; 02/C

(...)

POLÍTICA DE RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL DA CAIXA ECONÔMICA FEDERAL

1. Objetivos

Assegurar a atuação sustentável da CAIXA e de suas subsidiárias, considerando o impacto e a complexidade de suas atividades, incorporando a responsabilidade socioambiental na tomada de decisão, na estratégia, na gestão, nos negócios, nos produtos e serviços, nos processos, nas operações, nas atividades e no relacionamento com as partes interessadas, no intuito de promover a sustentabilidade e o desenvolvimento sustentável.

Além das orientações desta Política, a atuação da CAIXA e de suas subsidiárias devem respeitar as legislações relacionadas ao tema, com destaque para os dispositivos explicitados na SARB Nº 014/2014, no que diz respeito a elaboração e celebração de contratos identificados pela CAIXA com significativa exposição a risco socioambiental.

2. Motivação

Atendimento à Resolução CMN nº 4.327 de 25 de abril de 2014, no que se refere ao estabelecimento e implementação da Política de Responsabilidade Socioambiental.

Aderência aos objetivos estratégicos da CAIXA de “garantir a integridade da gestão e a efetividade da governança”, “assegurar resultados sustentáveis para o Conglomerado” e “aprimorar a gestão do Conglomerado para garantir a complementaridade dos negócios e a sustentabilidade da CAIXA”.

3. Vigência

A vigência desta política é de cinco anos, a partir de novembro de 2020, ou até quando a CAIXA identificar a necessidade de aprimoramento, considerando o ambiente regulatório, contexto macroeconômico e necessidade estratégica; ou quando identificada necessidade de adequação a novos quesitos legais ou estratégicos, além de eventual determinação advinda de órgãos reguladores e de fiscalização, ou por solicitações do colegiado que aprovou a matéria.

4. Diretrizes

A CAIXA mantém, aprimora e implementa políticas e processos de forma a garantir que:

- Os negócios, processos e relacionamentos

incorporem a responsabilidade socioambiental, de modo a assegurar a atuação sustentável e a contribuição para o desenvolvimento econômico, social e ambiental do País.

- As estratégias adotadas sejam direcionadas para estimular a adesão das partes interessadas a boas práticas socioambientais, além da legislação inerente ao tema.

- A atuação seja pautada de forma a promover a redução das desigualdades sociais e a erradicação da pobreza, com foco em disponibilizar acesso a oportunidades de desenvolvimento socioeconômico para grupos e/ou indivíduos em situação de vulnerabilidade.

(...)

POLÍTICA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL, AMBIENTAL E CLIMÁTICA (PRSAC) CAIXA

O que é

A Política de Responsabilidade Social, Ambiental e Climática (PRSAC) é um conjunto de diretrizes que orienta a atuação da CAIXA e das empresas que compõem o seu Conglomerado Prudencial, bem como de seus empregados, dirigentes, conselheiros, parceiros, estagiários, aprendizes e prestadores, no que couber.

As diretrizes incorporam a responsabilidade social, ambiental e climática na estratégia, gestão, negócios, produtos, serviços, processos, operações, atividades e no relacionamento com as partes interessadas, no intuito de promover a sustentabilidade e o desenvolvimento sustentável.

Principais pilares

-  Gestão de riscos sociais, ambientais e climáticos
-  Gestão de práticas administrativas e da cadeia de fornecimento para a governança
-  Divulgação e reporte de informações
-  Promoção do desenvolvimento sustentável
-  Relacionamento e engajamento com partes interessadas

Efetividade da PRSAC na CAIXA

Com o propósito de assegurar transparência e disseminar informações acerca das ações voltadas à efetividade da Política de Responsabilidade Social, Ambiental e Climática - PRSAC, apresentamos as medidas implementadas e os critérios de avaliação adotados pela CAIXA:

- Aprimorar a cobertura da pesquisa de engajamento de funcionários

Critério: Percentual de funcionários engajados

- Garantir equidade em posições de liderança

Critério: Percentual de equidade

- Atuar na capacitação de Gestores em Liderança e Gestão

Critério: Percentual de gestores capacitados

- Atuar na promoção da Habitação de Interesse Social

Critério: Percentual de obras da Habitação de Interesse Social

- Ampliar a carteira de Finanças Sustentáveis
Critério: Percentual da carteira de Finanças Sustentáveis
- Promover a inclusão bancária dos beneficiários dos programas sociais
Critério: Percentual de inclusão bancária dos beneficiários dos programas sociais
- Atuar na redução das emissões de carbono
Critério: Percentual das emissões de carbono

QUESTÕES DE CONCURSOS

01. (CEF/CESGRANRIO) A respeito das normas de conduta ética que pautam as atividades exercidas pelos empregados e dirigentes da CAIXA, pode-se afirmar que:
- I - as situações de provocação e constrangimento no ambiente de trabalho devem ser eliminadas;
 - II - os fornecedores habituais da CAIXA devem ter prioridade de contratação quando da demanda por novos serviços;
 - III - no exercício profissional, os interesses da CAIXA têm prioridade sobre interesses pessoais de seus empregados e dirigentes;
 - IV - não se admite qualquer espécie de preconceito, seja este relacionado a origem, raça, cor, idade, religião, credo ou classe social.
- Estão corretas as afirmativas
- a) I e III, apenas.
 - b) II e IV, apenas.
 - c) I, II e IV, apenas.
 - d) I, III e IV, apenas.
 - e) I, II, III e IV.
02. (CEF) Julgue os itens subsequentes, no que se refere ao Código de Ética da CAIXA.
- 16 O Código de Ética da CAIXA contém princípios que se referem ao relacionamento dos empregados, parceiros e dirigentes da instituição com o público externo, como clientes, fornecedores, correspondentes, coligadas, entre outros.
- 17 O Código de Ética da CAIXA contém, fundamentalmente, regulamentação ética de questões relativas a transações financeiras. Por essa razão, não faz referências à preocupação da CAIXA com o meio ambiente.
03. (FCC) Assinale a alternativa que contraria os dispositivos do Código de Ética da Caixa Econômica Federal:
- a) Deve-se pautar as ações nos preceitos e valores éticos do Código de Ética da Caixa, de forma a resguardar a Instituição de ações e atitudes inadequadas à sua missão e imagem e a não prejudicar ou comprometer dirigentes e empregados, direta ou indiretamente.
 - b) Será garantida a proteção contra qualquer forma de represália ou discriminação profissional a quem denunciar as violações ao Código da Caixa, como forma de preservar seus valores.
 - c) Deve-se, entre outras condutas, zelar pela proteção do patrimônio público, com a adequada utilização das informações, dos bens, equipamentos e demais recursos colocados à disposição para a gestão eficaz dos negócios da instituição.
 - d) Busca-se a preservação ambiental nos projetos dos quais a Caixa participa, pelo entendimento de que a vida depende diretamente da qualidade do meio ambiente.

- e) A CAIXA tem o compromisso temporário para com o cumprimento das leis, das normas e dos regulamentos internos e externos que regem toda a Instituição.
04. (CEF/CESGRANRIO) Qual dos tópicos abaixo NÃO corresponde a um princípio ou norma de conduta ética prevista no Código de Ética da CAIXA ECONÔMICA FEDERAL?
- a) Compromisso com o oferecimento de produtos e serviços de qualidade, que atendam ou superem as expectativas dos clientes.
 - b) Eliminação das situações de provocação entre empregados que importem diminuição de seu amor-próprio e de sua integridade moral.
 - c) Incentivo à participação voluntária de seus empregados em atividades sociais destinadas a resgatar a cidadania do povo brasileiro.
 - d) Contínua concentração de suas atividades nos segmentos financeiros de maior rentabilidade, com vistas à maximização do investimento público.
 - e) Garantia de proteção, contra qualquer forma de represália ou discriminação profissional, àqueles que denunciem violação ao Código de Ética.
05. São Valores da CEF, exceto:
- a) Eficiência e inovação nos serviços
 - b) Respeito à diversidade
 - c) Valorização do ser humano
 - d) Coerência
 - e) Reconhecimento e valorização das pessoas que fazem a CAIXA
06. A missão da Caixa é:
- a) ser modelo de excelência na gestão de recursos financeiros.
 - b) Atuar na promoção da cidadania e do desenvolvimento sustentável do País, como instituição financeira, agente de políticas públicas e parceira estratégica do Estado brasileiro.
 - c) fortalecer e harmonizar as relações entre o governo e a sociedade, através de serviços de habitação.
 - d) fomentar a interação e a troca de experiências entre as instituições financeiras.
 - e) aprimorar a prestação de serviços ao cidadão com o menor custo possível.
- (CAIXA 2012 - CESGRANRIO - TÉCNICO BANCÁRIO NOVO)
- 07 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.

Gabarito: 01/D; 02/CE; 03/E; 04/D; 05/D; 06/B; 07/B; 08/D

DIREITO CONSTITUCIONAL

Teoria, comentários, dicas, esquemas e **questões de concursos de provas**



Prof. Valdeci Cunha

E-mail: profvaldecicunhavic@gmail.com

Facebook: Valdeci Cunha

Instagram: @valdecicunha

Conforme EC nº 131, de 3.10.2023

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

1. Direitos e deveres individuais e coletivos. 5º a 11 1
2. Direitos políticos. 14 a 16..... 21
3. Organização do Estado. 3.1 Organização politico-administrativa. 3.2 Estado federal brasileiro. 3.3 A União. 3.4 Os Estados federados. 3.5 Municípios, 3.6 O Distrito Federal. 3.7 Territórios. 25
4. Administração pública. 4.1 Disposições gerais. 4.2 Servidores públicos. 37
5. Organização dos poderes no Estado. 5.1 Mecanismos de freios e contrapesos. 44
6. Poder Legislativo. 46
7. Poder Executivo. 60
8. Poder Judiciário. 8.1 Conselho Nacional de Justiça (CNJ). 8.2 Funções essenciais à Justiça. 8.3 Ministério Público, da Advocacia Pública e da Defensoria Pública. 68

DIREITOS E GARANTIAS FUNDAMENTAIS: DIREITOS E GARANTIAS INDIVIDUAIS E COLETIVOS; DIREITO À VIDA, À LIBERDADE, À IGUALDADE, À SEGURANÇA E À PROPRIEDADE; DIREITOS SOCIAIS; NACIONALIDADE; CIDADANIA E DIREITOS POLÍTICOS. (ARTS. 5º A 16)

DIREITOS E GARANTIAS FUNDAMENTAIS (ART. 5º)

DIREITOS FUNDAMENTAIS: “conjunto de normas, princípios declarados que visam a garantir uma vivência pacífica, digna, justa e humana; sendo INTRÍSECO à soberania, sem distinção de credo, cor, raça que residem ou vivem temporariamente em determinada nação, nacional ou não”.

GARANTIAS FUNDAMENTAIS: são meios assecuratórios para que tais Direitos sejam alcançados. Costuma-se dizer na Doutrina que quanto mais Direitos e Garantias tem determinado ordenamento jurídico, mais limitada é a atuação estatal.

Numa orbita internacional, os Direitos e Garantias são chamados de Direitos humanos, mas nem sempre algum Direito fundamental é utilizado em qualquer ordenamento jurídico, basta ver que em determinados países a liberdade religiosa ou de consciência, a igualdade e a liberdade são mitigadas, diferentemente do que preceitua nossa CF.

Os direitos fundamentais dividem-se em:

- Individuais
- coletivos
- nacionalidade
- direitos e partidos políticos

Obs.1: direitos fundamentais **não são absolutos.**

Obs.2: direitos fundamentais **não são renunciáveis**, podendo seu titular apenas deixar de exercê-lo, mas não renunciar.

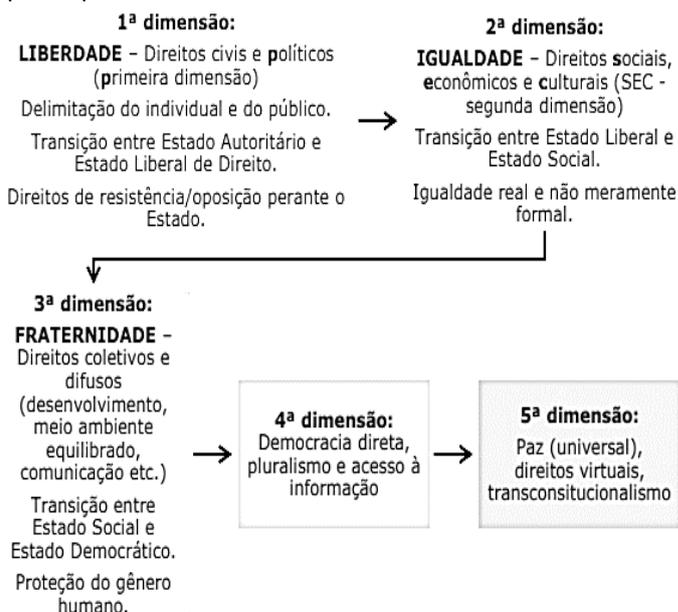
Geração dos direitos fundamentais:

1ª geração: Busca as liberdades individuais, os direitos políticos, marca o fim do Estado Autoritário e inicia o Estado de Direito.

2ª geração: Busca os Direitos Sociais, busca do bem comum

3ª geração: Fraternidade entre as pessoas, a paz.

4ª geração: Própria dimensão do ser humano, preocupa com a natureza humana.



Aplicação dos DF

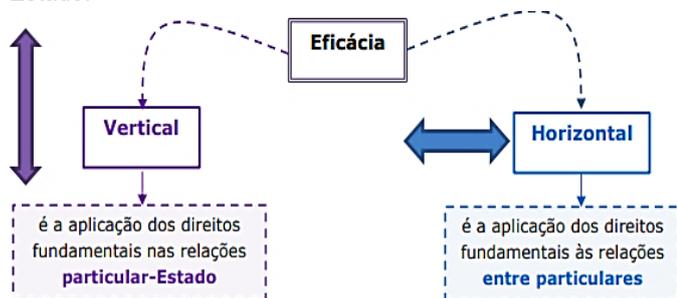
Os Direitos e Garantias Fundamentais têm aplicação imediata.

Eficácia	<ul style="list-style-type: none"> • Amplitude legal da produção de efeitos da norma. Quanto mais eficaz a norma, mais plena a geração dos seus efeitos jurídicos pretendidos.
Aplicação	<ul style="list-style-type: none"> • Temporalidade legal da produção de efeitos da norma. Vale dizer, em que momento a norma está apta a produzir efeitos concretos.
Aplicabilidade	<ul style="list-style-type: none"> • Instrumentalidade legal da produção de efeitos da norma. A norma por si só pode produzir todos seus efeitos ou depende de outra(s)?

Eficácia dos direitos DF

Eficácia Horizontal: eficácia entre pessoas particulares.

Eficácia Vertical: Eficácia entra pessoa particular e o Estado.



Destinatários dos direitos individuais

Pelo fato da nossa Constituição Federal ser uma Constituição Democrática, os Direitos Individuais nela expressos são **destinados a todos os brasileiros e estrangeiros residentes no país.**

Característica dos DF: art. 5º

Direitos Fundamentais lembra Direitos Humanos. Dessa forma, **para gravar a característica é só lembrar:**

H = 1,2,3 | RUA (H é igual a um, dois, três | RUA)

Para as mulheres fica fácil elaborar um macete feminista:

Direito fundamental do Homem (H) é 1,2,3 | RUA !!!

- H – historicidade.
- I – nalienabilidade.
- I – mprescritibilidade.
- I – rrenunciabilidade.
- R – elatividade.
- U – niversalidade
- A – plicabilidade imediata

Universalidade	→ Destinam-se às coletividades e não meramente aos indivíduos
Inalienabilidade	→ Não podem ser cedidos, transferidos ou negociados sob qualquer forma como ativo econômico-financeiro
Imprescritibilidade	→ Seu usufruto não é perecível com o passar do tempo
Irrenunciabilidade / Indisponibilidade	→ Não é possível que seu titular os rejeite . No máximo, poderá não usufruí-los
Concorrência	→ O usufruto de diferentes direitos e garantias pode ser cumulativo e simultâneo por um mesmo indivíduo
Historicidade	→ São produto de processos sociais históricos e estão em constante processo de mutação
Vedação ao retrocesso	→ Sua mutação não pode implicar em evolução reacionária . Ou seja, seu núcleo não pode ser suprimido ou extinto

Fonte: <https://www.exponencialconcursos.com.br/wp-content/temp/1571162061.pdf>

CAPÍTULO I DOS DIREITOS E DEVERES INDIVIDUAIS E COLETIVOS

• **Direitos Humanos:** referentes à essência humana – pretensões inseridas em documentos de direito internacional (PAULO; ALEXANDRINO, 2015, p. 99).

• **Direitos fundamentais:** direitos relacionados às pessoas – bens jurídicos a serem protegidos – vigoram na ordem jurídica de determinado Estado (PAULO; ALEXANDRINO, 2015, p. 99).

• **Garantias fundamentais:** instrumentos de proteção e segurança do exercício dos direitos fundamentais – inclui mecanismos de reparação em casos de violação. (PAULO; ALEXANDRINO, 2015, p. 99).

• **Direitos individuais:** ligam-se ao conceito de pessoa humana e sua própria personalidade – direitos de primeira dimensão – liberdades negativas (PAULO; ALEXANDRINO, 2015, p. 99).

• **Direitos coletivos:** direitos e interesses em que os titulares são de difícil identificação – natureza transindividual (supra ou meta) – direitos de terceira dimensão.

O QUE DIZ A CF:

Art. 5º TODOS são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

DICA: Categoria jurídica aberta: rol não taxativo, conteúdo variável e mutável, historicidade, potencial ilimitado, possibilidade de ampliação.

O **Direito à Vida** é considerado o mais fundamental de todos os direitos, resumindo: é o primeiro entre todos, considera como um pré-requisito para a existência dos demais como: dignidade da pessoa humana, igualdade, propriedade..., sem a vida como haveria outros direitos? O direito á vida deve ser considerado como o primeiro princípio da moral médica, é através da proteção deste direito que o **nosso ordenamento jurídico pune o aborto, a eutanásia, pena de morte (salvo em caso de guerra), induzimento e instigação ao suicídio.**

CUIDADO – MUITA ATENÇÃO:

Vida intrauterina – proibição de aborto (regra).
CP: Art. 128 – Não se pune o aborto praticado por médico:
 Aborto necessário
 I – se não há outro meio de salvar a vida da gestante;
 Aborto no caso de gravidez resultante de estupro
 II – se a gravidez resulta de estupro e o aborto é precedido de consentimento da gestante ou, quando incapaz, de seu representante legal.
Antecipação terapêutica do parto – gravidez de feto anencéfalo – incompatibilidade com a vida – não é crime.

Ao lado do **direito à vida** temos também o **direito à integridade física da pessoa** ao qual proíbe a disposição do próprio corpo, a venda e comercialização de órgãos, porém, o nosso ordenamento permite a doação de sangue, a doação de órgão em vida quando possível e a doação de órgãos post mortem.

A Constituição Federal busca proteger a vida desde **antes o nascimento até a morte**.

Direito à liberdade

Liberdades públicas (sentido amplo):

- física;
- ambulatoria;
- de crença;
- de convicções;
- de expressão de pensamento;
- de reunião;
- de associação.

Em razão do **princípio da isonomia**, não é permitido ao Legislador criar leis que discriminem raças, sexo, crenças religiosas ou convicções políticas.

OLHO NA DICA: Para o STF (HC 94.016/SP) a **simples presença** de pessoa no território nacional, mesmo que estrangeiro e sem domicílio no Brasil, é **elemento habilitador de direitos e garantias fundamentais**, tais como o de ser processado por meio do devido processo legal.

PRESTE MUITA ATENÇÃO ↓

CF: Art. 5º ...

§ 1º As normas definidoras dos direitos e garantias fundamentais têm aplicação imediata.

Princípio da igualdade

Art. 5º ...

I - homens e mulheres são iguais em direitos e obrigações, **nos termos desta Constituição;**

Princípio basilar da república e da democracia

- Igualdade formal.
- Igualdade material.

A constituição proíbe que a idade seja utilizada como critério para admissão em emprego sendo este público ou particular. Porém, há ressalvas para casos em que as atribuições do cargo exigem limites de idade como, por exemplo, em editais para carreiras militares como do Corpo de Bombeiros, Polícia Militar e Civil e Forças Armadas.

Portanto, tratamento legal discriminatório apenas quando há razoabilidade => Políticas universais – número indeterminado de indivíduos.

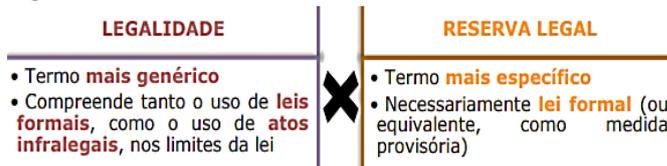
Art. 5º ...

II - ninguém será obrigado a fazer ou deixar de fazer alguma coisa **senão em virtude de lei;**

Princípio da Legalidade: Este princípio evita a existência de desmandos do executivo e do judiciário aos quais somente poderão criar novas obrigações e reconhecer novos direitos se forem segundo os ditames da Lei.

Por meio deste princípio o cidadão poderá repelir as injunções que lhe sejam impostas por outra via que não seja a lei, conforme as regras do Processo Legislativo Constitucional.

É de se ressaltar a existência de uma nítida diferença entre o **princípio da legalidade** e o **princípio da reserva legal**.



DICA DA PROVA: Em caso de perigo à integridade física do preso, admite-se o uso de algemas, desde que essa medida, de caráter excepcional, seja justificada por escrito. (PC/SE – CESPE/2018)
SÚMULA VINCULANTE 11: “Só é lícito o uso de algemas em caso de resistência e de fundado receio de fuga ou de perigo à integridade física própria ou alheia, por parte do preso ou de terceiros, justificada a excepcionalidade por escrito, sob pena de responsabilidade disciplinar civil e penal do agente ou da autoridade e de nulidade da prisão ou do ato processual a que se refere, sem prejuízo da responsabilidade civil do Estado”.

Art. 5º ...

III - ninguém será **submetido a tortura nem a tratamento desumano ou degradante;**

Da mesma forma o inciso XLIII do artigo 5º prevê: “a lei considerará crimes inafiançáveis e insuscetíveis de graça ou anistia a prática de tortura, o tráfico ilícito de entorpecentes e drogas afins, o terrorismo e os definidos como crime hediondo.”

Pelo fato do referido dispositivo ser considerado como norma de eficácia limitada, foi necessário a edição da Lei nº 9455 de 07 de abril de 1997. Ao qual dispõe em seu artigo 1º: “constranger alguém com emprego de violência ou grave ameaça, causando-lhe sofrimento físico ou mental.”

Ou seja, fica claro que a tortura não se limita apenas ao sofrimento físico como também significa qualquer pressão psicológica sobre o indivíduo a fim de que o mesmo confesse algo que em condições “normais” este não faria.

É importante ressaltar que o nosso ordenamento jurídico proíbe qualquer forma de tortura, e respondem os mandantes, os executores e aqueles que na condição de evitá-la permaneceram “omissos” à situação.

Art. 5º ...

IV - é livre a manifestação do pensamento, sendo **vedado o anonimato;**

Ao consagrar a livre expressão de pensamentos ficou também estabelecido na Constituição Federal que fosse proibido o anonimato, toda divulgação anônima será proibida, no entanto, será permitida a utilização de pseudônimo.

Além do anonimato, fica vedado que ocorra abusos, pois, caso ocorra, ficarão os responsáveis sujeitos à apreciação pelo poder judiciário.

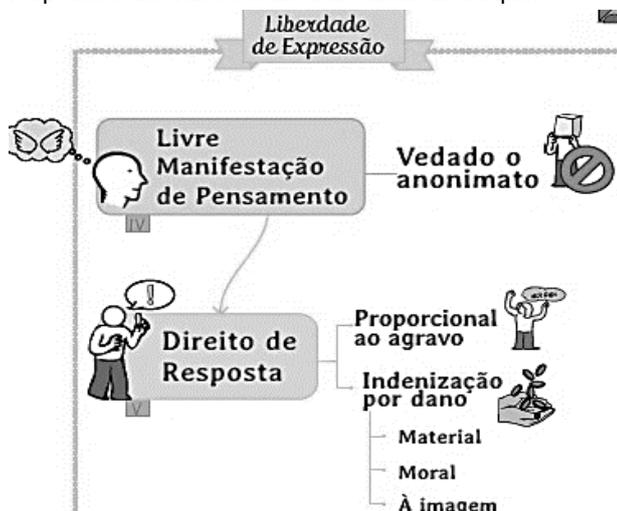
Art. 5º ...

V - é assegurado o **direito de resposta**, proporcional ao agravo, além da indenização por dano material, moral ou à imagem;

Quando o indivíduo sofre dano relacionado à imagem, sua moral ou prejuízos materiais, a Constituição Federal prevê em seu artigo 5º, V o direito à devida indenização.

Tal indenização poderá ser cumulada, ou seja, poderão ser cumulados os danos materiais junto com os materiais ou, materiais junto com os estéticos. Desde que sejam devidamente comprovados.

Os danos morais afetam não somente a pessoa física como também a jurídica ou a coletividade. O direito de resposta neste caso abrange também a imprensa sendo ela falada ou escrita, diária ou periódica e o objetivo do direito de resposta é defender o indivíduo vítima do ataque.



Art. 5º ...

VI - é inviolável a **liberdade de consciência e de crença**, sendo assegurado o livre exercício dos cultos religiosos e garantida, na forma da lei, a proteção aos locais de culto e a suas liturgias;

A Constituição Federal assegurou o respeito à liberdade de crença, dizer que o Brasil é um país laico não significa que dentro dele deve apenas permanecer ideias relacionadas ao ateísmo e sim que o Brasil é um país ao qual todos são livres para manifestar sua crença religiosa, devendo ser protegida a liberdade de culto e suas liturgias.

Art. 5º ...

VII - é assegurada, **nos termos da lei**, a prestação de assistência religiosa nas entidades civis e militares de internação coletiva;

Segundo a Lei 9.982/2000, artigo 1º, a assistência religiosa constitucionalmente prevista, compreende o seguinte: “Aos religiosos de todas as confissões assegura-se o acesso aos hospitais da rede pública ou privada, bem como aos estabelecimentos prisionais civis e militares, para dar

atendimento religioso aos internados, desde que em comum acordo com estes, ou com familiares em caso de doentes que não mais estejam no gozo de suas faculdades mentais.”

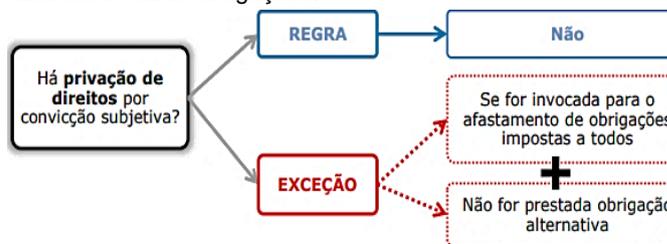
Diz, ainda, em seu artigo 2º que “Os religiosos chamados a prestar assistência nas entidades definidas no art. 1º deverão, em suas atividades, acatar as determinações legais e normas internas de cada instituição hospitalar ou penal, a fim de não por em risco as condições dos pacientes ou a segurança do ambiente hospitalar ou prisional.”

Art. 5º ...

VIII - ninguém será privado de direitos por motivo de crença religiosa ou de convicção filosófica ou política, salvo se as invocar para eximir-se de obrigação legal a todos imposta e recusar-se a cumprir prestação alternativa, fixada em lei;

Da mesma forma o art.15, IV dispõe que: "a recusa de cumprir obrigação a todos imposta ou prestação alternativa acarretará a perda dos direitos políticos."

Deve a lei não apenas indicar a prestação alternativa como também quais direitos serão perdidos em caso de invocação de escusa de consciência, o direito à escusa de consciência não está adstrito somente ao serviço militar como também à outras obrigações.



Fonte: <https://www.exponencialconcursos.com.br/wp-content/temp/1571162061.pdf>

Art. 5º ...

IX - é livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, **independentemente de censura ou licença**;

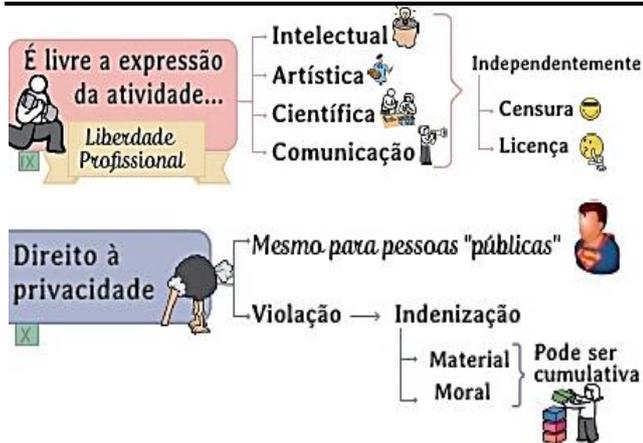
A liberdade de expressão no que diz respeito à atividade intelectual, artística, científica ou de comunicação deverão ser previamente verificadas, pois, caso estas sejam verificadas e proibidas após a sua divulgação, será tal comportamento caracterizado como censura, possibilitando aos lesados o ressarcimento pelos abusos cometidos, sendo estes de cunho material, moral ou à imagem.

Art. 5º ...

X - são invioláveis **a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem** das pessoas, assegurado o direito a indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação;

Trata-se de uma proteção constitucional às pessoas físicas e às pessoas jurídicas, incluindo - se a necessária proteção à própria imagem em face dos meios de comunicação em massa sendo estes: televisão, rádio, jornais, revistas etc.

Qualquer ofensa a estes direitos, terá o destinatário o direito à indenização cabível.



hipóteses e na forma que a lei estabelecer **para fins de investigação criminal ou instrução processual penal**;

Aqui, entendo que o importante é saber **que a regra é não violar** e, excepcionalmente o juiz (cláusula de reserva judicial) pode determinar a interceptação, desde que haja um inquérito policial instaurado ou uma ação penal já em andamento.

Sobre o tema, o STF se manifestou recentemente da seguinte forma:

"Conforme disposto no inciso XII do art. 5º da CF, a regra é a privacidade quanto à correspondência, às comunicações telegráficas, aos dados e às comunicações, ficando a exceção – a quebra do sigilo – submetida ao crivo de órgão equidistante – o Judiciário – e, mesmo assim, para efeito de investigação criminal ou instrução processual penal. (...) Conflita com a Carta da República norma legal atribuindo à Receita Federal – parte na relação jurídico-tributária – o afastamento do sigilo de dados relativos ao contribuinte." (RE 389.808, Rel. Min. Marco Aurélio, julgamento em 15-12-2010, Plenário, DJE de 10-5-2011)

Art. 5º ...
 XI - a casa é asilo inviolável do indivíduo, ninguém nela podendo penetrar **sem consentimento do MORADOR**, SALVO em caso de flagrante delito OU desastre, OU para prestar socorro, OU, durante o dia, por determinação judicial;

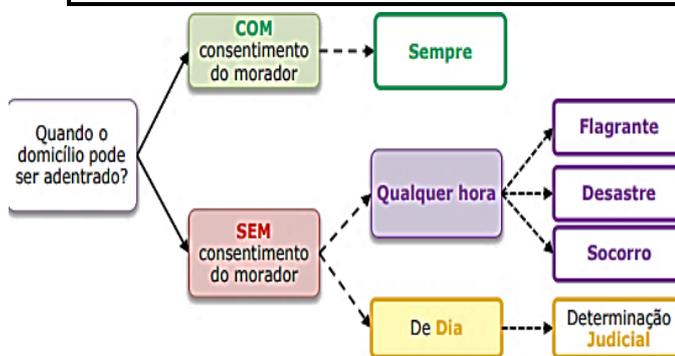
Para efeito de proteção constitucional são invioláveis tanto a moradia quanto o local de trabalho, desde que estes não estejam abertos a qualquer um do povo. Vejamos o que diz o inciso XI do art. 5º:

"A casa é asilo inviolável do indivíduo, ninguém nela podendo penetrar sem o consentimento do morador, salvo em caso de flagrante delito ou desastre ou para prestar socorro, ou, durante o dia, por determinação judicial."

Logo a violação de domicílio somente é permitida nas seguintes hipóteses. Vejamos:

- 1 - DURANTE O DIA
 - a) Flagrante delito ou desastre para prestar socorro.
 - b) Determinação Judicial.
- 2 - DURANTE À NOITE:
 - a) Flagrante delito
 - b) Desastre
 - c) Para prestar socorro.

OLHO NA DICA: De acordo com entendimento do STF, o conceito "casa" em se tratando de caráter de proteção constitucional abrange também qualquer aposento ocupado de habitação coletiva inclusive quarto de hotel ou pensão ocupado por hóspede.



Fonte: <https://www.exponencialconcursos.com.br/wp-content/temp/1571162061.pdf>

Art. 5º ...
 XIII - é livre o exercício de qualquer trabalho, ofício ou profissão, **atendidas as qualificações profissionais** que a lei estabelecer;

O STF que **não são todos os ofícios ou profissões** que podem ser sujeitos ao cumprimento de condições legais para o seu exercício. **A regra é a liberdade.** Por exemplo, somente quando houver potencial lesivo na atividade é que pode ser exigida inscrição em conselho de fiscalização profissional (RE 414.426/SC)

Art. 5º ...
 XIV - é assegurado a todos o acesso à informação e resguardado o sigilo da fonte, **quando necessário ao exercício profissional**;

Cuidado: No exercício da liberdade de manifestação do pensamento e de informação **não é permitido o anonimato.**

Art. 5º ...
 XV - é livre a locomoção no território nacional **em tempo de paz**, podendo qualquer pessoa, **nos termos da lei**, nele entrar, permanecer ou dele sair com seus bens;

O direito de locomoção, na lição de José Afonso da Silva, implica o direito de circulação por via pública ou afetada ao uso público (como uma servidão).

O que é?	Direito de ir, vir e ficar. Direito de se deslocar.
A quem é assegurado?	Como regra, aos brasileiros e estrangeiros no território nacional.
Âmbito	No território brasileiro, em tempos de paz.
Restrições	Poderá haver restrições em tempos de guerra, no caso de Estado de Sítio, além de outras, fixadas em lei, como as relativas ao combate ou a contenção de epidemias, e as tributárias.

Art. 5º ...
 XII - é inviolável o **sigilo da correspondência** e das comunicações telegráficas, de dados e das comunicações telefônicas, SALVO, no último caso, por ordem judicial, nas

Garantias correspondentes	É a ação de habeas corpus.
----------------------------------	----------------------------

Direito de reunião

XVI - todos podem reunir-se pacificamente, **sem armas**, em locais abertos ao público, **independentemente de autorização**, DESDE QUE não frustrem outra reunião anteriormente convocada para o mesmo local, sendo apenas **exigido prévio aviso** à autoridade competente;

A Liberdade de reunião é a liberdade ou direito que as pessoas têm de se reunir em grupos, encontros, clubes, manifestações, desfiles, comícios ou qualquer outra organização que desejem. É considerado um direito fundamental nos regimes democráticos, onde os cidadãos podem formar ou filiar-se em partidos políticos ou sindicatos sem restrições governamentais.

Reunião	É eventual e temporária, sendo definida como um direito de ação coletiva que envolve a adesão consciente de duas ou mais pessoas com a finalidade de realização de um objetivo comum.
A quem?	É direito assegurado tanto a brasileiros quanto a estrangeiros, independente de idade ou capacidade civil.
Condições	A reunião deve ser pacífica, ou seja, não ter por objetivo propósitos hostis ou belicosos, e seus participantes não podem estar armados.
Autorização	A realização da reunião não estar sujeita à concordância do poder público. Este poderá, contudo, impedi-la se constar o caráter não pacífico ou a presença de armas.
Prévio aviso	Tem por objetivo permitir à autoridade pública a adoção de ações visando a acautelar o interesse dos participantes da reunião e de terceiros, como medidas relativas ao trânsito e à segurança de prédios públicos.

Direito de associação

Art. 5º ...
XVII - é plena a liberdade de associação para fins lícitos, vedada a de caráter paramilitar;

(...)

Art. 5º ...
LV - aos litigantes, em processo judicial ou administrativo, e aos acusados em geral são assegurados o contraditório e ampla defesa, com os meios e recursos a ela inerentes;

Contraditório significa a possibilidade de cada parte ser ouvida, de refutar os argumentos da outra, antes da decisão.

Ampla defesa significa a IMPOSSIBILIDADE de impedir qualquer meio de defesa que a lei NÃO PROIBA.



Súmula Vinculante nº 5: A falta de defesa técnica por advogado no processo administrativo disciplinar não ofende a Constituição.

Súmula Vinculante nº 14: É direito do defensor do representado ter acesso amplo aos elementos de prova que, já documentados em procedimento investigatório realizado por órgão com competência de polícia judiciária, digam respeito ao exercício do direito de defesa.

Art. 5º ...
LVI - são inadmissíveis, no processo, as **provas obtidas por meios ilícitos**;

Considerando-se como **provas ilícitas** as obtidas com violação da intimidade, da vida privada, da honra, da imagem, do domicílio, e das comunicações, SALVO nos casos permitidos no inciso XII do art. 5º da CF.

Art. 5º ... LVII - ninguém será considerado culpado até o trânsito em julgado de sentença penal condenatória;

Súmula nº 9 do STJ: A exigência da prisão provisória, para apelar não ofende a garantia constitucional da presunção de inocência.

Art. 5º ... LVIII - o civilmente identificado não será submetido a identificação criminal, SALVO nas hipóteses previstas em lei;

Permite que havendo dúvida fundada sobre a identificação civil se proceda à identificação criminal do indivíduo.

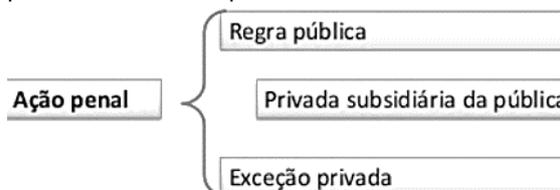
Identificação criminal:

- datiloscópica;
- fotográfica.

Sobre Identificação criminal, ver Lei n.º 12.037/2009.

Art. 5º ... LIX - será admitida ação privada nos crimes de ação pública, se esta não for intentada no prazo legal;

A **regra é a ação penal pública**, entretanto, caso o MP não a intente no prazo legal, o ofendido pode entrar com ação penal subsidiária da pública.



Art. 5º ... LX - a lei só poderá restringir a publicidade dos atos processuais quando a defesa da intimidade ou o interesse social o exigirem;

A regra é que todos tenham acesso aos atos processuais. Entretanto, há situações que, em decorrência

28 Apostila CAIXA / CESGRANRIO 2024 - DEMONSTRAÇÃO

das circunstâncias, eles sejam restritos à algumas pessoas. Vejamos o que diz o novo **CPC**:

Art. 189. Os atos processuais são públicos, todavia tramitam em segredo de justiça os processos:

I - em que o exija o interesse público ou social;

II - que versem sobre casamento, separação de corpos, divórcio, separação, união estável, filiação, alimentos e guarda de crianças e adolescentes;

III - em que constem dados protegidos pelo direito constitucional à intimidade;

IV - que versem sobre arbitragem, inclusive sobre cumprimento de carta arbitral, desde que a confidencialidade estipulada na arbitragem seja comprovada perante o juízo.

§ 1º O direito de consultar os autos de processo que tramite em segredo de justiça e de pedir certidões de seus atos é restrito às partes e aos seus procuradores.

§ 2º O terceiro que demonstrar interesse jurídico pode requerer ao juiz certidão do dispositivo da sentença, bem como de inventário e de partilha resultantes de divórcio ou separação.

Art. 5º ...

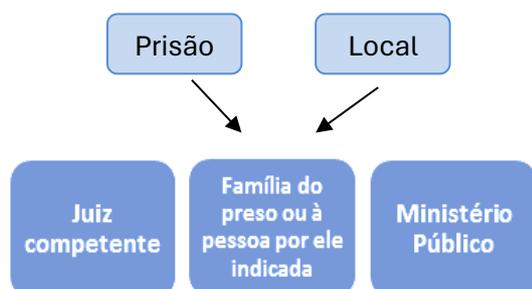
LXI - ninguém será preso **senão em flagrante delito ou por ordem escrita e fundamentada de autoridade judiciária competente**, SALVO nos casos de transgressão militar ou crime propriamente militar, definidos em lei;

O inciso LXI do art. 5º da CF constitui típica **norma de eficácia contida**, senão vejamos: enquanto não regulamentado por lei o que é “transgressão militar” ou “crime propriamente militar”, o **exercício da liberdade é muito mais amplo**. Ou seja, ninguém poderá ser preso senão em flagrante delito ou por ordem judicial; entretanto, esse direito poderá ser posteriormente restringido, quando as hipóteses de *transgressão militar ou crime propriamente militar forem definidas em lei*. A partir de então, a própria autoridade administrativa (militar) poderá determinar a prisão daqueles que cometerem os atos previstos na legislação.

Lembrando que, como sabemos, as normas de eficácia contida são aquelas que, desde a promulgação da Constituição, já estão aptas para produzirem seus efeitos, **mas poderão ter o seu alcance restringido por normas infraconstitucionais**. São, por isso, dotadas de aplicabilidade: direta, imediata, mas não integral.

Art. 5º ... LXII - a prisão de qualquer pessoa e o local onde se encontre serão comunicados imediatamente ao **juiz competente** e à família do preso ou à pessoa **por ele indicada**;

São obrigatórias três comunicações a partir da prisão:



Art. 5º ... LXIII - o preso será informado de seus direitos, entre os quais o de permanecer calado, sendo-lhe assegurada a assistência da família e de advogado;

São vários os direitos do preso, dentre eles o de ser assistido pela família e por advogado, de ter preservada a sua integridade física e, explícito no inciso, o de ficar calado.

O melhor entendimento desse direito de ficar calado é aquele que aponta o descabimento de ser o preso obrigado a falar e assim fornecer elementos que serão usados para prejudicá-lo e à sua defesa no processo. Qualquer preso, em qualquer situação, pode reserva-se o direito de somente falar em juízo, negando-se a responder a todas as perguntas da autoridade policial.

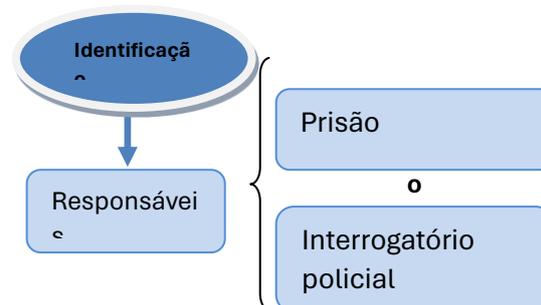
A antiga presunção de que “quem cala, consente” não tem mais a menor valia, pois do silêncio do acusado nenhuma conclusão sobre sua culpa pode ser tirada, até por força do Princípio da Presunção da Inocência, já visto. Hoje, quem cala não diz nada.

Art. 5º ...

LXIV - o preso **tem direito à identificação dos responsáveis por sua prisão** ou por seu interrogatório policial;

O dispositivo tem finalidade nitidamente preventiva. Sabendo que o preso tem direito constitucional de identificá-lo, o policial que realizar a prisão ou o interrogatório do preso saberá usar apenas a força necessária para um e outro ato, não podendo cometer excesso, pelos quais poderá vir a ser processado por abuso de autoridade, as autoridades policiais ficam à identificação do policial ou da equipe que o prendeu ou interrogou.

ESQUEMATIZANDO:



Art. 5º ...

LXV - a **prisão ilegal** será imediatamente **relaxada** pela autoridade judiciária;

Prisão ilegal é aquela que não obedece aos parâmetros legais, como, por exemplo, a da pessoa que não estiver em flagrante, presa sem ordem judicial escrita e fundamentada. Tal prisão, por mais que se tenha certeza de que o preso é o culpado, deverá ser relaxada (liberação do preso) por ordem de autoridade judiciária.

Art. 5º ...

LXVI - ninguém será levado à prisão ou nela mantido, quando a lei admitir a **liberdade provisória**, com ou sem fiança;

Há crimes inafiançáveis, dois dos quais já vimos incisos acima. Há crimes afiançáveis, pelos quais se possibilita ao preso pagar uma quantia arbitrada por autoridade policial ou judicial (dependendo do crime) e, a partir desse pagamento, obter liberdade provisória. E, há crimes levíssimos, cujos autores, mesmo presos em flagrante,

deverão ser liberados provisoriamente sem precisar pagar qualquer quantia como fiança. No vocabulário jurídico, são ditos crimes de cuja prisão o preso livra-se solto.

A partir dessas noções se compreende o alcance do inciso em estudo. Nos crimes em que o preso tem direito à liberdade provisória, o que leva à conclusão de que só ficará preso o autor de crime inafiançável, embora isso também ocorra com aquele que não quer ou não pode pagar a fiança.

A liberdade obtida é provisória, primeiro, porque a prisão preventiva ou cautelar do acusado poderá ser perdida a qualquer momento, se assim entender a autoridade policial ou judiciária. E, segundo, porque ele poderá ser preso novamente se condenado ao final do processo a pena restritiva ou privativa de liberdade.

Art. 5º ..

LXVII - não haverá prisão civil por dívida, **SALVO** a do responsável pelo inadimplemento voluntário e inescusável de obrigação alimentícia e a **do depositário infiel**;

CUIDADO: Segundo o STF, não houve revogação do dispositivo constitucional e sim da legislação infraconstitucional que regulamentava o dispositivo constitucional que prevê a prisão civil do depositário infiel. Portanto, nos termos da Constituição, há ainda a previsão de prisão civil do depositário infiel.

Assim, se cair na prova um tipo: **“Nos termos da Constituição Federal de 1988, marque a opção incorreta”**. ...b) **A prisão civil por dívida é cabível em se tratando de depositário infiel**”, como ocorreu no concurso de Auditor Fiscal da Receita Federal (ESAF/2009), você jamais poderia marcar essa afirmativa como errada.

Súmula vinculante do STF nº25: É ilícita a prisão civil de depositário infiel, qualquer que seja a modalidade do depósito.

Art. 5º ...

LXVIII - conceder-se-á **habeas corpus** sempre que alguém sofrer ou se achar ameaçado de sofrer violência ou coação em sua liberdade de locomoção, por ilegalidade ou abuso de poder;



Para falarmos de HC, ou da necessidade deste “remédio”, preciso lembrar o que ele protege: a liberdade de locomoção, prevista no art. 5º, inciso XV/CF. Vejamos:

Art. 5º, XV – é livre a locomoção no território nacional em tempo de paz, podendo qualquer pessoa, nos termos da lei, nele entrar, permanecer ou dele sair com seus bens;

O HC visa garantir a liberdade locomoção contra abuso ou ilegalidade. Tem como características: gratuito (conforme art. 5º. LXXVII/CF), sem forma definida (forma livre) e pode ser impetrado por qualquer pessoa, seja contra uma ameaça (HC preventivo), seja visando a libertação (HC repressivo ou liberatório).

DICA: O HC é o “remédio” constitucional mais importante que existe, pois tutela a liberdade de locomoção.

Depois da vida, a liberdade é o bem mais precioso da humanidade e, para protegê-lo, há o HC, uma verdadeira ação constitucional “sem frescura”, pois pode ser impetrada por qualquer pessoa, sem maiores formalidades (em “papel de pão” se necessário) e é gratuita.

LXXII - conceder-se-á habeas data:

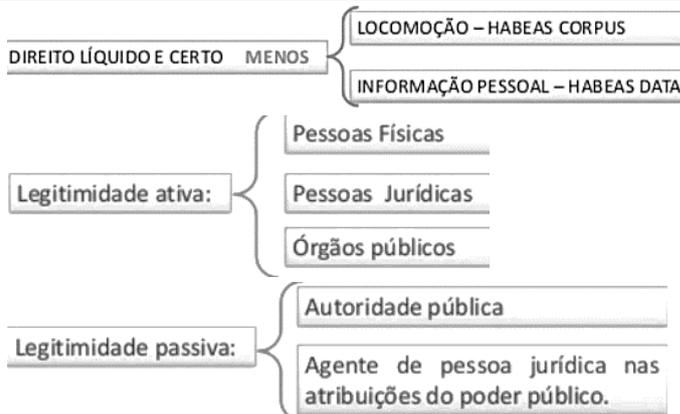
a) para assegurar o conhecimento de informações relativas à pessoa do impetrante, constantes de registros ou bancos de dados de entidades governamentais ou de caráter público;

b) para a retificação de dados, quando não se prefira fazê-lo por processo sigiloso, judicial ou administrativo;

STF - Súmula nº 693: Não cabe HC contra decisão condenatória a pena de multa, ou relativo a processo em que a pena pecuniária seja a única cominada. (Isso porque Habeas Corpus é para discutir a liberdade de alguém. Não serve para discutir multa e penas em dinheiro).

STF - Súmula nº 695: Não cabe habeas corpus quando já extinta a pena privativa de liberdade. (Se a pena que privava a pessoa da liberdade já foi extinta. Para que se quer um habeas corpus?).

Art. 5º ... LXIX - conceder-se-á mandado de segurança para proteger direito líquido e certo, não amparado por *habeas corpus* ou *habeas data*, quando o responsável pela ilegalidade ou abuso de poder for autoridade pública ou agente de pessoa jurídica no exercício de atribuições do Poder Público;



Prazo: 120 dias

STF - Súmula nº 266: Não cabe mandado de segurança contra lei em tese. (Não se pode usar o MS para impugnar diretamente uma lei, pois isto é privativo da ação direta de inconstitucionalidade)

STF - Súmula nº 267: Não cabe mandado de segurança contra ato judicial passível de recursos ou correição.

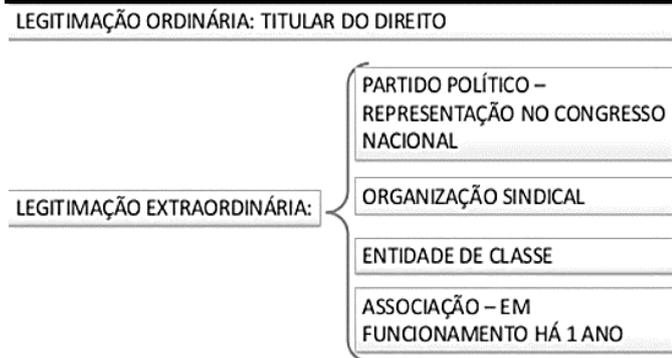
STF - Súmula nº 268: Não cabe mandado de segurança contra decisão judicial com trânsito em julgado

Art. 5º ...

LXX - o **MANDADO DE SEGURANÇA COLETIVO** pode ser impetrado por:

a) partido político com representação no Congresso Nacional;

b) organização sindical, entidade de classe ou associação legalmente constituída e em funcionamento há pelo menos um ano, em defesa dos interesses de seus membros ou associados;



Art. 5º ...

LXXI - conceder-se-á **MANDADO DE INJUNÇÃO** sempre que a falta de norma regulamentadora torne inviável o exercício dos direitos e liberdades constitucionais e das prerrogativas inerentes à nacionalidade, à soberania e à cidadania;

(..)

DOS DIREITOS SOCIAIS

Os **direitos sociais**, assim como os individuais, são direitos fundamentais assegurados pela Constituição brasileira de 1988.

Os **direitos sociais** se aplicam a todos os indivíduos e visam resguardar direitos mínimos de qualidade de vida. O art. 6º da Constituição Federal de 1988 prevê como direitos sociais: educação, saúde, alimentação, trabalho, moradia, transporte, lazer, segurança, previdência social, proteção à maternidade e à infância e assistência aos desamparados.

A **Declaração Universal dos Direitos Humanos** de 1948, um dos mais importantes documentos que regem os direitos humanos, passou a assegurar também os direitos sociais e sua base no **princípio da dignidade da pessoa humana e da solidariedade** que envolvia os seguintes direitos:

- seguridade social (artigos 22 e 25);
- direito ao trabalho e a proteção contra o desemprego (art. 23, item 1);
- principais direitos ligados ao contrato de trabalho, como a remuneração igual por trabalho igual (artigo 23, item 2), salário mínimo (artigo 23, item 3);
- livre sindicalização dos trabalhadores (artigo 23, item 4);
- repouso e o lazer;
- limitação horária da jornada de trabalho;
- férias remuneradas (artigo 24);
- educação: ensino elementar obrigatório e gratuito, a generalização da instrução técnico-profissional, a igualdade de acesso ao ensino superior (artigo 26); e,
- itens elementares indispensáveis para a proteção das classes ou grupos sociais mais fracos ou necessitados;

Seguindo esses preceitos, os direitos sociais assegurados em âmbito internacional passaram a ser assegurados também em âmbito nacional e estiveram presentes em todas as constituições que vigoraram em nosso país, desde a do Império (1824) até a atual (1988).

Art. 6º São direitos sociais a **educação**, a **saúde**, a **alimentação**, o **trabalho**, a **moradia**, o **transporte**, o **lazer**, a **segurança**, a **previdência social**, a **proteção à maternidade e à infância**, a **assistência aos desamparados**, na forma desta Constituição. (Redação dada pela Emenda Constitucional nº 90, de 2015)

Parágrafo único. Todo brasileiro em situação de vulnerabilidade social terá direito a uma renda básica familiar, garantida pelo poder público em programa permanente de transferência de renda, cujas normas e requisitos de acesso serão determinados em lei, observada a legislação fiscal e orçamentária. (Incluído pela Emenda Constitucional nº 114, de 2021)

1. **EDU** – educação
2. **MORA** – Moradia
3. **LÁ** – lazer
4. **SAÚ** – saúde
5. **TRABALHA** – trabalho
6. **ALÍ** – alimentação
7. **ASSIS** – assistência aos desamparados
8. **PRO** – proteção à maternidade e à infância
9. **SEG** – segurança
10. **PRESO** – previdência social
11. **PROMAI** - proteção à maternidade e à infância,

MNEMÔNICA: DILMA SEM PT: Desamparados - Infância - Lazer - Moradia - Alimentação - Segurança e saúde Educação - Maternidade - Previdência social e Trabalho.

Características

- Direitos de 2ª geração
- Normas de eficácia limitada;
- Normas de aplicabilidade mediata;
- Impõem ao Estado uma Obrigação de fazer;

Princípios que norteiam sua concretização e efetivação

- Reserva do possível;
- Mínimo existencial => *O mínimo existencial não se refere à mera garantia da vida ou sobrevivência, mas de uma vida digna, consubstanciada na dignidade da pessoa humana, atingindo não só a sua dimensão social, mas também econômica e cultural.*
- Vedação do retrocesso;

Art. 7º SÃO DIREITOS DOS TRABALHADORES urbanos e rurais, além de outros que visem à melhoria de sua condição social:

OLHO NA DICA: Os trabalhadores avulsos estão equiparados aos permanentes, pelo inciso XXXIV deste artigo. Os trabalhadores domésticos têm alguns, mas não todos os direitos deste artigo, pelos termos do parágrafo único ao final deste artigo.

I - relação de emprego protegida contra **despedida arbitrária ou sem justa causa**, nos termos de lei complementar, que preverá indenização compensatória, dentre outros direitos;

II - seguro-desemprego, em caso de desemprego involuntário;

III – **FGTS** - fundo de garantia do tempo de serviço;

IV - **salário mínimo**, fixado em lei, nacionalmente unificado, capaz de atender a suas necessidades vitais básicas e às de sua família com moradia, alimentação,

educação, saúde, lazer, vestuário, higiene, transporte e previdência social, com reajustes periódicos que lhe preservem o poder aquisitivo, sendo vedada sua vinculação para qualquer fim;

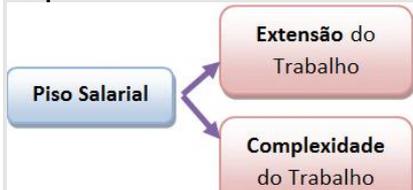
Salário-mínimo é a menor remuneração que se pode pagar prestação de trabalho por alguém.

ESQUEMATIZANDO



V - **piso salarial** proporcional à extensão e à complexidade do trabalho;

Esquemmatizando:



VI - **irredutibilidade do salário**, salvo o disposto em convenção ou acordo coletivo;

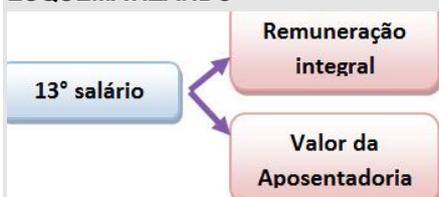
Esquemmatizando



VII - **garantia de salário**, nunca inferior ao mínimo, para os que percebem remuneração variável;

VIII - **décimo terceiro salário** com base na remuneração integral ou no valor da aposentadoria;

ESQUEMATIZANDO



IX - **remuneração do trabalho noturno superior à do diurno**;

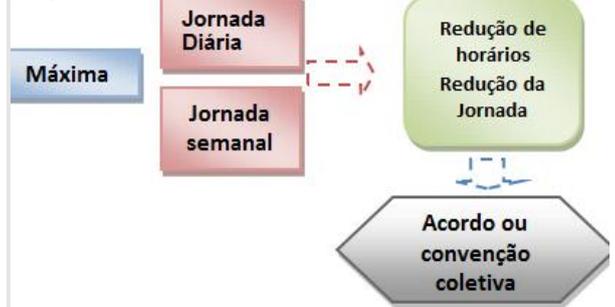
X - **proteção do salário na forma da lei**, constituindo crime sua retenção dolosa;

XI - **participação nos lucros, ou resultados**, desvinculada da remuneração, e, excepcionalmente, participação na gestão da empresa, conforme definido em lei;

XII - **salário-família** pago em razão do dependente do trabalhador de baixa renda nos termos da lei; [\(Redação dada pela Emenda Constitucional nº 20, de 1998\)](#)

XIII - **duração do trabalho normal não superior a oito horas diárias e quarenta e quatro semanais**, FACULTADA a compensação de horários e a redução da jornada, mediante acordo ou convenção coletiva de trabalho;

Esquemmatizando:



XIV - **jornada de seis horas** para o trabalho realizado em **turnos ininterruptos de revezamento**, salvo negociação coletiva;

XV - **repouso semanal remunerado**, preferencialmente aos domingos;

XVI - remuneração do serviço extraordinário superior, no mínimo, em cinquenta por cento à do normal;

Esquemmatizando:



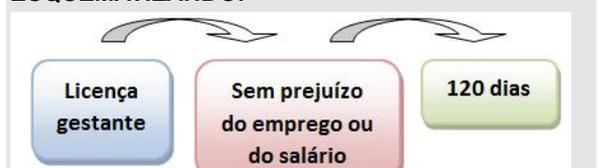
XVII - **gozo de férias anuais remuneradas** com, pelo menos, um terço a mais do que o salário normal;

Esquemmatizando:



XVIII - **licença à gestante**, sem prejuízo do emprego e do salário, com a duração de cento e vinte dias;

ESQUEMATIZANDO:



XIX - **licença-paternidade**, nos termos fixados em lei;

Esquemmatizando:



XX - **proteção do mercado de trabalho da mulher**, mediante incentivos específicos, nos termos da lei;

32 Apostila CAIXA / CESGRANRIO 2024 - DEMONSTRAÇÃO

XXI - aviso prévio proporcional ao tempo de serviço, sendo no mínimo de trinta dias, nos termos da lei;

Esquematisando:



XXII - redução dos riscos inerentes ao trabalho, por meio de normas de saúde, higiene e segurança;

XXIII - adicional de remuneração para as atividades penosas, insalubres ou perigosas, na forma da lei;

XXIV - aposentadoria;

XXV - assistência gratuita aos filhos e dependentes desde o nascimento até 5 (cinco) anos de idade em creches e pré-escolas; [\(Redação dada pela Emenda Constitucional nº 53, de 2006\)](#)

XXVI - reconhecimento das convenções e acordos coletivos de trabalho;

XXVII - proteção em face da automação, na forma da lei;

XXVIII - seguro contra acidentes de trabalho, a cargo do empregador, SEM EXCLUIR A INDENIZAÇÃO a que este está obrigado, quando incorrer em dolo ou culpa;

XXIX - ação, quanto aos créditos resultantes das relações de trabalho, com prazo prescricional de cinco anos para os trabalhadores urbanos e rurais, até o limite de dois anos após a extinção do contrato de trabalho; [\(Redação dada pela Emenda Constitucional nº 28, de 25/05/2000\)](#)

a) (Revogada). [\(Redação dada pela Emenda Constitucional nº 28, de 25/05/2000\)](#)

b) (Revogada). [\(Redação dada pela Emenda Constitucional nº 28, de 25/05/2000\)](#)

XXX - proibição de diferença de salários, de exercício de funções e de critério de admissão por motivo de sexo, idade, cor ou estado civil;

XXXI - proibição de qualquer discriminação no tocante a salário e critérios de admissão do trabalhador portador de deficiência;

XXXII - proibição de distinção entre trabalho manual, técnico e intelectual ou entre os profissionais respectivos;

XXXIII - proibição de trabalho noturno, perigoso ou insalubre a menores de dezoito e de qualquer trabalho a menores de dezesseis anos, salvo na condição de aprendiz, a partir de quatorze anos; [\(Redação dada pela Emenda Constitucional nº 20, de 1998\)](#)

XXXIV - igualdade de direitos entre o trabalhador com vínculo empregatício permanente e o trabalhador avulso.

Parágrafo único. São assegurados à categoria dos trabalhadores domésticos os direitos previstos nos incisos IV, VI, VII, VIII, X, XIII, XV, XVI, XVII, XVIII, XIX, XXI, XXII, XXIV, XXVI, XXX, XXXI e XXXIII e, atendidas as condições estabelecidas em lei e observada a simplificação do cumprimento das obrigações tributárias, principais e acessórias, decorrentes da relação de trabalho e suas

peculiaridades, os previstos nos incisos I, II, III, IX, XII, XXV e XXVIII, bem como a sua integração à previdência social. [\(Redação dada pela Emenda Constitucional nº 72, de 2013\)](#)

Art. 8º É livre a associação profissional ou sindical, observado o seguinte:

I - a lei não poderá exigir autorização do Estado para a fundação de sindicato, ressalvado o registro no órgão competente, vedadas ao Poder Público a interferência e a intervenção na organização sindical;

II - é vedada a criação de mais de uma organização sindical, em qualquer grau, representativa de categoria profissional ou econômica, na mesma base territorial, que será definida pelos trabalhadores ou empregadores interessados, não podendo ser inferior à área de um Município;

III - ao sindicato cabe a defesa dos direitos e interesses coletivos ou individuais da categoria, inclusive em questões judiciais ou administrativas;

IV - a assembléia geral fixará a contribuição que, em se tratando de categoria profissional, será descontada em folha, para custeio do sistema confederativo da representação sindical respectiva, independentemente da contribuição prevista em lei;

V - ninguém será obrigado a filiar-se ou a manter-se filiado a sindicato;

VI - é obrigatória a participação dos sindicatos nas negociações coletivas de trabalho;

VII - o aposentado filiado tem direito a votar e ser votado nas organizações sindicais;

VIII - é vedada a dispensa do empregado sindicalizado a partir do registro da candidatura a cargo de direção ou representação sindical e, se eleito, ainda que suplente, até um ano após o final do mandato, salvo se cometer falta grave nos termos da lei.

Parágrafo único. As disposições deste artigo aplicam-se à organização de sindicatos rurais e de colônias de pescadores, atendidas as condições que a lei estabelecer.

OBSERVAÇÃO:

O Brasil adotou a forma de unicidade sindical.

Observe-se que o art. 8º da CF/88 preconiza o **princípio da liberdade sindical, ou seja, o Estado não pode interferir na liberdade dos sindicatos, tampouco exigir autorização para que eles sejam criados.**

Importante ressaltar que o **princípio da liberdade sindical não possui caráter absoluto**, vez que, conforme mencionado, o nosso ordenamento adota a forma de unicidade sindical, o que, por si só, configura restrição a essa liberdade.

Art. 9º É assegurado o direito de greve, competindo aos trabalhadores decidir sobre a oportunidade de exercê-lo e sobre os interesses que devam por meio dele defender.

§ 1º A lei definirá os serviços ou atividades essenciais e disporá sobre o atendimento das necessidades inadiáveis da comunidade.

§ 2º Os abusos cometidos sujeitam os responsáveis às penas da lei.

Lei nº 7.783/1989, que o regula o direito de greve, define em seu artigo 2º da lei define o legítimo exercício do direito de greve como a *suspensão coletiva, temporária e*

pacífica, total ou parcial, de prestação pessoal de serviços a empregador.

É dado aos trabalhadores decidir sobre a oportunidade de exercer o direito de greve. Não poderá ser decidida a greve sem que os próprios trabalhadores e não os sindicatos a aprovem.

“O exercício do direito de greve, sob qualquer forma ou modalidade, é vedado aos policiais civis e a todos os servidores públicos que atuem diretamente na área de segurança pública”. (RE 693.456)

Art. 10. É assegurada a participação dos trabalhadores e empregadores nos colegiados dos órgãos públicos em que seus interesses profissionais ou previdenciários sejam objeto de discussão e deliberação.

Art. 11. Nas empresas de mais de duzentos empregados, é assegurada a eleição de um representante destes com a finalidade exclusiva de promover-lhes o entendimento direto com os empregadores.

Empresas com mais de 200 empregados deverão constituir uma comissão para representação de seus empregados perante o empregador, com fins de reivindicação, solução de conflitos, aprimoramento da relação e fiscalização.

Esta comissão tem por objetivo prestigiar a reunião dos trabalhadores que poderão propor ou buscar o entendimento junto ao empregador em sua pauta de reivindicações.

Antes da vigência da **Lei nº 13.467/17**, os representantes dos empregados na empresa **não desfrutavam de qualquer prerrogativa sindical ou mesmo proteção contra a despedida imotivada**, circunstância que impedia que os objetivos desse instituto fossem alcançados.

A Lei da Reforma Trabalhista inseriu o **Título IV-A à CLT** contendo diversos artigos para regulamentar o citado preceito constitucional, mas não apenas de um representante mas sim de **uma comissão de representantes (Art. 510-A da CLT)**, cuja composição é definida pela quantidade de empregados da empresa:

I – nas empresas com mais de duzentos e até três mil empregados, por três membros;

II – nas empresas com mais de três mil e até cinco mil empregados, por cinco membros;

III – nas empresas com mais de cinco mil empregados, por sete membros.

Caso a empresa possua empregados em vários Estados da Federação e no Distrito Federal, assegura-se a eleição de uma comissão de representantes dos empregados por Estado ou no Distrito Federal (**Art. 510-A, § 2º**).

QUESTÕES DE CONCURSOS

(...)

PODER LEGISLATIVO: COMPOSIÇÃO (ARTS. 44 A 75)

Dentro do sistema político brasileiro, o **Legislativo é um dos Três Poderes que compõem a administração do nosso país**. Esse sistema foi criado para promover a divisão do poder, estabelecendo três níveis, cada qual com uma atribuição e atuando para controlar os outros. O objetivo disso é evitar concentração do poder e tirania.

O Legislativo é um desses Poderes e, basicamente, sua função é atuar como representante da população, legislando, isto é, estabelecendo leis que beneficiem a sua região de atuação e que visem ao bem-estar coletivo. Além de legislar, entende-se que o Poder Legislativo tem a importante função de regular e fiscalizar o Poder Executivo, conforme veremos.

O Poder Legislativo no Brasil é dividido em:

- **Nível federal:** representado por senadores(as) e deputados(as) federais.
- **Nível estadual:** representado por deputados(as) estaduais e distritais.
- **Nível municipal:** representado por vereadores(as).

Cada um desses atua, portanto, em um nível distinto, sendo que as leis criadas por deputados e deputadas federais e por senadores e senadoras terão validade em todo o território nacional. Além disso, o Legislativo no nível federal funciona dentro do bicameralismo, isto é, existem duas casas legislativas: o **Senado** e a **Câmara dos Deputados**.

Já nos níveis estadual e municipal, o sistema é unicameral, existindo apenas a **Assembleia Legislativa** e a **Câmara Municipal** respectivamente. O sistema que existe no nível federal tem como objetivo fazer maior distribuição do poder e evitar que grupos controlem o Legislativo para impor os seus interesses sobre a sociedade.

Funções do Poder Legislativo

Segundo Vicente Paulo e Marcelo Alexandrino, a Constituição Federal de 1988, ao consagrar o princípio da separação dos poderes, atribuiu funções determinadas a cada um dos poderes (órgãos), mas não de forma exclusiva. Todos possuem, pois, funções próprias ou típicas e, também, funções atípicas, que ora são exercidas para a consecução de suas finalidades precípuas, ora o são para impor limites à atuação dos demais poderes, no âmbito do mecanismo de freios e contrapesos (*checks and balances*).

As **funções típicas do Poder Legislativo** são **legislar** (arts. 59 a 60 da CF) e **fiscalizar** (arts. 58 e 70 a 75 da CF). No desempenho da função legislativa, cabe a ele, obedecidas as regras constitucionais do processo legislativo, elaborar as normas jurídicas gerais e abstratas. Em cumprimento à função fiscalizadora, cabe ao Congresso Nacional realizar a fiscalização contábil, financeira, orçamentária, operacional e patrimonial do Poder Executivo (CF, art. 70), bem como investigar fatos determinados, por meio da criação de comissões parlamentares de inquérito – CPI (CF, art. 58, §3º).

A **função atípica** é administrar e julgar. Ele exerce função atípica administrativa quando, por exemplo, dispõe sobre a sua organização interna ou sobre a criação de cargos públicos de suas Casas, a nomeação, promoção e a exoneração de seus servidores. O desempenho da função atípica de julgamento ocorre, especialmente, quando o Senado Federal julga certas autoridades da República nos crimes de responsabilidade (CF, art. 52, I, II, e parágrafo único).

ATENÇÃO NA DICA: O Poder Legislativo tem a função precípua de **elaborar as leis** do País, nos vários níveis de governo, de fiscalizar e de fazer o controle externo.

A **função legislativa de competência da União** é exercida pelo Congresso Nacional, composto por duas “casas” (sistema bicameral): Câmara dos Deputados e Senado Federal. A primeira casa representa o povo; a segunda, os Estados-membros.

O sistema brasileiro é chamado de bicameral, por estar composto por duas câmaras, isto é, pela Câmara dos Deputados e pelo Senado Federal.

ATENÇÃO NA DICA: O Poder Legislativo pode estruturar-se sob duas formas: unicameral e bicameral. O Brasil adota o sistema bicameral do tipo federativo (art. 44, CF)

A **legislatura** tem a duração de quatro anos - **Art. 44 e parágrafo único da Constituição Federal** - e entendem-se como a espaço temporal para o exercício do Poder Legislativo, ao fim do qual terminam seu curso todos os processos de elaboração das leis, arquivando-se aqueles que estejam em andamento.

A **Sessão Legislativa** é composta por dois períodos, de 02 de fevereiro a 17 de julho e de 1º de agosto a 22 de dezembro, sendo denominados de recesso os intervalos de férias. Os períodos consignados são ditos tempo de atividade anual para as reuniões ordinárias do Congresso.

AS FUNÇÕES (ATRIBUIÇÕES LEGISLATIVAS)

Ao Poder Legislativo é atribuída como função primordial, típica, a de legislar. É o Poder encarregado da elaboração de normas genéricas e abstratas dotadas de força proeminente dentro do ordenamento jurídico, a que se denominam leis.

Lei é todo ato que, oriundo do Legislativo e produzido segundo procedimento descrito na Constituição, inova originariamente a ordem jurídica.

ATENÇÃO: Contudo, é bom lembrar que nem todos os atos produzidos pelo Legislativo são leis.

Secundariamente, o Legislativo administra e julga. São as chamadas funções atípicas.

Administra quando concede férias ou licença aos seus funcionários (**arts. 51, IV, e 52, XIII**); fiscaliza os atos do Poder Executivo (**art. 49, X**); fiscaliza as finanças e orçamentos (**art. 70**).

Julga, quando decide sobre os crimes de responsabilidade (**art. 52, I e II**) e quando processa e julga os Ministros do Supremo Tribunal Federal, o Procurador-Geral da República e o Advogado-Geral da União (**art. 52, II**).

Por outro lado, o Legislativo não tem o monopólio para editar normas gerais e abstratas. O Executivo tem competência para baixar medidas provisórias (**art. 62**) e regulamentos (**art. 84, IV**), que são também atos de caráter genérico e abstrato. Mas, por não serem provenientes do Legislativo, não levam a denominação de lei.

ESTRUTURA DO PODER LEGISLATIVO

A estrutura do Poder Legislativo pode ser: **unicameral** ou **bicameral**.

Unicameral - o Parlamento se compõe de um único órgão. Sistema adotado, principalmente, por pequenos países.

Bicameral - o Parlamento ou Congresso é composto por dois órgãos diferentes: Câmara Baixa e Câmara Alta. O Poder Legislativo se manifesta pela conjunção das vontades das duas Casas do Congresso ou Parlamento, que deliberam, em regra, isoladamente.

Um dos argumentos favoráveis ao bicameralismo é que em virtude da duplicidade de órgãos há também uma duplicidade de discussão e votação dos projetos de lei, fazendo com que a lei produzida seja tecnicamente mais correta e aperfeiçoada.

Bicameralismo do tipo aristocrático - teve origem na Inglaterra, onde o Parlamento foi dividido em duas Casas Legislativas: Câmara dos Lordes (Câmara Alta) e Câmara dos Comuns (Câmara Baixa). A primeira representa a aristocracia e começou com a Câmara dos 25 Barões, formada em 1215; a segunda, representa o povo e é resultado das revoluções populares.

Bicameralismo do tipo federativo - surgiu em 1787, nos Estados Unidos da América do Norte. Ao organizarem a sua República Federativa, ajustaram o sistema bicameral às necessidades daquela forma de Estado. Congresso integrado por uma Câmara dos Representantes da Nação (Câmara Baixa), composta de deputados eleitos em número proporcional à população, e de um Senado (Câmara Alta) com representação igualitária de cada um dos Estados-Membros.

O PODER LEGISLATIVO NO BRASIL, SUA ESTRUTURA E FUNCIONAMENTO

O Brasil adota o sistema bicameral do tipo federativo. Conforme dispõe o artigo 44 da Constituição Federal, o Congresso Nacional se compõe da Câmara dos Deputados e do Senado Federal.

ATENÇÃO: Apenas no âmbito da União é que o Poder Legislativo é **bicameral**. Nos demais entes federativos, o Poder Legislativo é unicameral.

Câmara dos Deputados

A Câmara tem **513 membros**, com mandato de quatro anos, e é a representação dos cidadãos no Congresso. Cada estado elege um número de representantes proporcional ao número de eleitores que possui. São Paulo tem 70 representantes, enquanto Acre, Amapá, Amazonas, Distrito Federal, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Rio Grande do Norte, Rondônia, Roraima, Sergipe e Tocantins têm apenas oito, o número mínimo. Não há número para reeleição de deputados federais.

Senado federal

O Senado, composto de 81 membros com mandato de oito anos, representa os estados. Cada unidade da federação elege igualmente três senadores. Não há limite para reeleição de senadores

Assembleia Legislativa

Nos estados, o Poder Legislativo é exercido pelas assembleias legislativas, formadas pelos deputados estaduais, eleitos para mandato de quatro anos. Os deputados elaboram e votam leis de interesse do estado, inclusive a Constituição estadual. O número de deputados estaduais é definido pela população do estado e varia de 24 a 94.

Câmara dos vereadores

O Poder Legislativo municipal são as câmaras municipais, compostas de vereadores. Eles são responsáveis pelas matérias de alcance do município. Os vereadores discutem as questões locais e devem fiscalizar os atos do Executivo municipal. São eleitos por um período de quatro anos e podem ser eleitos indefinidamente. O número de vereadores de cada município é definido segundo sua população e pode variar de 9 a 55.

Congresso nacional

O **Congresso Nacional** é o órgão constitucional que exerce, no âmbito federal, as funções legislativa e fiscalizatória do Estado Brasileiro, como funções típicas. Exerce, ainda, duas outras funções atípicas: administrar e julgar.

O Congresso Nacional é bicameral, sendo composto por duas casas: o Senado Federal e a Câmara dos Deputados. Isso ocorre em razão da forma de estado adotada pelo país: o federalismo. Assim, o Senado Federal representa os Estados-membros, e os seus integrantes são eleitos pelo sistema majoritário. A Câmara dos Deputados representa o povo, sendo os seus membros eleitos pelo sistema proporcional.

O Congresso reúne-se anualmente na Capital Federal, de 2 de fevereiro a 17 de julho e de 1º de agosto a 22 de dezembro. Antes da EC nº 50/2006, o período era de 15 de fevereiro a 30 de junho e de 1º de agosto a 15 de dezembro (Regimento interno da Câmara dos Deputados).

Cada um desses períodos é chamado de período legislativo, sendo o ano conhecido como sessão legislativa. A legislatura é o período de quatro anos no qual o Congresso se reúne. Quando o Congresso é reunido fora dos períodos legislativos é necessário ser feita uma convocação extraordinária. O Congresso Nacional é comandado pelo presidente do Senado Federal, já que o presidente da Câmara é o terceiro na sucessão presidencial.

DISPOSITIVOS DA CF:

**DO PODER LEGISLATIVO
SEÇÃO I
DO CONGRESSO NACIONAL**

Art. 44. O Poder Legislativo é exercido pelo Congresso Nacional, que se compõe da Câmara dos Deputados e do Senado Federal.

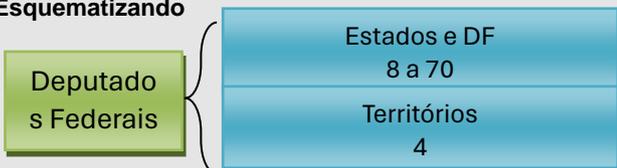
Parágrafo único. Cada legislatura terá a duração de quatro anos.

Art. 45. A Câmara dos Deputados compõe-se de representantes do povo, eleitos, pelo sistema proporcional, em cada Estado, em cada Território e no Distrito Federal.

§ 1º O número total de Deputados, bem como a representação por Estado e pelo Distrito Federal, será estabelecido por lei complementar, proporcionalmente à população, procedendo-se aos ajustes necessários, no ano anterior às eleições, para que nenhuma daquelas unidades da Federação tenha menos de oito ou mais de setenta Deputados.

§ 2º Cada Território elegerá quatro Deputados.

Esquematisando



Art. 46. O Senado Federal compõe-se de representantes dos Estados e do Distrito Federal, eleitos segundo o princípio majoritário.

§ 1º Cada Estado e o Distrito Federal elegerão **três Senadores**, com mandato de **oito anos**.

§ 2º A representação de cada Estado e do Distrito Federal será renovada de quatro em quatro anos, alternadamente, por um e dois terços.

§ 3º Cada Senador será eleito com dois suplentes.

RESUMO RESUMIDO!



*Geralmente

** Exceção: Território: 4 deputados

Art. 47. Salvo disposição constitucional em contrário, as deliberações de cada Casa e de suas Comissões serão tomadas por maioria dos votos, presente a maioria absoluta de seus membros.

Esquematisando

	CÂMARA DOS DEPUTADOS	SENADO FEDERAL
REPRESENTAÇÃO	Povo	Estados e O Distrito Federal
SISTEMA ELEITORAL	Proporcional	Majoritário
MANDATO	4 anos	8 anos
RENOVAÇÃO	De 4 em 4 anos	De 4 em 4 anos, Alternadamente Por 1/3 e 2/3
IDADE MINIMA	21 anos	35 anos
SUPLETES	Os mais votados que não se elegeram	Eleito com dois.

Seção II

DAS ATRIBUIÇÕES DO CONGRESSO NACIONAL

As atribuições do Congresso Nacional vêm especificadas no artigo 48 e 49 da Constituição Federal, sendo que aquelas constantes do artigo 48 exigem a participação do Poder Executivo por meio de sanção presidencial, enquanto que as do artigo 49 tratam de competências exclusivas do Congresso nacional, estabelecidas por meio de Decreto Legislativo.

(...)

CONHECIMENTOS BANCÁRIOS**Teoria esquematizada, dicas e
questões de provas **CESGRANRIO****Prof. Nando
Jacinto Feitosa**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

1 - Estatuto Social da CAIXA (Disponível no sítio da Caixa Econômica Federal).	1
2 - Sistema Financeiro Nacional: Estrutura do Sistema Financeiro Nacional; Órgãos normativos e instituições supervisoras, executoras e operadoras.	2
3 - Mercado financeiro e seus desdobramentos (mercado monetário, de crédito, de capitais e cambial).	39
4 - Os bancos na Era Digital: Atualidade, tendências e desafios.	40
5 - Internet banking.	42
6 - Mobile banking.	42
7 - Novos modelos de negócios.	42
8 - Fintechs, startups e big techs.	43
9 - Sistema de bancos-sombra (Shadow banking).	44
10 - Moedas e ativos digitais: blockchain, bitcoin e demais criptomoedas.	45
11 - Correspondentes bancários.	48
12 - Sistema de pagamentos instantâneos (PIX).	49
13 - Open finance.	53
14 - Moedas digitais dos Bancos Centrais: o Real digital (DREX).	54
15 - Transformação digital no Sistema Financeiro.	55
16 - Moeda e política monetária: Políticas monetárias convencionais e não-convencionais (Quantitative Easing) 57	
17 - Taxa SELIC e operações compromissadas; O debate sobre os depósitos remunerados dos bancos comerciais no Banco Central do Brasil.	57
18- Orçamento público, títulos do Tesouro Nacional e dívida pública.	59
19 - Produtos Bancários: Programas sociais e Benefícios do trabalhador; Noções de cartões de crédito e débito, crédito direto ao consumidor, crédito rural, poupança, capitalização, previdência, consórcio, investimentos e seguros.	60
20 - Noções de Mercado de capitais.	68
21 - Noções de Mercado de Câmbio: Instituições autorizadas a operar e operações básicas.	69
22 - Regimes de taxas de câmbio fixas, flutuantes e regimes intermediários.	71
23 - Taxas de câmbio nominais e reais	72
24 - Impactos das taxas de câmbio sobre as exportações e importações.	73
25 - Diferencial de juros interno e externo, prêmios de risco, fluxo de capitais e seus impactos sobre as taxas de câmbio.	74
26 - Dinâmica do Mercado: Operações no mercado interbancário.	75
27 - Mercado bancário: Operações de tesouraria, varejo bancário e recuperação de crédito.	77
28- Taxas de juros de curto prazo e a curva de juros; taxas de juros nominais e reais.	78

29 - Garantias do Sistema Financeiro Nacional: aval; fiança; penhor mercantil; alienação fiduciária; hipoteca; fianças bancárias.	81
30 - Autorregulação bancária.	84
31 - Lei Complementar nº 7/1970 (PIS).	111
32 - Lei nº 8.036/1990 (FGTS): possibilidades e condições de utilização/saque.	112
33 - Certificado de Regularidade do FGTS.	113
34 - Guia de Recolhimento (GRF).	114
35 - Lei nº 10.836/2004 (Bolsa Família).	114
36 - Produtos: Abertura e movimentação de contas: documentos básicos.	86
37 - Pessoa física e pessoa jurídica: capacidade e incapacidade civil, representação e domicílio.	88
38 - Sistema de pagamentos brasileiro.	91
39 - Lei nº 7.998/1990 (Programa Desemprego e Abono Salarial - beneficiários e critérios para saque).	107
40 - Saúde e bem-estar, ergonomia.	91
41 - Negociação, escuta empática.	92
42 - Noções de estratégia empresarial: análise de mercado, forças competitivas, imagem institucional, identidade e posicionamento.	93
43 - Segmentação de mercado. CRM.	96
44 - Características dos serviços: intangibilidade, inseparabilidade, variabilidade e perecibilidade.	100
45 - Gestão da qualidade em serviços.	101
46 - Lei nº 7.998/1990 (Programa Desemprego e Abono Salarial - beneficiários e critérios para saque)	102

1- ESTATUTO SOCIAL DA CAIXA

Aprovado pela Assembleia Geral Extraordinária realizada em 14.12.2017, arquivado no Registro do Comércio, sob o número nº 1018255 em 23/02/2018, e alterado pelas seguintes Assembleias Gerais e seus respectivos registros: de 19.01.2018 (1016518 em 16/02/2018); de 16.07.2018 (1096696 em 03/09/2018); de 29/04/2019 (1299017 em 13/08/2019), de 17/12/2019 (1372586 em 27/03/2020), de 23/04/2020 (1384051), de 04/08/2021 (1754108 em 19/11/2021).

CAPÍTULO I**DESCRIÇÃO DA EMPRESA****Seção I****Razão Social e Natureza Jurídica**

Art. 1º A Caixa Econômica Federal, doravante denominada CEF, é uma instituição financeira sob a forma de empresa pública, dotada de personalidade jurídica de direito privado, com patrimônio próprio e autonomia administrativa, vinculada ao Ministério da Economia, regida por este Estatuto, pela Lei nº 4.595, de 31 de dezembro de 1964, Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976, Lei nº 13.303, de 30 de junho de 2016, Decreto nº 8.945, de 27 de dezembro de 2016, e demais legislações aplicáveis.

Parágrafo único. A CEF adota como nome fantasia a denominação CAIXA.

Seção II**Sede e Representação Geográfica**

Art. 2º A CEF tem sede e foro em Brasília, Distrito Federal, e pode criar e suprimir filiais, agências, escritórios, representações ou quaisquer outros estabelecimentos no País e no exterior.

Seção III

Prazo de Duração

Art. 3º O prazo de duração da CEF é indeterminado.

Seção IV

Objeto Social e Vedações

Art. 4º A CEF tem por objeto social:

I- receber depósitos, a qualquer título, inclusive os garantidos pela União, em especial os de economia popular, com o propósito de incentivar a população brasileira nos hábitos da poupança e fomentar o crédito em todas as regiões do País;

II- prestar serviços bancários de qualquer natureza, por meio de operações ativas, passivas e acessórias, inclusive de intermediação e suprimento financeiro, sob suas múltiplas formas, e o exercício de quaisquer atividades facultadas às instituições integrantes do Sistema Financeiro Nacional;

III- administrar e prestar os serviços das loterias federais, nos termos da legislação específica;

IV- exercer o monopólio das operações de penhor civil, em caráter permanente e contínuo;

V- realizar quaisquer operações, serviços e atividades negociais nos mercados financeiros e de capitais, internos ou externos;

VI- administrar fundos e programas delegados pelo Governo Federal ou concedidos mediante contrato ou convênio firmado com outros entes e entidades da federação, observadas a sua estrutura e natureza de instituição financeira, bem como a sua capacidade de executar políticas públicas;

VII- realizar operações relacionadas à emissão e à administração de cartões, inclusive os cartões relacionados ao Programa de Alimentação do Trabalhador - PAT, nas modalidades alimentação e refeição;

VIII- realizar operações de câmbio;

IX- realizar operações de corretagem de seguros e de valores mobiliários, arrendamento residencial e mercantil, inclusive sob a forma de **leasing**;

X- atuar como agente financeiro dos programas oficiais de habitação, saneamento e infraestrutura, como principal órgão de execução da política habitacional e de saneamento do Governo Federal, e operar como sociedade de crédito imobiliário para promover o acesso à moradia, especialmente para a população de menor renda;

XI- atuar como agente operador e principal agente financeiro do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS;

XII- prestar serviços e conceder empréstimos e financiamentos de natureza social, de acordo com a política do Governo Federal, observadas as condições de retorno, que deverão, no mínimo, ressarcir os custos operacionais, de captação e de capital alocado;

XIII- manter linhas de crédito específicas às microempresas e às empresas de pequeno porte;

XIV- prestar serviços de custódia de valores mobiliários;

XV- prestar serviços de assessoria, consultoria, administração e gerenciamento de atividades econômicas, de políticas públicas, de previdência e de outras matérias relacionadas a sua área de atuação, diretamente ou mediante convênio ou consórcio com órgãos, entidades ou empresas;

XVI- atuar na exploração de mercado e banco digitais voltados para seus fins comerciais e institucionais;

XVII- atuar em projetos e programas de cooperação técnica internacional para auxiliar na solução de problemas sociais e econômicos; e

XVIII- realizar, na forma fixada pelo Conselho Diretor e

aprovada pelo Conselho de Administração da CEF, aplicações não reembolsáveis ou parcialmente reembolsáveis destinadas especificamente a apoiar projetos e investimentos de caráter socioambiental, que se enquadrem em seus programas e ações, que beneficiem prioritariamente a população de baixa renda, e principalmente nas áreas de habitação de interesse social, saneamento ambiental, gestão ambiental, geração de trabalho e renda, saúde, educação, desportos, cultura, justiça, segurança pública, alimentação, desenvolvimentos institucional, urbano e rural, e outras vinculadas ao desenvolvimento sustentável.

§ 1º No desempenho de seus objetivos, a CEF opera ainda no recebimento de depósitos: I- judiciais, na forma da lei; e

II- de disponibilidades de caixa dos órgãos ou entidades do Poder Público e das empresas por ele controladas, observada a legislação pertinente.

§ 2º A CEF poderá, para a consecução do seu objeto social, constituir subsidiárias, assumir o controle acionário e/ou participar do capital de outras empresas, relacionadas ao seu objeto social, nos termos da Constituição da República e da legislação aplicável.

Art. 5º A CEF é instituição integrante do Sistema Financeiro Nacional e auxiliar da execução de políticas do Governo Federal, e sujeita-se às normas e decisões dos órgãos competentes e à fiscalização do Banco Central do Brasil.

Art. 6º À CEF é vedado, além das proibições fixadas em lei:

I- realizar operações com garantia exclusiva de ações de outras instituições financeiras;

II- realizar operações, prestar serviços ou transferir recursos a suas partes relacionadas em desacordo com o conteúdo da política definida em âmbito interno; e

III- participar do capital de outras sociedades não relacionadas ao seu objeto social.

Parágrafo único. A vedação do inciso III do **caput** não alcança as participações societárias, no Brasil ou no exterior, em:

I- sociedades das quais a CEF participe na data da aprovação do presente Estatuto; e

II- sociedades em que a participação decorra de amparo em dispositivo legal ou de operações de renegociação ou recuperação de créditos, tais como dação em pagamento, arrematação ou adjudicação judicial e conversão de debêntures em ações.

(...)

2 - SISTEMA FINANCEIRO NACIONAL: ESTRUTURA DO SISTEMA FINANCEIRO NACIONAL; ÓRGÃOS NORMATIVOS E INSTITUIÇÕES SUPERVISORAS, EXECUTORAS E OPERADORAS.

INTRODUÇÃO

O Sistema Financeiro Nacional, ou apenas SFN, é a **rede de instituições públicas e privadas** responsável por **fiscalizar e fazer a regulação** das operações do mercado financeiro no Brasil.

Esse sistema surgiu ainda no século XIX, com a chegada da família real portuguesa e abertura da primeira instituição bancária do país, em 1808. Mas foi a partir da

década de 1960, com a **Lei nº 4.595/64**, que o SFN foi estruturado e regulado.

Atualmente, o Sistema Financeiro Nacional organiza e controla as transações financeiras em três grandes áreas:

- Moeda, crédito, capitais e câmbio;
- **Seguros privados**;
- Previdência fechada.

Para exercer suas funções, o SFN conta com uma estrutura composta por entidades normativas, supervisoras e operadoras, como explicaremos na sequência.

HISTÓRIA DO SISTEMA FINANCEIRO NACIONAL – SFN

As funções do Sistema Financeiro Nacional tiveram sua origem no início do século XVI, com a chegada da corte portuguesa ao país e a criação do Banco do Brasil. Com o passar dos anos, outros bancos públicos e privados foram surgindo. Além disso, foi criada a Caixa Econômica Federal.

Após o término da Segunda Guerra Mundial, aconteceu então um grande progresso nos sistemas financeiros mundiais, com a criação de importantes instituições, como o Fundo Monetário Internacional (FMI) e o Banco Mundial.

Quase que simultaneamente, ocorria no Brasil a criação da Superintendência da Moeda e do Crédito (SUMOC), que futuramente cederia lugar ao BACEN.

Outros fatores de extrema importância ao Sistema Financeiro Nacional do Brasil também são a criação do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), o Conselho Monetário Nacional (CMN) como órgão máximo do SFN, a Comissão de Valores Mobiliários (CVM) e o Banco Central do Brasil (BACEN).

Um importante marco na política monetária nacional que trouxe ao país uma estabilidade econômica foi a criação do Plano Real, no governo de Fernando Henrique Cardoso (FHC) e também do COPOM (Comitê de Política Monetária), bem como o estabelecimento de metas de inflação.

ESTRUTURA DO SFN.

O Sistema Financeiro Nacional (SFN) é formado por um conjunto de entidades e instituições que promovem a intermediação financeira, isto é, o encontro entre credores e tomadores de recursos. É por meio do sistema financeiro que as pessoas, as empresas e o governo circulam a maior parte dos seus ativos, pagam suas dívidas e realizam seus investimentos.

O SFN é organizado por agentes normativos, supervisores e operadores. Os **órgãos normativos** determinam regras gerais para o bom funcionamento do sistema. As **entidades supervisoras** trabalham para que os integrantes do sistema financeiro sigam as regras definidas pelos órgãos normativos. Os **operadores** são as instituições que ofertam serviços financeiros, no papel de intermediários.

É BOM SABER:

INSTITUIÇÃO FINANCEIRA são pessoas jurídicas (públicas e privadas) que desempenham como atividade principal ou acessória:

> **Intermediação ou aplicação** de recursos financeiros (próprio ou de terceiros, podendo se moeda nacional ou estrangeira);

> **Custódia de valores** de terceiros.

FIQUE ATENTO!

São equiparadas as instituições financeiras as **pessoas que exercem qualquer dessas atividades**, mesmo em caráter eventual.

IMPORTANTE:

Para uma instituição financeira atual no Brasil, há necessidade de autorização do BACEN. Porém, se a instituição **financeira for estrangeira**, haverá necessidade de Decreto do poder Executivo.

INTEGRAM O SISTEMA FINANCEIRO NACIONAL:

I – AUTORIDADES MONETÁRIAS

- ✓ Conselho Monetário Nacional (CMN);
- ✓ Banco Central do Brasil (BACEN).

II – AUTORIDADES DE APOIO

- ✓ Conselho de Recursos do Sistema Financeiro Nacional (CRSFN);
- ✓ Comissão de Valores Mobiliários (CVM);
- ✓ Banco do Brasil S.A. (BB);
- ✓ Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES);
- ✓ Caixa Econômica Federal (CEF).

III – INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS MONETÁRIAS

- ✓ Bancos Múltiplos com carteira comercial;
- ✓ Bancos Comerciais (BC);
- ✓ Caixas Econômicas Estaduais (CEF);
- ✓ Cooperativas de Crédito (CC);
- ✓ Bancos Comerciais Cooperativos (BCC).
- ✓ Banco de Câmbio.

IV – INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS NÃO-MONETÁRIAS

- ✓ Bancos Múltiplos sem Carteira Comercial;
- ✓ Bancos de Desenvolvimento (BD);
- ✓ Bancos de Investimento (BI);
- ✓ Sociedades de Crédito, Financiamento e Investimento (SCFI);
- ✓ Sociedades de Crédito Imobiliário (SCI);
- ✓ Associações de Poupança e Empréstimo (APE);
- ✓ Companhia Hipotecária

V - INSTITUIÇÕES AUXILIARES

- ✓ Bolsas de Mercadorias e de Futuros (BM&F);
- ✓ Bolsas de Valores (BV);
- ✓ Sociedades Corretoras de Títulos e Valores Mobiliários (CTVM);
- ✓ Sociedades Distribuidoras de Títulos e Valores Mobiliários (DTVM);
- ✓ Sociedades de Arrendamento Mercantil (Leasing);
- ✓ Agência de fomento

VI – AUTORIDADES DO SISTEMA DE SEGURO, PREVIDÊNCIA E CAPITALIZAÇÃO.

- ✓ Conselho Nacional de Seguros Privados (CNSP);
- ✓ Conselho Nacional da previdência Complementar (CNPC);
- ✓ Superintendência de Seguros Privados (SUSEP);
- ✓ Superintendência de Previdência complementar (PREVIC);

- ✓ Instituto de Resseguros do Brasil (IRB).

VII – ENTIDADES DO SISTEMA DE SEGURO, PREVIDÊNCIA E CAPITALIZAÇÃO

- ✓ Entidades Abertas de Previdência Complementar (EAPC);
- ✓ Entidades Fechadas de Previdência Complementar (EFPC);
- ✓ Sociedades Seguradoras (SS);
- ✓ Sociedades de Capitalização (SC);

VIII - ENTIDADES ADMINISTRADORAS DE RECURSOS DE TERCEIROS

- ✓ Fundos Mútuos de investimento
- ✓ Administradores de seguro saúde

ÓRGÃOS REGULADORES (aqueles que têm poder nominativo):

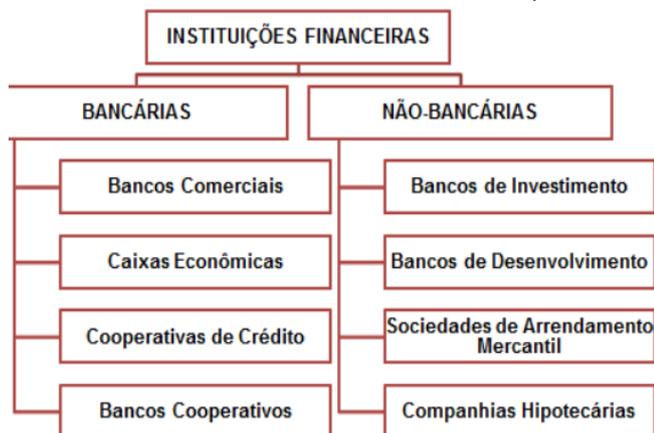
- ✓ 1. **Conselho Monetário Nacional:** é o órgão supremo do SFN. Sua finalidade é fixar as diretrizes para as políticas monetárias, creditícia (regular crédito) e cambial do País, reúne-se ordinariamente 01 UMA vez por mês.
- ✓ 2. **Banco Central do Brasil (BACEN):** é o órgão executivo central do sistema financeiro. Funciona como uma secretaria executiva do CMN, cabendo-lhe a responsabilidade de cumprir as disposições que regulam o funcionamento do SFN e as normas expedidas pelo conselho. É considerado o Banco dos Bancos.
- ✓ 3. **Comissão de Valores Mobiliários:** é uma autarquia vinculada ao Ministério da Fazenda. Tem por finalidade disciplinar, fiscalizar e desenvolver o mercado de valores mobiliários (ações e debêntures estão relacionadas ao CVM)

ENTIDADES SUPERVISORAS

- ✓ Banco Central do Brasil
- ✓ CVM - Comissão de Valores Mobiliários
- ✓ SUSEP - Superintendência de Seguros Privados
- ✓ PREVIC – Sup. da Previdência Complementar
- ✓ IRB-BRASIL.

INSTITUIÇÕES NORMATIZADORAS

- ✓ Conselho Monetário Nacional
- ✓ Conselho Nacional de Seguros Privados
- ✓ Conselho Nacional da Previdência Complementar.



QUESTÕES DE CONCURSOS

01. (Escrit.BB) O Sistema Financeiro Nacional (SFN) é composto por órgãos de regulação, por instituições financeiras, e auxiliares, públicas e privadas, que atuam na intermediação de recursos dos agentes econômicos (pessoas, empresas, governo). Com relação ao SFN, julgue os itens que se seguem.
- I) O SFN atua na intermediação financeira, ou seja, no processo pelo qual os agentes que estão superavitários, com sobra de dinheiro, transferem esses recursos para aqueles que estejam deficitários, com falta de dinheiro.
02. (Escrit.BB) O Sistema Financeiro Nacional (SFN) é composto pelo conjunto de instituições que realizam a intermediação financeira e pelos órgãos que normatizam e fiscalizam esse processo. A respeito do SFN, julgue os seguintes itens, considerando a reforma bancária instituída pela Lei n.º 4.595/1964.
- I) Segundo a referida lei, são instituições financeiras as pessoas jurídicas públicas ou privadas que tenham como atividade principal ou acessória a coleta, a intermediação ou a aplicação de recursos financeiros próprios ou de terceiros, em moeda nacional ou estrangeira, e a custódia de valor de propriedade de terceiros.
03. (Escrit.BB) O Sistema Financeiro Nacional é integrado por
- Ministérios da Fazenda e do Planejamento, Orçamento e Gestão.
 - Secretaria do Tesouro Nacional e Conselho Monetário Nacional.
 - órgãos normativos, entidades supervisoras e operadores.
 - Receita Federal do Brasil e Comissão de Valores Mobiliários.
 - Secretarias estaduais da Fazenda e Ministério da Fazenda.
04. (Escrit.BB) Para atuar no Sistema Financeiro Nacional os bancos estrangeiros dependem de
- depósito prévio de garantias em dinheiro ou representado por títulos públicos
 - decreto do Poder Executivo.
 - autorização autônoma do Banco Central do Brasil.
 - decisão do ministro da Fazenda.
 - formalização de tratado tributário entre os países

Gabarito: 01/V; 02/V; 03/C; 04/B

ATRIBUIÇÕES DO SISTEMA FINANCEIRO NACIONAL

O principal objetivo do Sistema Financeiro Nacional é **facilitar o fluxo do dinheiro em nosso país.**

Isso, contudo, é apenas uma simplificação. Basta julgar o número de instituições que constituem esse sistema, para saber que essa tarefa é muito mais complexa do que uma frase concisa assim pode sugerir.

Para assegurar a circulação eficiente da moeda no Brasil, o SFN organiza sua estrutura em três categorias de órgãos, cada uma com responsabilidades específicas que, em conjunto, garantem o adequado funcionamento de todo o sistema. Estas categorias incluem: **os órgãos normativos, os órgãos superiores e os operadores.**

INSTITUIÇÕES QUE COMPÕEM O SISTEMA FINANCEIRO NACIONAL

O Sistema Financeiro Nacional é composto por diferentes instituições públicas e privadas. Cada uma delas desempenha funções específicas para garantir que todas as operações necessárias à circulação da moeda e funcionamento do crédito sejam realizadas sem problemas.

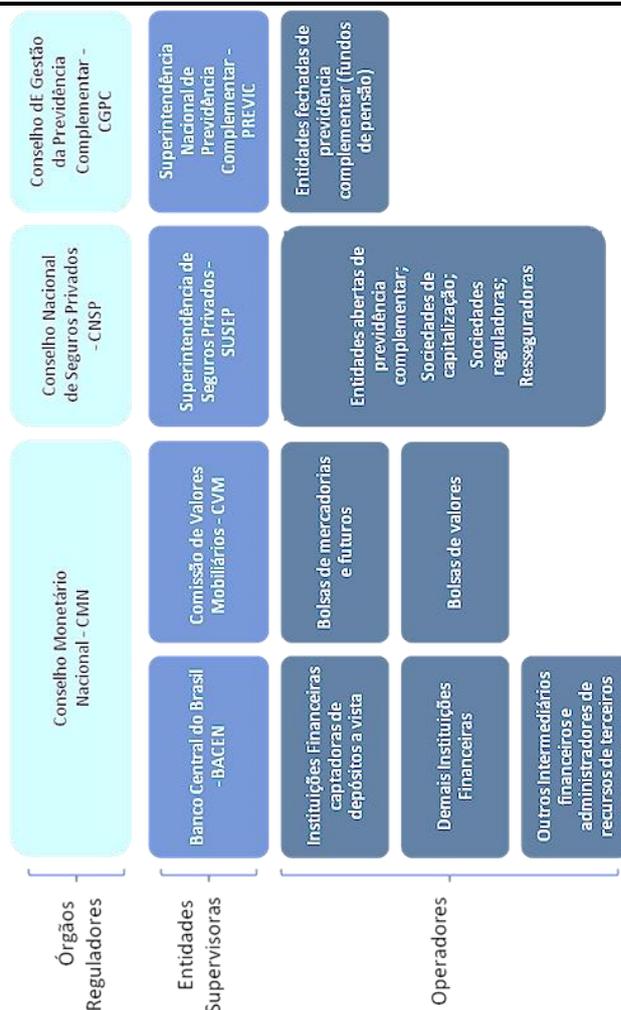
As entidades que compõem o SFN se dividem em três grupos.

O primeiro deles são os **ÓRGÃOS NORMATIVOS (ou reguladores)**, que fazem a definição das políticas e diretrizes do sistema financeiro. São eles: Conselho Monetário Nacional (CMN), Conselho Nacional de Seguros Privados (CNSP) e Conselho Nacional de Previdência Complementar (CNPC).

O segundo grupo corresponde às **INSTITUIÇÕES SUPERVISORAS**. São elas que assumem funções executivas, como de fiscalização, e funções normativas, visando regulamentar as decisões tomadas pelas entidades normativas ou pelas próprias atribuições outorgadas pela Lei.

Atualmente, o Banco Central do Brasil (Bacen), Comissão de Valores Mobiliários (CVM), Superintendência de Seguros Privados (Susep) e Superintendência Nacional de Previdência Complementar (Previc) respondem como **órgãos supervisores do SFN**.

O terceiro grupo é o de **ORGANIZAÇÕES OPERADORAS**. Aqui estão todas as instituições financeiras responsáveis pela prestação de serviços e intermediação entre agentes deficitários (quem precisa de recursos) e agentes superavitários (quem tem o capital para emprestar), como bancos, cooperativas, seguradoras, Bolsa de Valores e instituições de pagamento.



1. ÓRGÃOS NORMATIVOS

1.1 CONSELHO MONETÁRIO NACIONAL (CMN)

O Conselho Monetário Nacional (CMN) é o órgão superior do Sistema Financeiro Nacional (SFN) e tem a responsabilidade de formular a política da moeda e do crédito. Seu objetivo é a estabilidade da moeda e o desenvolvimento econômico e social do país.

Como funciona o CMN

Os membros do CMN reúnem-se uma vez por mês para deliberar sobre assuntos como adaptar o volume dos meios de pagamento às reais necessidades da economia; regular o valor interno e externo da moeda e o equilíbrio do balanço de pagamentos; orientar a aplicação dos recursos das instituições financeiras; propiciar o aperfeiçoamento das instituições e dos instrumentos financeiros; zelar pela liquidez e solvência das instituições financeiras; e coordenar as políticas monetária, creditícia, orçamentária e da dívida pública interna e externa.

Em casos extraordinários, pode acontecer mais de uma reunião por mês. As matérias aprovadas são regulamentadas por meio de Resoluções CMN divulgadas no Diário Oficial da União (DOU) e no Busca de normas do Conselho e do Banco Central (BC).

Atribuições:

- ✓ Autorizar a emissão de papel moeda;
- ✓ Coordenar as políticas de dívida pública interna e externa;

- ✓ Definir as metas da taxa básica de juros (Selic) e da inflação;
- ✓ Determinar as políticas cambiais, creditícias e monetárias;
- ✓ Estabelecer critérios para constituição, funcionamento e fiscalização de intermediários financeiros;
- ✓ Garantir a liquidez de instituições financeiras.
- ✓ Gerenciar os investimentos do Governo Federal;
- ✓ Instaurar diretrizes de contabilidade e estatística a serem seguidas por instituições financeiras no país;
- ✓ Normatizar o mercado de capitais;
- ✓ Promover estabilidade financeira;
- ✓ Regular as instituições financeiras — incluindo bancos, cooperativas de crédito, corretoras de valores e seguradoras.
- ✓ Entre outras

Organização

A Secretaria-Executiva da Comoc e do CMN é exercida pelo Banco Central. Compete à autoridade monetária organizar e assessorar as sessões deliberativas (preparar, dar suporte, elaborar as atas e manter o arquivo histórico, entre outras funções administrativas).

LEI Nº 9.069, DE 29 DE JUNHO DE 1995.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

CAPÍTULO II

Da Autoridade Monetária

Art. 8º O **Conselho Monetário Nacional**, criado pela [Lei nº 4.595, de 31 de dezembro de 1964](#), passa a ser integrado pelos seguintes membros:

(....)

4. AGENTES ESPECIAIS OU AUTORIDADES DE APOIO

São considerados agentes especiais Banco do Brasil S/A, Banco do Amazônia, Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico Social, Caixa Econômica Federal, Banco do Nordeste do Brasil e Conselho de Recursos do Sistema Financeiro Nacional.

1. BANCO DO BRASIL

O Banco do Brasil S.A. é uma sociedade de economia mista, com personalidade jurídica de direito privado, vinculado ao Ministério da Fazenda. Configura-se, em sua concepção moderna, como banco múltiplo, atuando em praças do País e no Exterior. O Banco do Brasil é uma sociedade anônima de capital aberto (suas ações são negociadas em Bolsas de Valores), dividido em ações ordinárias nominativas (com direito a voto) e preferências nominais, todas sem valor nominal. Como a União é seu maior acionista, incumbe ao Banco executar a política oficial de crédito rural e ainda operar em muitos casos, como agente financeiro do Governo Federal, sob a supervisão do Conselho Monetário Nacional.

Esta instituição teve uma função típica de autoridade monetária até janeiro de 1986, quando, por decisão do CMN, foi suprimida a conta movimento, que colocava o BB na posição privilegiada de banco co-responsável pela emissão de moeda, via ajustamento das contas das autoridades monetárias e do Tesouro Nacional.

Características:

- ✓ Sociedade de Economia Mista;
- ✓ Personalidade Jurídica de Direito Privado;
- ✓ Sociedade Anônima de Capital Aberto;
- ✓ Banco Múltiplo;
- ✓ Principal executor da política oficial de Crédito Rural;
- ✓ Agente financeiro do Governo Federal;
- ✓ Principal executor dos serviços bancários de interesse do Governo Federal.

Funções:

- ✓ Executar os serviços de compensação;
- ✓ Executar a política de comércio exterior;
- ✓ Executar a política de preços mínimos dos produtos agropecuários;
- ✓ Executar o serviço da dívida pública consolidada;
- ✓ Ser agente pagador e recebedor fora do país;
- ✓ Adquirir e financiar estoque de produtos exportáveis;
- ✓ Financiar as atividades industriais e rurais;
- ✓ Receber os depósitos voluntários das instituições financeiras;
- ✓ Receber em depósito, com exclusividade, as disponibilidades de entidades federais;
- ✓ Arrecadar tributos e rendas federais;
- ✓ Administrar os recursos do PASEP;
- ✓ Conceder aval, fiança e outras garantias;
- ✓ Efetuar os pagamentos necessários à execução do Orçamento da União;
- ✓ Realizar, por conta própria e por conta do BACEN, operações de compra e venda de moedas estrangeiras;
- ✓ Realizar as operações dos fundos de Investimento setorial, como Pesca e Reflorestamento;
- ✓ Captar de depósitos de poupança direcionada ao crédito rural e a operação do Fundo Constitucional do Centro-Oeste.

O BB participa de empresas controladas e coligadas, em diversos ramos como:

- Companhia de Seguros Aliança do Brasil
- Brasilsaúde (seguros de saúde)
- Brasilveículos (seguros de veículos)
- Brasilprev (previdência)
- Brasilcap (capitalização)
- Cobra Tecnologia
- BB Cartões
- BB Turismo
- BB DTVM
- Banco Votorantim
- BV Financeira
- Banco Patagonia
- De forma a aumentar sua presença no mercado de crédito, o BB ampliou sua atuação por meio de novos produtos e serviços, tais como a criação da BB Consórcios e do Banco Popular do Brasil (BPB).

OBS: O BB até 1986 era conhecido como **autoridade monetária**.

QUESTÕES DE CONCURSOS

01. (Escrit.CAIXA) O Conselho Monetário Nacional (CMN) planeja, elabora, implementa e julga a consistência de toda a política monetária, cambial e creditícia do país. É um órgão que domina toda a política monetária e ao qual se submetem todas as instituições que o compõem. Uma das atribuições do CMN é

- a) administrar carteiras e a custódia de valores mobiliários.
- b) estabelecer normas a serem seguidas pelo Banco Central (BACEN) nas transações com títulos públicos.
- c) executar a política monetária estabelecida pelo Banco Central.
- d) regular a execução dos serviços de compensação de cheques e outros papéis.
- e) propiciar liquidez às aplicações financeiras, fornecendo, concomitantemente, um preço de referência para os ativos negociados no mercado.

02. (CEF/CESGRANRIO) Atualmente, o Conselho Monetário Nacional é composto por três representantes. O presidente do Conselho é o

- a) ministro da Fazenda
- b) ministro do Planejamento
- c) presidente do BNDES
- d) presidente da República
- e) presidente do Banco Central

Gabarito: 01/B/ 02/A

2. BASA – BANCO DO AMAZÔNIA

O BASA é a principal instituição financeira federal de fomento com a missão de promover o desenvolvimento da região amazônica.

Opera com exclusividade o Fundo Constitucional de Financiamento do Norte – FNO, que tem como objetivo atender, necessariamente, aos empreendimentos que se voltem para o desenvolvimento sustentado, que, comprovadamente, harmonize-se com condições ambientais da região.

Atribuições:

- conceder financiamentos, exclusivamente, aos setores produtivos da região;
- ação integrada com instituições federais sediadas na região;
- conjugar crédito com a assistência técnica, no caso de setores tecnologicamente carentes;
- apoiar a criação de novos centros, atividades e pólos dinâmicos, notadamente em áreas interioranas, que estimulem a redução das disparidades intrarregionais de renda, entre outras.

3. BNDES – BANCO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO SOCIAL

O BNDES é responsável pela política de investimentos de Longo Prazo do Governo e, a partir do Plano Collor, também pela gestão do processo de privatização. É a principal instituição financeira de fomento do Brasil.

O Banco foi criado em 1952 durante o segundo governo Vargas sob o nome Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico (BNDE), com a incumbência de elaborar projetos e implementar políticas de desenvolvimento no país.

O BNDES não é nem estadual, nem uma sociedade anônima (S/A), e, por isso, não está incluído na classificação jurídica brasileira dos bancos de desenvolvimento (como os bancos estaduais citados anteriormente), embora tenha nascido como um, atue como um e leve, inclusive, “desenvolvimento” no nome.

SE LIGA NA DICA: A correta classificação do BNDES é **empresa pública e entidade autárquica do Governo Federal**. Em outros termos, é uma entidade governamental criada para desempenhar certo papel *como se fosse* uma empresa privada, embora seja administrada, controlada e financiada pelo Governo Federal.

Atribuições:

As **atividades e aquisições atualmente financiadas pelo BNDES** são:

- Investimentos para implantação, expansão, modernização e/ou recuperação de empreendimentos, infraestrutura, empresas e instituições públicas e privadas, incluindo estudos, projetos, obras civis, instalações, treinamento, entre outros;
- Produção ou aquisição de máquinas e equipamentos novos (inclusive veículos utilitários, ônibus, caminhões e aeronaves), de fabricação nacional e credenciados pelo BNDES;
- Bens novos, insumos, serviços, softwares;
- Capital de giro;
- Exportação de bens e serviços nacionais; e
- Aquisição de bens e serviços importados e despesas de internação (através de linhas e condições específicas para esse fim), desde que haja comprovação de inexistência de similar nacional.

Também é importante mencionar o que o BNDES **não financia**:

- Comércio de armas;
- Motéis, saunas e termas;
- Jogos de prognósticos (apostas) e assemelhados; e
- Atividade bancária/financeira, ressalvado o apoio ao microcrédito.

3. CEF – CAIXA ECONÔMICA FEDERAL

A Caixa Econômica Federal é uma **Empresa Pública (100% do Governo Federal)**, sob a forma jurídica de direito privado, integrante do Sistema Financeiro Nacional é um órgão auxiliar de execução da política de crédito social do Governo Federal, Financia setores como habitação e saneamento básico, que foi fundada 1861.

PRESTE ATENÇÃO: A Caixa Econômica Federal é a instituição financeira responsável pela operacionalização das políticas do Governo Federal para habitação popular e saneamento básico, caracterizando-se, cada vez mais, como o banco de apoio ao trabalhador de baixa renda.

A Caixa é a instituição financeira responsável pela operacionalização das práticas do Governo Federal para habitação popular e saneamento básico, caracterizando-se cada vez mais como o banco de apoio ao trabalhador de baixa renda.

Podem operar no crédito direto ao consumidor, financiando bens de consumo duráveis, emprestar sob

garantia de penhor industrial e caução de títulos, bem como têm o monopólio das operações de empréstimo sob penhor de bens pessoais e sob consignação.

À CEF é permitido atuar nas áreas de atividades relativas a bancos comerciais, sociedades de crédito imobiliário e de saneamento e infra-estrutura urbana, além de prestação de serviços de natureza social delegada pelo Governo Federal.

Suas **principais atividades** estão relacionadas com a captação de recursos em cadernetas de poupança, em depósitos judiciais e a prazo e sua aplicação em empréstimos vinculados, substancialmente à habitação. Os recursos obtidos junto ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – FGTS – são direcionados, quase na sua totalidade, para as áreas de saneamento e infra-estrutura urbana.

A Caixa Econômica Federal exerce a administração de fundos e de programas, entre os quais se destacam:

- ✓ Administrar o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS);
- ✓ Administrar o Programa de Integração Social (PIS);
- ✓ Administrar o Fundo de Desenvolvimento Social (FDS);
- ✓ Administrar as loterias
- ✓ Bolsa Família;
- ✓ Seguro desemprego
- ✓ Depósitos judiciais
- ✓ Penhor de jóias.
- ✓ Todas as operações de câmbio.

OBS: A CEF é autorizada a realizar operações de leasing imobiliário sob legislação específica.

Funções da CEF

São funções da Caixa Econômica Federal:

- ✓ Receber em depósito, com a garantia da União, economias populares, incentivando os hábitos de poupança;
- ✓ Conceder empréstimos e financiamentos de natureza assistencial, cooperando com as entidades de direito público e privado na solução de problemas sociais e econômicos;
- ✓ Operar no setor habitacional como sociedade de crédito imobiliário, com objetivo de facilitar e promover a aquisição da casa própria, especialmente pelas classes de menor renda da população;
- ✓ Explorar, com exclusividade, os serviços de loterias, nos termos da legislação;
- ✓ Exercer o monopólio das operações sobre penhores civis;
- ✓ Prestar serviços que se adaptem à sua estrutura de natureza financeira, delegados pelo governo federal ou por convênios com outras entidades ou empresas;
- ✓ Realizar, no mercado financeiro, com entidade integrante do Sistema Financeiro Nacional, quaisquer operações, no plano interno e externo, podendo estipular cláusulas de reajustes monetários;
- ✓ Realizar, no mercado de capitais, para investimento ou revenda, as operações de subscrição, aquisição e distribuição de ações, obrigações e quaisquer outros títulos e valores mobiliários;

- ✓ Realizar, na qualidade de agente financeiro do Tesouro Nacional, por conta e ordem deste e sob supervisão do CMN, quaisquer operações ou serviços, nos mercados financeiros e de capitais, que lhe forem delegados mediante convênio;
- ✓ Coordenar e executar o Plano Nacional de Habitação Popular e o Plano de Saneamento Básico;
- ✓ Administrar o FGTS, PIS e FDS, como também pagar o seguro desemprego.

QUESTÕES DE CONCURSOS

- 01.** A **Caixa Econômica Federal** é a instituição financeira responsável pela operacionalização das políticas do Governo Federal, principalmente, para habitação, saneamento básico e apoio ao trabalhador. As principais atividades da Caixa Econômica Federal estão relacionadas a:
- (A) elaboração de políticas econômicas que irão auxiliar o Governo Federal na composição do orçamento público e na aplicação dos recursos em atividades sociais, como esporte e cultura.
- (B) elaboração de políticas para o mercado financeiro, viabilizando a captação de recursos financeiros, administração de loterias, fundos, programas e aplicação dos recursos e obras sociais.
- (C) captação de recursos financeiros para as transferências internacionais auxiliando os trabalhadores brasileiros residentes no exterior.
- (D) administração de loterias, fundos (FGTS), programas (PIS) e captação de recursos em cadernetas de poupança, em depósitos à vista e a prazo e sua aplicação em empréstimos vinculados substancialmente à habitação.
- (E) estruturação do Sistema Financeiro Nacional, auxiliando o Banco Central na elaboração de normas e diretrizes para administração de fundos e programas como FGTS e PIS.
- 02.** (BANPARÁ - Técnico Bancário) A Caixa Econômica Federal, é uma instituição semelhante aos bancos comerciais, podendo captar depósitos à vista, realizar operações ativas e efetuar prestação de serviços. Uma característica distintiva da Caixa é que ela prioriza a concessão de empréstimos e financiamentos a programas e projetos nas áreas de assistência social, saúde, educação, trabalho, transportes urbanos e esporte. Com essa informação assinale a alternativa correta a respeito da finalidade da Caixa Econômica Federal:
- A Exercer o monopólio das operações sobre penhores civis, com caráter permanente e da continuidade.
- B Explorar, em parceria com bancos comerciais, os serviços da Loteria Federal do Brasil e da Loteria Esportiva Federal nos termos da legislação pertinente.
- C Conceder empréstimos e financiamentos aos representantes do sistema financeiro nacional, cooperando com as entidades de direito privado na solução dos problemas sociais e econômicos.
- D Receber em depósito sob a garantia da União, economias populares, incentivando os hábitos de aplicações no mercado de capitais, cooperando assim, como o desenvolvimento da indústria nacional.
- E Operar no setor industrial, como sociedade de crédito e principal agente do Banco Nacional de Desenvolvimento, com o objetivo de facilitar e promover a aquisição de crédito, especialmente para as micro e pequenas empresas.

Gabarito: 01/D; 02/A

4. BANCO DO NORDESTE DO BRASIL - BNB

O Banco do Nordeste foi criado pela Lei Federal nº 1649, de 19.07.1952, para atuar no chamado Polígono das Secas, designação dada a perímetro do território brasileiro atingido periodicamente por prolongados períodos de estiagem. A empresa assumia então a atribuição de prestação de assistência às populações dessa área, por meio da oferta de crédito.

Os financiamentos oficiais concedidos pelo BNB têm como funding o Fundo Constitucional de Financiamento do Nordeste – FNE. Este fundo tem como objetivo financiar os setores produtivos privados, promovendo o desenvolvimento, a geração de emprego e renda e a modernização da área tecnológica do Nordeste.

Missão, Visão e Valores Organizacionais

Missão

Atuar como o banco de desenvolvimento da Região Nordeste.

Visão

Ser o banco preferido do Nordeste, reconhecido pela sua capacidade de promover o bem-estar das famílias e a competitividade das empresas da Região.

Valores Organizacionais

Justiça - Governança - Honestidade - Sustentabilidade - Igualdade - Democracia - Transparência - Compromisso - Respeito - Cooperação - Confiança - Disciplina - Civilidade.

Atribuição:

- conceder financiamento de longo prazo a micro, pequeno e médio empresários, preferencialmente que atuem nas áreas agroindustrial, mineral, indústria e agropecuária da região Nordeste.

5. CONSELHO DE RECURSOS DO SFN

O Conselho de Recursos do Sistema Financeiro Nacional (CRSFN) é um órgão colegiado, de segundo grau, integrante da estrutura do Ministério da Economia e tem por finalidade julgar, em última instância administrativa, os recursos contra as sanções aplicadas pelo BCB e CVM e, nos processos de lavagem de dinheiro, as sanções aplicadas pelo COAF

Atribuições

São atribuições do Conselho de Recursos: julgar em segunda e última instância administrativa os recursos interpostos das decisões relativas às penalidades administrativas aplicadas pelo Banco Central do Brasil, pela Comissão de Valores Mobiliários e pela Secretaria de Comércio Exterior; nas infrações previstas na legislação.

O Conselho tem ainda como finalidade julgar os recursos de ofício, interpostos pelos órgãos de primeira instância, das decisões que concluírem pela não aplicação das penalidades previstas no item anterior.

VER AINDA DECRETO Nº 9.889, DE 27 DE JUNHO DE 2019

Dispõe sobre o Conselho de Recursos do Sistema Financeiro Nacional e sobre o Comitê de Avaliação e Seleção de Conselheiros do Conselho de Recursos do Sistema Financeiro Nacional.

a) INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS MONETÁRIAS

Instituições financeiras que captam recursos através de depósitos a vista e, portanto, multiplicam a moeda.

(...)

3 - MERCADO FINANCEIRO E SEUS DESDOBRAMENTOS (MERCADO MONETÁRIO, DE CRÉDITO, DE CAPITAIS E CAMBIAL).

O sistema financeiro pode ser definido como o conjunto de instituições, produtos e instrumentos que viabiliza a transferência de recursos ou ativos financeiros entre os agentes superavitários (poupadores) e os agentes deficitários (tomadores) da economia.

Pinheiro, assim define: “Podemos definir mercados financeiros como o mecanismo ou ambiente através do qual se produz um intercâmbio de ativos financeiros e se determinam seus preços.”

O mercado financeiro é composto por uma série de instituições e regras.

Sua função é criar um ambiente de negociação que preserve os interesses de todos os envolvidos.

O mercado financeiro tem a função de facilitador e intermediador, possibilitando que pessoas e empresas movimentem seu dinheiro e negociem ativos financeiros.

ESTRUTURA DO MERCADO FINANCEIRO

O mercado financeiro pode ser subdividido em quatro segmentos específicos:

- **Mercado monetário** – corresponde às operações de curtíssimo prazo com títulos públicos;
- **Mercado de capitais** – corresponde às negociações envolvendo títulos de dívida e de propriedade emitidos por empresas;
- **Mercado de crédito** – corresponde às operações de empréstimos concedidos por instituições financeiras; e
- **Mercado de câmbio** – corresponde às transações de compra e de venda de moeda estrangeira.

Mercado monetário

O mercado monetário é o que garante liquidez ao sistema financeiro, pois ele cuida do dinheiro em circulação no país. Nesse sentido, o Banco Central executa a política monetária, utilizando as taxas de juros para coordenar a moeda em circulação.

Por exemplo, quando há muito dinheiro circulando na economia, o BC precisa enxugar um pouco a liquidez do mercado. Para isso, ele pode vender títulos públicos ou aumentar a taxa de juros. Isso porque, ao aumentar os juros, os gastos reduzem e, conseqüentemente, consegue-se conter a inflação.

Por outro lado, quando há poucos recursos em circulação, ocorre um desaquecimento da atividade econômica. Nessa situação, para incentivar o consumo, o BC corta os juros, o que torna o dinheiro mais barato e estimula os gastos.

Mercado de crédito

No mercado de crédito também acontece fluxo de recursos financeiros. A diferença é que o dinheiro tem origem nas operações de crédito realizadas entre instituições financeiras e clientes.

Nesse sentido, a função do mercado de crédito é atender a necessidade de empresas e pessoas físicas que precisam de recursos financeiros, tanto no curto quanto no longo prazo. No Brasil, esse mercado de crédito é fiscalizado pelo Banco Central.

Entres as instituições que podem oferecer crédito, estão os bancos públicos e privados, as caixas econômicas, as cooperativas de crédito, as sociedades de crédito, e várias outras.

Mercado de capitais

As operações da bolsa de valores fazem parte do mercado de capitais. Esse mercado é o ambiente no qual as empresas captam recursos de investidores ao negociarem seus títulos, como ações e debêntures, por exemplo.

O mercado de capitais é fundamental para aproximar empresas e investidores. De um lado, as empresas buscam uma fonte alternativa aos bancos para captar recursos para as suas operações. De outro, os investidores conseguem ter mais acesso a opções rentáveis de renda variável. Isso porque, além de títulos de empresas, no mercado de capitais são negociados outros ativos, como Fundos Imobiliários (FIIs), BDRs, derivativos, entre outros.

A cada ano, cresce o número de empresas brasileiras que realizam IPOs (oferta inicial de ações), bem como o número de novos investidores na bolsa brasileira. No Brasil, a CVM é a responsável por regular o mercado de capitais.

Mercado Primário Mercado Secundário

Mercado de Câmbio

Por fim, temos o mercado de câmbio, que movimenta moedas estrangeiras no país. É nesse mercado que se obtêm moeda estrangeira para viagens ao exterior. Além disso, é onde empresas e investidores transacionam recursos internacionais por meio de exportações, importações, pagamentos e recebimentos ou transferências de divisas.

Inclusive, as moedas estrangeiras podem ser utilizadas como proteção para os investimentos e para transações comerciais em algumas situações.

Em relação à estrutura, o mercado de câmbio é dividido em primário e secundário.

No **mercado primário**, ocorre o fluxo de entrada e saída de moeda estrangeira no país. Por exemplo, importações, exportações e transações entre estrangeiros ou viajantes.

Já no **mercado secundário**, acontecem os negócios realizados entre as instituições financeiras. Nesse caso, não ocorre fluxo internacional de recursos, pois a moeda estrangeira já está no país. Ela somente migra de uma instituição financeira para outra, ambas autorizadas a operar em câmbio.

Resumidamente, temos:

- O **mercado de crédito** trabalha com a concessão de crédito entre pessoas e empresas. O crédito pode ser concedido para curto, médio e longo prazo para ser usado como capital de giro ou simplesmente para consumo do solicitante.

- Já o **mercado monetário**, trabalha com a concessão de empréstimos de curtíssimo e curto prazo. Ele atua para manter a liquidez da economia e controlar pagamentos.
- O **mercado de câmbio** está relacionado com a troca de moedas em diferentes países.
- O **mercado de capitais** é o que está diretamente relacionado à distribuição de valores mobiliários. Nele, estão presentes as bolsas de valores, as corretoras, as instituições reguladoras e claro, os investidores, que são responsáveis por injetar dinheiro nesse meio.



UNISA DIGITAL **SEGMENTAÇÃO DO MERCADO FINANCEIRO**

Mercados	Prazos	Objetivos
Monetário	Curto/Curtíssimo	Controle de liquidez da economia, suprimento de capital monetário
Crédito	Curto/Médio	Financiamento do consumo, capital de giro das empresas.
Capitais	Curto/Médio	Financiamento de Capital fixo, financiamentos especiais.
Derivativos	Curto/Médio	Hedge, especulação
Cambial	Vista/Curto	Conversão de moeda, comércio internacional.

QUESTÕES DE CONCURSOS

01. (CESGRANRIO - BB - Escriturário - 2015) De acordo com a Figura abaixo, observa-se que o mercado financeiro está basicamente segmentado em quatro grandes mercados: mercado monetário, mercado de crédito, mercado de câmbio e mercado de capitais.



Caracteriza um mercado de capitais ser o mercado em que são negociadas as trocas de moedas estrangeiras por moeda nacional, participando desse mercado todos os agentes econômicos que realizam

transações com o exterior, ou seja, têm recebimentos ou pagamentos a realizar em moeda estrangeira.

- B segmento do mercado financeiro em que são criadas as condições para que as empresas captem recursos diretamente dos investidores, através da emissão de instrumentos financeiros (ações, debêntures, bônus de subscrição, etc), com o objetivo principal de financiar suas atividades ou viabilizar projetos de investimentos.
- C mercado utilizado basicamente para controle da liquidez da economia, no qual o Banco Central intervém para condução da Política Monetária.
- D mercado para realização, registro e negociação de determinados instrumentos financeiros, basicamente divididos em quatro produtos, como: mercado a termo, mercado futuro, opções e swaps, com a finalidade de proteção, elevação de rentabilidade (alavancagem), especulação e arbitragem.
- E segmento do mercado financeiro em que as instituições financeiras captam recursos dos agentes superavitários e os emprestam às famílias ou empresas, sendo remuneradas pela diferença entre seu custo de captação e o que cobram dos tomadores.

02. (CESGRANRIO - CEF - Técnico Bancário Novo - 2012)
No mercado financeiro, a intermediação financeira desenvolve-se de forma segmentada, com base em quatro subdivisões: mercados monetário, cambial, de crédito e de capitais.

- O mercado de crédito visa, fundamentalmente, a fiscalizar as operações dos seus agentes econômicos.
- B controlar a liquidez da economia com operações de curto e curtíssimo prazos.
- C realizar as operações de compra e venda de moedas internacionais conversíveis.
- D suprir as necessidades de investimentos dos agentes econômicos a médio e longo prazos.
- E suprir as necessidades de caixa de curto e médio prazos dos agentes econômicos, sejam eles pessoas físicas ou jurídicas.

03. (CESGRANRIO - CEF - Técnico Bancário) O mercado que opera a curto prazo destinando os recursos captados ao financiamento de consumo para pessoas físicas e capital de giro para pessoas jurídicas, através de intermediários financeiros bancários, é o mercado

- A de crédito
- B de capitais
- C de câmbio
- D de ações
- E monetário
- (...)

4 - OS BANCOS NA ERA DIGITAL: ATUALIDADE, TENDÊNCIAS E DESAFIOS.

O objetivo principal da política monetária é **manter a inflação sob controle**. No Brasil, as políticas monetárias são executadas pelo Banco Central do Brasil.

A **política monetária** é uma forma de controle econômico utilizada para regular a oferta de moedas em circulação no país e assim controlar a inflação no país.

A meta para a inflação é estabelecida pelo Conselho Monetário Nacional (CMN).

No desenho atual do sistema, o CMN define em junho a meta para a inflação de três anos-calendário à frente. Por exemplo, em junho de 2018, o CMN definiu a meta para 2021. Esse horizonte mais longo reduz incertezas e melhora a capacidade de planejamento das famílias, empresas e governo. O sistema prevê ainda um intervalo de tolerância, também definido pelo CMN. Nos últimos anos, o CMN tem definido um intervalo de 1,5 ponto percentual (p.p.) para cima e para baixo. Por exemplo, no caso de 2020, a meta é de 4,00% e o intervalo é de 2,50% a 5,50%. Se a inflação ao final do ano se situar fora do intervalo de tolerância, o presidente do BC tem de divulgar publicamente as razões do descumprimento, por meio de carta aberta ao Ministro da Fazenda, presidente do CMN, contendo descrição detalhada das causas do descumprimento, as providências para assegurar o retorno da inflação aos limites estabelecidos e o prazo no qual se espera que as providências produzam efeito. (Fonte Banco Central)

Quando há uma estabilidade dos preços é preservado o valor do dinheiro e conseqüentemente o poder de compra da moeda.

Para alcançar esse objetivo, o BC utiliza a política monetária, política que se refere às ações do BC que visam afetar o custo do dinheiro (taxas de juros) e a quantidade de dinheiro (condições de liquidez) na economia. No caso do BC, o principal instrumento de política monetária é a taxa Selic (taxa de juros), decidida pelo Comitê de Política Monetária do Banco Central (COPOM). Manter a taxa de inflação baixa, estável e previsível é a melhor contribuição que a política monetária do BC pode fazer para o crescimento econômico sustentável e a melhora nas condições de vida da população. (Fonte Banco Central)

Objetivo principal do Copom: Assegurar a estabilidade do poder de compra da moeda.

No Art. 4 § 3º da Circular Nº 3.593, de 16 de maio de 2012 que divulga novo Regulamento do Comitê de Política Monetária (Copom) diz:

Compete ao Copom avaliar o cenário macroeconômico e os principais riscos a ele associados, com base nos quais são tomadas as decisões de política monetária.

POLÍTICAS MONETÁRIAS CONVENCIONAIS

Política monetária expansionista e contracionista

Expansionista: Aumenta a oferta de moedas. Isto é feito em períodos de crise para estimular o consumo. São medidas com objetivo de acelerar o crescimento da quantidade de dinheiro e aumentar a expansão da base monetária. O consumo das famílias aumenta, Investimento Privado aumenta e a Inflação pode aumentar.

Contracionista: Reduz a oferta de moedas. Para diminuir a inflação. São medidas com objetivo de desacelerar o crescimento da quantidade de dinheiro e diminuir a base monetária.

Existem vários instrumentos para aumentar ou diminuir a oferta de moeda em circulação, ou seja, sua liquidez. Abaixo coloquei alguns:

1 – Open Market

O open market (mercado aberto) serve para que o Banco Central possa controlar a compra e venda de títulos públicos e a taxa Selic (taxa básica de juros) se mantenha de acordo com a meta definida pelo Banco Central.

Quando o Banco Central decide reduzir a taxa de juros, ele deve aumentar a oferta de moeda através da compra de obrigações do Tesouro Nacional no mercado. Esta compra

injetará moeda na economia forçando a queda dos juros. Quando a taxa de juros diminui, o crédito fica mais fácil, aumentando o poder de compra do brasileiro e com isso, pode ocorrer o aumento da inflação. **Política monetária expansiva.**

Quando o Banco Central decide aumentar a taxa de juros, ele deve diminuir a oferta de moeda através da venda de obrigações do tesouro nacional. Esta venda retirará moeda da economia, forçando o aumento da taxa de juros. Se a taxa de juros aumenta, aumenta a taxa de juros pelos bancos e conseqüentemente o acesso ao crédito fica mais difícil, diminuindo o poder de compra do brasileiro e com isso a inflação diminui. **Política monetária contracionista.**

Overnight: Operações que os bancos realizam diariamente no mercado aberto, visando a conseguir recursos para financiar suas posições em títulos públicos. Estes títulos são negociados com investidores, que devem recomprá-los no dia seguinte mediante uma taxa diária administrativa e de corretagem.

2 – Recolhimento compulsório

O recolhimento compulsório (depósito compulsório) retira moeda em circulação do país. Esse dinheiro é retirado direto dos bancos para que não chegue até a população, influenciando na inflação.

Este recolhimento compulsório é uma taxa que os bancos pagam ao Banco Central, que pode ser feito em moeda ou em títulos públicos federais. Essa taxa percentual é cobrada em transações relacionadas aos produtos bancários e é definida pelo próprio Banco Central, de acordo com seu interesse. Se ele elevar a taxa, ele diminui a quantidade de moeda circulando reduzindo a atividade econômica no país, pois os bancos terão menos dinheiro para dar crédito para a população.

Agora se ele diminuir a taxa, ocorre o oposto, pois vai aumentar a quantidade de moeda circulando e conseqüentemente aumenta a atividade econômica do país, pois os bancos terão mais dinheiro para dar crédito para a população.

3 – Taxa de Redesconto

A taxa de redesconto é uma taxa de juros cobrada pelo Banco Central nos empréstimos feitos aos bancos comerciais.

Quando o Banco Central quer diminuir a inflação, ele aumenta esta taxa e os bancos aumentam as taxas cobradas nos empréstimos ao cliente e com isso, fica mais difícil fazer o empréstimo e assim diminui a circulação de moedas.

Caso o Banco Central queira aumentar a circulação de moedas ele faz o contrário, abaixa a taxa de juros e conseqüentemente facilita a tomada de empréstimos pelos clientes.

Por ele influenciar diretamente nos bancos, o Banco Central é chamado de “banco dos bancos”.

(...)

5 - INTERNET BANKING.

Banco internético (do inglês *Internet banking*), **e-banking**, **banco online**, **online banking**, às vezes também **banco virtual**, **banco eletrônico** ou **banco doméstico** (do inglês *home banking*), são termos utilizados para caracterizar transações, pagamentos e outras operações financeiras e de dados pela Internet por meio de uma página segura de banco.

O que é possível fazer no Internet Banking:

- Pagamentos (contas e boletos)
- Transferências entre contas da própria instituição
- Transferência via TED ou DOC para qualquer banco
- Licenciamento de veículos e pagamento de multas (depende do banco)
- Recarga de celular
- Transferência Internacional
- Aplicação em investimentos
- Resgate de aplicações
- Consulta de saldo e extrato
- Solicitação de produtos e serviços financeiros (cartão de crédito, empréstimo, cheques etc.)
- Entre várias outras transições.

VANTAGENS DO INTERNET BANKING

1. Organização financeira

Com o internet banking não se precisa anotar as contas no papel e nem imprimir extratos de depósitos e transferências bancárias.

Uma vez registradas, o sistema salva todas as informações necessárias. Por exemplo, se você quiser gravar dados de uma conta para a qual faz transferências todo mês, isso vai te ajudar a poupar mais tempo.

Comprovantes de pagamento, depósito e transferência também podem ser salvos em PDF e organizados em pastas no seu computador.

2. Facilidade

Verificar a fatura do cartão de crédito, realizar um pagamento em cima da hora e olhar seu saldo. Esses são alguns exemplos do que você pode fazer a **qualquer hora, em qualquer dia da semana**, sem sair de casa.

Os serviços podem, inclusive, ser acessados fora do Brasil. Basta apenas que você esteja conectado a internet para poder programar o pagamento de contas e visualizar suas informações bancárias.

3. Economia – de tempo e dinheiro

O usuário não precisa se deslocar até uma agência e também não precisa pagar por um extrato bancário – já que, pelo internet banking, você tem acesso fácil, bem ali, na tela do seu computador.

Para pequenos empresários, essa pode ser uma forma de pagar funcionários, organizar fluxo de caixa e pagar fornecedores, por exemplo.

4. Segurança

Não precisa se preocupar, pois a ferramenta é segura. Ter alguns cuidados como não fornecer a senha a terceiros ou não acessar o site de qualquer computador, são, claro, sempre muito importantes.

Também é fundamental seguir as instruções de segurança da sua instituição – como usar um token ou aplicativo para gerar códigos de acesso, ou criar camadas extras de segurança no próprio app (como cadastro da biometria e senha de acesso).

6 - MOBILE BANKING.

Mobile banking é uma solução tecnológica móvel voltada para serviços financeiros e bancários, que são oferecidos a partir de aplicativos para dispositivos móveis.

Ou seja, o **mobile banking** é como ter uma agência ao alcance das mãos. E mesmo sendo termos parecidos, o mobile e o internet banking não são a mesma coisa. O **banco móvel** funciona de forma distinta.

O **mobile banking** é uma praticidade entregue através de dispositivos móveis (tablet, smartphone, relógio tecnológico etc). Isto é, para que os clientes possam realizar **transações financeiras** e operações bancárias sem a necessidade presencial nos bancos.

De maneira resumida, é **oferecer um banco na tela do celular, ou de qualquer outro dispositivo móvel**, à disposição do cliente 24 horas por dia, 7 dias da semana.

O serviço de **'banco online'** não é igual no **internet banking e mobile banking**. O uso do **internet banking** é exclusivo no site ou plataforma online da instituição bancária, já no banco móvel, o uso pode ser feito pelo aplicativo no celular ou outro dispositivo móvel.

Alguns **serviços** que são possíveis realizar com ambas as modalidades, são:

- A. Recarga de celular;
- B. Efetuar DOC ou TED;
- C. Investimento;
- D. Solicitar produtos e serviços (cartões, empréstimos, financiamentos etc.);

(...)

10 - MOEDAS E ATIVOS DIGITAIS: BLOCKCHAIN, BITCOIN E DEMAIS CRIPTOMOEDAS.

MOEDA

Nas economias mundiais a moeda é o principal mecanismo de **troca** (1), é através dela que são realizadas a maior parte das transações financeiras e econômicas. Sem restrições, são aceitas em todo tipo de compra de bens e mercadorias ou serviços. Também pode ser vista como uma **unidade de medida** (2), pois é através dela que se torna possível definir o preço dos bens e serviços, expresso através de números. E **como reserva de valor** (3), pois podemos optar por guardar, acumulando e formando um patrimônio, para no futuro usar para alguma compra almejada.

Pode se dizer que **Moeda** é o meio pelo qual são efetuadas as transações monetárias. É todo ativo que constitui forma imediata de solver débitos, com aceitabilidade geral e disponibilidade imediata, e que confere ao seu titular um direito de saque sobre o produto social.

É importante perceber que existem diferentes definições de "moeda":

- 1. dinheiro que constitui as notas (geralmente em papel);
- 2. moeda (peça metálica);
- 3. moeda bancária ou escritural, admitidas em circulação;
- 4. moeda no sentido mais amplo, que significa o dinheiro em circulação, a moeda nacional.
- 5. moeda como tudo aquilo que é geralmente aceito em troca por bens e serviços.¹

Em geral, a moeda é emitida e controlada pelo governo do país, que é o único que pode fixar e controlar seu valor. O dinheiro está associado a transações de baixo valor; a moeda (no sentido aqui tratado), por sua vez, tem uma definição mais abrangente, já que engloba, mesmo no seu agregado mais líquido (M1), não só o dinheiro, mas também o valor depositado em contas correntes.

FUNÇÕES BÁSICAS DA MOEDA

Define-se moeda como um bem que combina três funções básicas: **meio de troca**, **reserva de valor** e **unidade de conta**.

Funções da moeda

Meio de troca

- "Moeda real"
- Meio de troca X meio de pagamento

Reserva de valor

- Entesouramento X preferência pela liquidez

Unidade de conta

- Moeda de conta X "moeda imaginária"

QUESTÕES DE CONCURSOS

01. (IRBr Diplomata 2016 - CESPE/CEBRASPE) A respeito de teoria monetária e política monetária, julgue (C ou E) os itens a seguir.

As três funções principais de uma moeda em um sistema econômico são a de meio de troca, a de unidade de conta e a de reserva de valor.

02. (TJ/PA Analista Judiciário - Área Economia 2014 - Fundação para o Vestibular da Universidade Estadual Paulista (VUNESP) Preocupados com a perspectiva de alta na inflação, moradores de um país passam a guardar em suas casas algum tipo de moeda forte estrangeira, como o dólar ou o euro. A função da moeda local transferida para moedas estrangeiras, nesse caso, foi

- A. meio de troca.
- B. unidade de conta.
- C. poupança.
- D. velocidade-renda.
- E. reserva de valor.

03. (FCC - 2016 - Pref. Teresina/PI - Técnico - Economista) Considere as seguintes afirmações sobre as funções da moeda.

- I. A função de reserva de valor da moeda serve para comparar o valor dos bens e serviços.
- II. A utilização da moeda propiciou a superação da necessidade de existência de dupla coincidência de desejos entre dois agentes econômicos, que era característica de uma situação de escambo.
- III. A função de unidade de conta da moeda permite uma linguagem monetária comum em contratos, garantindo o conhecimento sobre o valor do que está sendo transacionado.

Está correto o que se afirma APENAS em

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

Gabarito: 01/C; 02/E; 03/B

BLOCKCHAIN, BITCOIN E DEMAIS CRIPTOMOEDAS.

A forma de se fazer a gestão financeira na era digital se modificou bastante.

Com a chegada da era moderna e o uso de cada vez mais da tecnologia, a sociedade passou a ter que enfrentar novas situações, tais como: o comércio eletrônico. Nesta nova etapa da sociedade, as transações não mais são realizadas por um meio físico, ou seja, cara a cara com as pessoas, mas sim, passa a ser por meio eletrônico, sem a presença física das pessoas negociantes, mas que mesmo assim não deixa de ser válida.

Uma destas inovações trazidas pelo comércio eletrônico é são as chamadas **criptomoedas**.

A criptomoeda é uma moeda digital descentralizada e criptografada, transferida entre os pares e confirmada em um livro-razão público por meio de um processo conhecido como mineração.

Criptomoedas também são conhecidas como moedas digitais porque permitem, ainda que em pequena escala, pagar por suas compras e serviços, mas não existem fisicamente como um dinheiro comum.

Ao contrário das moedas convencionais, as criptomoedas estão livres de regulamentação e manipulação governamental. Elas são descentralizadas e monitoradas por meio de protocolos de Internet P2P (*peer-to-peer*).

Isso significa que podem ser trocadas de pessoas por pessoas sem intermediação de um banco ou governo.

CARACTERÍSTICAS DAS CRIPTOMOEDAS

Embora possa haver exceções à regra, existem alguns fatores (além do básico que já falamos) que tornam a criptomoeda tão diferente dos sistemas financeiros do passado. São eles:

- **Escala adaptável:** significa que as criptomoedas são construídas com medidas para garantir que elas funcionem bem em escalas grandes e pequenas e assegurar o dimensionamento adaptativo, incluindo a limitação do suprimento ao longo do tempo (para criar escassez) e a redução da recompensa pela mineração, à medida que mais moedas totais são extraídas.
- **Criptografia:** a criptomoeda usa um sistema de criptografia para controlar a criação de moedas e verificar transações — daí o nome “cripto”.
- **Descentralização:** a criação e as transações de criptomoedas são de código aberto, controladas por código e dependem de redes P2P. Não existe uma entidade única que possa afetar a moeda.
- **Digital:** a criptomoeda é toda digital. Ela é armazenada em carteiras digitais e transferida digitalmente para as carteiras digitais de outras pessoas. Nenhum objeto físico existe.
- **Código aberto:** criptomoedas são tipicamente de código aberto. Isso significa que os desenvolvedores podem criar APIs sem pagar uma taxa e qualquer pessoa pode usar ou ingressar na rede.
- **Pseudônimo:** os proprietários de criptomoeda mantêm suas moedas digitais em uma carteira digital criptografada. A identificação de um titular de moeda é armazenada em um endereço criptografado sobre o qual ele tem controle. Ele não está anexado à identidade de uma pessoa. A conexão entre você e suas moedas é pseudônima,

em vez de anônima, pois os livros estão abertos ao público.

- **Valor:** para que algo seja uma moeda efetiva, ela precisa ter valor. O dólar dos EUA, por exemplo, representa ouro real. O ouro era escasso e exigia trabalho para minerar e refinar, de modo que a escassez e o trabalho davam o valor do ouro. Este, por sua vez, deu valor ao dólar americano. A criptomoeda funciona de forma semelhante ao ouro em relação ao valor. O trabalho por trás da mineração das moedas lhes dá valor, enquanto a escassez de moedas e a demanda por elas faz com que seu valor flutue.

PRINCIPAIS CRIPTOMOEDAS

Desde que o Bitcoin foi criado, dezenas de criptomoedas foram lançadas. A quantidade hoje disponível é superior a 1700 e continua a crescer. Você pode criar uma nova criptomoeda a qualquer momento. Algumas das mais populares e mais valiosas do momento incluem:

- **Bitcoin:** a criptomoeda com a qual tudo começou. Atualmente, é a moeda digital mais popular no mercado, embora seu status legal possa variar dependendo do país.
- **Ethereum:** uma moeda programável que usa as bases que Turing fundou. Ela permite que os desenvolvedores criem diferentes aplicativos distribuídos e tecnologias que não funcionam com o Bitcoin.
- **Bitcoin Cash:** *fork* (atualização) do Bitcoin, sendo mais seguro e mais rápido de minerar. Seu valor aumentou e agora está entre as cinco principais em termos de capitalização de mercado.
- **Bitcoin Gold:** projeto baseado em Bitcoin, mas usando outros tipos de algoritmos para serem criptografados. Para o resto, segue as diretrizes do projeto Bitcoin básico.
- **Litecoin:** uma criptomoeda que foi criada com a intenção de ser a ‘prata digital’ comparada ao ‘ouro digital’ do Bitcoin. Também é um *fork* Bitcoin, mas ao contrário do seu antecessor, pode gerar blocos quatro vezes mais rápido e tem um limite de moeda quatro vezes maior.
- **Ripple:** diferentemente da maioria das moedas criptomoedas, ele não usa o Blockchain para chegar a um consenso em toda a rede para transações. Em vez disso, um processo iterativo de consenso é implementado, o que o torna mais rápido que o Bitcoin, mas também o torna vulnerável a ataques de hackers.

O conceito de criptomoedas e como elas funcionam pode ser difícil de entender, mesmo para especialistas de TI. Contudo, em um mundo em que “digital” é cada dia mais a palavra de ordem, entender essas novas moedas é essencial para se preparar para o futuro.

Fonte: https://www.binarionet.com.br/criptomoedas-o-que-sao-e-como-funcionam/?qclid=Cj0KCQjw2tCGBhCLARIsABJGmZ7HVkwSpChnJtWYJ0cuLhiVqWPK4G72HFwamAmSitz_xpVbVnHQ2YkaAgzqEALw_wcB

11 - CORRESPONDENTES BANCÁRIOS.

Primeiramente é necessário explicar que o correspondente bancário é a uma empresa contratada por instituições financeiras, como por exemplo um banco, ou

demais organizações autorizadas pelo Banco Central (Bacen) e que serve como intermediária entre instituições bancárias e clientes. Podemos citar como exemplo de correspondente bancário as lotéricas, o Banco Postal, lojas de crédito e também as fintechs. E ainda, é possível afirmar que qualquer instituição não-financeira que realize algum serviço bancário também pode ser chamada de correspondente bancário.

Em segundo lugar, é importante saber que todo correspondente bancário precisa ser uma pessoa jurídica com autorização do Banco Central para atuar no mercado financeiro. E também é necessário que o trabalho seja realizado a partir das normas do SFN (Sistema Financeiro Nacional).

Assim sendo, um correspondente bancário pode representar várias instituições bancárias ao mesmo tempo. E ainda, além de oferecer serviços terceirizados, o correspondente bancário também pode usar os recursos dos bancos com os próprios consumidores. Para exemplificar pense nas fintech, que são startups que trabalham para inovar e otimizar serviços do sistema financeiro com custos operacionais muito menores comparadas às instituições tradicionais do setor. Essas empresas utilizam parcerias com instituições financeiras para conceder créditos em seus negócios de empréstimos e financiamentos.

Dessa maneira, podemos afirmar que as atividades terceirizadas ao correspondente bancário tornam-se mais acessíveis, pois reduzem os custos das agências com atendimento e pessoal. E ainda, a descentralização dos serviços dos bancos para várias outras empresas permite que o tempo de espera para atendimento seja muito menor. É importante ressaltar também que os correspondentes bancários costumam atuar em regiões sem agências próximas, ajudando a expandir os serviços bancários por todo o território nacional. E também podem ser uma opção no caso de ocorrer uma greve de bancos.

Qual a função de um correspondente bancário?

O objetivo principal de um **agente bancário** é levar os produtos e serviços para mais pessoas, facilitar a concessão de crédito e estender o atendimento para áreas ainda não atendidas pela instituição principal.

Essas empresas podem atuar com mais de uma instituição financeira simultaneamente.

Permitindo que os serviços bancários cheguem a regiões distantes, o **representante bancário** facilita e, muito, a vida do consumidor.

Isso porque, ter esses serviços em seus próprios bairros, evita que os consumidores se desloquem para os centros urbanos, desafogando agências e economizando tempo.

O próprio Bacen regulamenta as atividades e serviços financeiros que os correspondentes bancários podem realizar.

O que faz um correspondente bancário?

Quem contratar uma pessoa jurídica para oferecer esse tipo de serviço deve seguir as normas estabelecidas pelo Banco Central na [Resolução nº 4.935/2021](#), que também lista as atividades de um correspondente bancário.

De acordo com a resolução do CMN (autorizadora dos serviços de CB), as seguintes atividades de atendimento podem ser oferecidas por correspondentes bancários:

- serviços de cobranças;

- solicitação de empréstimos pessoais, empresariais e financiamentos;
- recepção e encaminhamento de propostas de abertura de contas de depósitos à vista e a prazo e de poupança mantidas pela instituição contratante;
- ordens de pagamento;
- solicitação de cartão de crédito e débito para trabalhadores e aposentados;
- recebimentos e pagamentos de contas de qualquer natureza;
- realização de operações de câmbio de responsabilidade da instituição contratante;
- coleta de informações cadastrais e análise de crédito;
- aplicação e resgate em fundo de investimento;
- realização de recebimentos, pagamentos e transferências eletrônicas para movimentação de contas de depósitos de titularidade de clientes mantidas pela instituição contratante.

Quais são os tipos de correspondente bancário?

(...)

19 - PRODUTOS BANCÁRIOS:

PROGRAMAS SOCIAIS E BENEFÍCIOS DO TRABALHADOR; NOÇÕES DE CARTÕES DE CRÉDITO E DÉBITO, CRÉDITO DIRETO AO CONSUMIDOR, CRÉDITO RURAL, POUPANÇA, CAPITALIZAÇÃO, PREVIDÊNCIA, CONSÓRCIO, INVESTIMENTOS E SEGUROS.

PROGRAMAS SOCIAIS E BENEFÍCIOS DO TRABALHADOR

BENEFÍCIOS SOCIAIS são os meios de transferência de renda da União aos cidadãos que são inscritos em programas sociais do governo, como o Auxílio Emergencial criado durante a pandemia de Covid-19 e outros modelos como o Bolsa Família, Garantia-Safra e vários outros.

Cada programa social tem um foco diferente de auxílio e regras específicas de participação. Mas de modo geral, todas as pessoas inscritas recebem valores periódicos que são transferidos pelo governo.

QUEM PODE RECEBER OS BENEFÍCIOS SOCIAIS?

Para que uma pessoa tenha direito a receber benefícios sociais de programas do governo, é preciso que ela esteja inscrita no Cadastro Único (CadÚnico) e com os dados atualizados. Para receber os benefícios, os pré-requisitos do CadÚnico são:

- Ter renda mensal de até meio salário mínimo por pessoa na casa em que vive;
- Ter renda mensal total da casa em que vive de até três salários mínimos.

É importante lembrar que os responsáveis pelos projetos sociais de cada município visitam mensalmente as famílias de baixa renda que têm direito aos benefícios oferecidos.

As pessoas interessadas também podem visitar o Centro de Referência em Assistência Social (CRAS) e solicitar a inscrição para receber os benefícios sociais do governo.

QUAIS SÃO OS PROGRAMAS QUE CONCEDEM BENEFÍCIOS?

Dentre os principais programas de benefícios ao cidadão oferecidos pelo Governo Federal, estão: Auxílio Brasil, Auxílio Emergencial, Bolsa Família (substituído), Benefício de Prestação Continuada (BPC), Programa de Erradicação do Trabalho Infantil (PETI), Garantia-Safra e Seguro-Defeso (ou Pescador Artesanal).

PRINCIPAIS BENEFÍCIOS SOCIAIS DISPONÍVEIS

O Brasil possui diversos modelos de programas sociais. No site Portal da Transparência, é possível visualizar o gráfico comparativo dos benefícios por Estado de acordo com o tipo de benefício, valor de transferência, média por beneficiário ao ano, quantidade e percentual da população.

Abaixo, destacamos os principais programas de abrangência nacional e o foco de cada um deles:

PIS

O Programa de Integração Social (PIS), criado a partir da Lei Complementar nº 7/1970, é um benefício aos funcionários de empresas privadas celetistas.

É ele quem garante o pagamento de seguro-desemprego e abono salarial ao mesmo tempo que é um programa de integração que permite o desenvolvimento das empresas. O pagamento do PIS é uma responsabilidade da CAIXA.

Auxílio Brasil (substituído pelo Bolsa Família)

O Auxílio Brasil foi criado em abril de 2020 com o intuito inicial de pagar cinco parcelas de R\$ 600 e R\$ 1,2 mil para mães solas para ajudar a população vulnerável durante a pandemia.

O programa ajudou a tirar 7,4 milhões de brasileiros da pobreza em 2020 e tornou-se um modelo substituto ao Bolsa Família.

Uma das diferenças entre o Auxílio Brasil e o Bolsa Família é a falta de políticas complementares e condicionantes, como estar associado ao Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) e condicionar o recebimento do benefício à vacinação das crianças e a sua inscrição na escola.

Hoje, com a volta de Luiz Inácio Lula da Silva à presidência, a expectativa é a volta do Bolsa Família e a sua ampliação com base no que já foi feito com o Auxílio Brasil.

Benefício de Prestação Continuada (BPC)

O Benefício de Prestação Continuada (BPC) é uma garantia de um salário mínimo por mês aos idosos com idade igual ou superior a 65 anos ou à pessoa com deficiência de qualquer idade.

No caso das **pessoas** com deficiência, a condição deve lhe causar impedimentos de natureza física, mental, intelectual ou sensorial de longo prazo (com efeitos por pelo menos 2 anos), que a impossibilite de participar de forma plena e efetiva na sociedade e em igualdade de condições com os demais.

Programa de Erradicação do Trabalho Infantil (PETI)

O PETI é um conjunto de ações estratégicas destinadas ao fim do trabalho infantil. Ele se destina aos municípios com altos índices de trabalho infantil e conta com

o apoio do governo federal, dos estados e da sociedade civil para executar suas ações.

As ações do Programa de Erradicação do Trabalho Infantil são estruturadas em cinco eixos:

- Apoio e acompanhamento das ações de defesa e responsabilização;
- Informação e mobilização a partir das incidências de trabalho infantil para o desenvolvimento de ações de prevenção e erradicação;
- Identificação de crianças e adolescentes em situação de trabalho infantil;
- Monitoramento das ações do PETI.

Garantia-Safra

O garantia-safra é uma ação do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf) que beneficia os agricultores de renda familiar mensal de, no máximo, um salário mínimo e meio.

Outro requisito do programa é que o agricultor tenha o plantio de 0,6 até 5 hectares com a plantação de produtos como mandioca, algodão, arroz, milho e feijão.

Após inscritos no programa, eles passam a ter direito ao benefício social sempre que houver comprovação de perda de, no mínimo, 50% do conjunto dessas produções ou de outras que podem ser definidas pelo órgão que gere o benefício.

Em casos de estiagem ou excesso hídrico, o programa pode beneficiar os agricultores para que eles possam se manter durante o período de recuperação do plantio.

Seguro-Defeso (ou Pescador Artesanal)

O seguro-defeso ou seguro pescador artesanal é uma assistência financeira temporária que é concedida aos pescadores profissionais artesanais que, durante o período de defeso (aquele em que os animais protegidos se reproduzem), são obrigados a paralisar as suas atividades.

A ideia é preservar a biodiversidade dos peixes e animais aquáticos da fauna brasileira sem que isso afete a vida de pescadores artesanais que precisam pescar.

Para ter direito ao benefício, o trabalhador deve comprovar que exerce a pesca artesanal, a pesca do protegido, de maneira ininterrupta, ou seja, sozinho ou em regime de economia familiar.

Carteira do Idoso

Pessoas idosas com mais de 60 anos têm direito ao benefício chamado de Carteira do Idoso, que oferece, no mínimo, 50% de desconto em viagens de ônibus em linhas interestaduais.

Além disso, em diversos casos, é possível viajar gratuitamente. Porém, para ter acesso ao benefício, é necessário fazer uma inscrição prévia no CRAS da sua cidade.

Aposentadoria para pessoa de baixa renda

A aposentadoria para pessoas de baixa renda é um benefício social do INSS. Trata-se de uma alternativa de contribuição à Previdência Social em que o cidadão pode contribuir mensalmente com o valor equivalente a 5% sobre o salário mínimo.

Para solicitar esse tipo de aposentadoria, a pessoa precisa estar inscrita no Cadastro Único e precisar solicitar a opção exclusiva aos cidadãos que se dedicam

exclusivamente ao trabalho doméstico em própria residência e comprovar renda familiar mensal de até dois salários mínimos.

Ainda sobre o benefício, para ter a aprovação, a pessoa não pode ter renda própria e o cadastro precisa estar sempre atualizado.

A família que deseja dar entrada no processo, precisa procurar o CRAS e, após a inscrição, começar a realizar o recolhimento da contribuição junto ao INSS.

Bolsa Verde

O programa Bolsa Verde é um benefício social criado em 2011 dentro do Plano Brasil Sem Miséria com o objetivo de incentivar a preservação ambiental.

O valor de R\$ 300 é disponibilizado às famílias em situação de extrema pobreza que participam do benefício com o compromisso de realizarem ações de conservação ambiental.

Resumo

Os benefícios sociais são ações de transferência de renda aos cidadãos que fazem parte de programas sociais criados pelo governo.

Tais programas são fundamentais para o aumento da qualidade de vida e acesso a direitos básicos dos cidadãos, como saúde, educação e moradia.

Eles servem como ferramenta para amenizar a desigualdade social e melhorar as condições de vida de pessoas em situação de vulnerabilidade, consequência da pobreza extrema no país.

Para ter direito a receber benefícios sociais de programas do governo, é preciso que ela esteja inscrita no Cadastro Único (CadÚnico) e com os dados atualizados.

Os principais pré-requisitos do CadÚnico são ter renda mensal de até meio salário mínimo por pessoa na casa em que vive e renda familiar mensal de até três salários mensais de até três salários mínimos.

Fonte: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/beneficios-sociais/>

QUESTÕES DE CONCURSOS

01. (CESGRANRIO - 2023 - AGERIO - Assistente Técnico Administrativo) No Brasil, a instituição que, além de integrar o Sistema Brasileiro de Poupança e Empréstimo (SBPE) e o Sistema Financeiro da Habitação (SFH), centraliza o recolhimento e a aplicação de todos os recursos oriundos do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS) é o(a):

- A Banco Central do Brasil
- B Banco do Brasil
- C Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES)
- D Banco da Amazônia
- E Caixa Econômica Federal

Gabarito: 01/E

(...)

20 - NOÇÕES DE MERCADO DE CAPITALIS.

MERCADO DE CAPITALIS é uma parte do sistema financeiro, composto por instituições e agentes econômicos. O

governo, a Bolsa de Valores, a Comissão de Valores Mobiliários (CVM), os bancos, as empresas (pessoas jurídicas) e os indivíduos (pessoas físicas) são exemplos de instituições e agentes presentes nesse mercado. Cabe à CVM o papel de fiscalizar o ambiente de negócios em questão.

A principal atividade neste mercado é a negociação (compra e venda) intermediada de ativos entre os agentes econômicos. Essa é uma maneira que empresas, públicas e privadas, têm de captar recursos através da emissão de ações e debêntures, por exemplo, para financiar seus projetos e atividade.

Ao investidor, que “empresta” seu dinheiro a uma empresa ou ao próprio governo do País por um certo período, é paga uma remuneração extra (juros), como forma de incentivo pelo financiamento da atividade empreendida.

Mas atenção: **não se trata de operações de crédito**, na qual a parte tomadora dos recursos fica responsável pelo pagamento de uma dívida.

No Mercado de Capitais, a relação existente entre as partes envolvidas é diferente.

Ela ocorre por meio da negociação de ativos ou de títulos de dívidas, conhecidas como debêntures.

O Mercado de Capitais é o responsável por **conferir liquidez aos títulos** emitidos pelas empresas, possibilitando a negociação entre vendedores e compradores e, assim, permitindo assim a capitalização das instituições.

Dessa maneira, o Mercado de Capitais **direciona os recursos financeiros de longo prazo** disponíveis para os mais variados segmentos da atividade econômica.

Entre eles, **agronegócio**, comércio, serviços e indústria.

ATIVOS DO MERCADO DE CAPITALIS

O mercado de capitais permite ao investidor escolher dois tipos de ativos: os de **renda fixa** e os de **renda variável**. Os primeiros oferecem mais segurança e clareza de quanto será o retorno a quem os adquire. Já os segundos são marcados por maior volatilidade e imprevisibilidade, para bem ou mal.

Títulos do **Tesouro Direto, CDB, LCI e LCA** são exemplos de ativos de renda fixa. Já as ações de empresas, os **fundos imobiliários** e de investimento são categorizados nos ativos de renda variável.

MERCADO PRIMÁRIO E SECUNDÁRIO

Podemos dividir o Mercado de Capitais em dois segmentos:

Mercado primário

É onde ocorre a oferta inicial de capital das empresas.

Refere-se a colocação inicial de um título, é aqui que o emissor toma e obtém os recursos. Os lançamentos de ações novas no mercado, de forma ampla e não restrita à subscrição pelos atuais acionistas, chamam-se lançamentos públicos de ações. É um esquema de lançamento de uma emissão de ações para subscrição pública, no qual a empresa encarrega a um intermediário financeiro a colocação desses títulos no mercado. Para colocação de ações no mercado primário, a empresa contrata os serviços de instituições especializadas, tais como: bancos de investimento, sociedades corretoras e sociedades distribuidoras, que formarão um pool de instituições financeiras para a realização de uma operação, que pode ser conceituada como sendo um contrato firmado entre a instituição financeira líder do lançamento de ações e a sociedade anônima, que deseja abrir o capital.

Mercado secundário

Consiste nas negociações dos valores mobiliários entre os investidores.

Onde ocorre a negociação contínua dos papéis emitidos no passado EX: Bolsa de valores e BM&F Para operar no mercado secundário, é necessário que o investidor se dirija a uma Sociedade corretora membro de uma bolsa de valores, na qual funcionários especializados poderão fornecer os mais diversos esclarecimentos e orientação na seleção do investimento, de acordo com os objetivos definidos pelo aplicador. Se pretender adquirir ações de emissão nova, ou seja, no mercado primário, o investidor deverá procurar um banco, uma corretora ou uma distribuidora de valores mobiliários, que participem do lançamento das ações pretendidas.

Funções

- a) Proporcionar liquidez
- b) Estabelecer preço para o mercado primário

TIPOS DE MERCADOS

Mercado de crédito

Os contratos são feitos de forma individualizadas entre as duas partes e as obrigações resultantes em geral não são transferíveis. Há intermediação financeira, no caso o banco comercial é o intermediador entre o tomador do empréstimo e o proprietário do recurso.

Podem ser divididos em: curto prazo e longo prazo

Mercado de títulos

Os contratos são mais genéricos e padronizados de forma que podem ser transferíveis a terceiros, ou seja, tais contratos podem ser negociáveis em mercados secundários, ganhando liquidez. Não há intermediação financeira, o banco apenas promove o encontro entre investidores e tomadores com a cobrança de uma taxa de corretagem.

Divide-se em:

- Títulos de Propriedade (Ações)
- Títulos de Dívidas (Debentures, Commercial, Papers, bônus-bonds)

CLASSIFICAÇÃO DO MERCADO DE CAPITALIS

Os autores classificam o Mercado de Capitais de diversas formas.

Uma classificação usual, além da separação em **Mercado Primário e Secundário**, cuja definição já falamos, considera a seguinte divisão:

Mercado À Vista

São realizadas as **operações com ativos e valores mobiliários**, com a respectiva liquidação (pagamento) assim que o negócio é concluído, por meio da Companhia Brasileira de Liquidação e Custódia – CBLC.

Mercado A Termo

A principal característica deste mercado é que quando da negociação dos valores monetários, **fica estabelecido o preço e o prazo** para que ocorra a liquidação da operação e a entrega do ativo.

Mercado Futuro

A diferença em relação ao mercado a termo, reside no fato de que, no mercado futuro, o preço dos ativos sofre **reajustes diários** de acordo com as oscilações do mercado.

Mercado De Opções

Nesse mercado, ocorrem as negociações sobre os **direitos ou obrigações de um ativo qualquer**, podendo ser uma ação, um contrato, ou outro valor mobiliário.

Mercado De Derivativos

Um derivativo é um instrumento que se origina a partir de outro ativo, financeiro ou não.

Assim, por meio do mercado de derivativos as partes **negociam com base em expectativas futuras** do comportamento dos preços dos ativos em que se baseiam os derivativos.

Além dessa classificação, podemos dividir o Mercado de Capitais em:

- o Mercado monetário
- o Mercado de valores mobiliários
- o Mercado de investimentos.

ESTRUTURA DO MERCADO DE CAPITALIS

A estrutura do Mercado de Capitais é **formada por diversos agentes**, responsáveis por operacionalizar a negociação dos títulos e valores mobiliários de forma a garantir a segurança das partes envolvidas.

Vamos conhecer um pouco mais sobre esses agentes.

Bolsa De Valores

Bolsa de Valores é um **centro de negociação**, que se utiliza de sistemas digitais, nos quais os investidores podem adquirir os títulos mobiliários emitidos pelas empresas e elas, por sua vez, podem ofertar esses títulos aos compradores.

Sociedades Corretoras E Distribuidoras

São as **responsáveis diretas pela intermediação** dos títulos mobiliários que ocorre no Mercado de Capitais.

Elas desenvolvem suas atividades por meio da disponibilização de plataformas digitais, consultoria financeira, financiamento para compra de ações, administração e custódia dos valores mobiliários.

É importante lembrar que, desde a **Decisão Conjunta 17/2009** do Banco Central do Brasil (BCB), as corretoras e distribuidoras realizam as mesmas operações no Mercado de Capitais, não havendo mais diferenças significativas entre elas.

Instituições Financeiras

São entidades autorizadas a funcionar pelo BCB, que **realizam transferências de recursos financeiros** entre poupadores e captadores, além da guarda (custódia) do dinheiro de seus clientes.

NOÇÕES DE INFORMÁTICA

Teoria, dicas e questões

CESGRANRIO

Prof. Augusto César

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

1 - Conhecimento Edição de textos, planilhas e apresentações (ambientes Microsoft Office - Word, Excel e PowerPoint - versão O365, Outlook).	1
2 - Segurança da informação: Fundamentos, conceitos e mecanismos de segurança; Noções sobre gestão de segurança da informação: normas NBR ISO/IEC 27001 e 27002; Segurança cibernética: Resolução CMN nº 4893, de 26 de fevereiro de 2021, Prevenção e reação a riscos cibernéticos nos negócios.	21
3 - Conceitos de organização e de gerenciamento de informações, arquivos, pastas e programas.	29
4 - Redes de computadores: Conceitos básicos, ferramentas, aplicativos e conceitos/procedimentos de Internet e Intranet. Fundamentos de comunicação de dados; meios físicos de transmissão.	30
5 - Navegador Web (Microsoft Edge versão 91 e Mozilla Firefox versão 78 ESR), busca e pesquisa na Web.	34
6 - Correio eletrônico, grupos de discussão, fóruns e wikis.	38
7 - Redes Sociais (Twitter, Facebook, LinkedIn, WhatsApp, YouTube, Instagram e Telegram).	41
8 - Visão geral sobre sistemas de suporte à decisão e inteligência de negócio.	44
9 - Conceitos de tecnologias e ferramentas multimídia, de reprodução de áudio e vídeo.	45
10 - Ferramentas de produtividade e trabalho a distância (Microsoft Teams, CiscoWebex, GoogleHangout, Zoom, GoogleDriveeSkype).	48
11 - Noções/Fundamentos de Inteligência Artificial, Analytics, Blockchain, Openbanking, Machine Learning, Data Science. (Temáticas também trabalhadas na Trilha UC_PLAY Cultura Digital).	50
11.1 Noções/Fundamentos de Inteligência artificial generativa, algoritmos, ChatGPT (Transações via CHATBOT), edição de prompt, 3D, metaverso, robótica, Cloud Computing.	55
12 - Noções de Transformação Digital	57
13 - Noções sobre Inovação	61
14 - Noções sobre Líderes Digitais	63
15 - Noções sobre Agilidade: O "ser digital" e a transformação das empresas; Startups e Fintechs; Paradigma Ágil; O Manifesto Ágil, os conceitos e os valores da agilidade; O perfil de um profissional ágil; como identificar e entregar "valor" para o cliente digital.	65
16 - Noções sobre Open Finance;	70
17 - Noções de Compliance; Noções de LGPD.....	71
Questões de provas CESGRANRIO	75

CONHECIMENTOS E

COMPORTAMENTOS DIGITAIS

Teoria, dicas e questões de provas

Prof. Janilson Santos

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

1- Mindset de crescimento, Paradigma da abundância.	1
2- Intraempreendedorismo.	1
3- Design Thinking, Design de Serviço.	2
4- Metodologias ágeis, Lean Manufacturing, SCRUM.	4
5- Resolução de problemas complexos, visão sistêmica e estratégica.	6
6- Ciência de dados.	8
8- Senso colaborativo e disposição para somar pontos de vista divergentes.	11
9- Pensamento computacional.	11
10- Análise de Negócios.	12
11- Liderança, autoliderança e liderança de equipes.	12
12- Autodesenvolvimento.	17
13- Experiência do consumidor (Customer experience).	18
14- Inteligência emocional,	19
15- Desenvolvimento sustentável (Pacto global e Objetivos de Desenvolvimento Sustentável - ODS),	20
16- Objetivos-chaves para resultados (OKR).	21
17- Gestão do tempo e produtividade.	21
18- Técnicas e boas práticas para o trabalho à distância. ...	22
19- Aprender a aprender e Aprendizagem contínua (Life long learning).....	24
Questões – CESGRANRIO	29

1 MINDSET DE CRESCIMENTO, PARADIGMA DA ABUNDÂNCIA.

1.1 MINDSET DE CRESCIMENTO

Mindset significa 'configuração da mente'. O termo se refere a uma série de características mentais que influenciam na forma como o indivíduo pensa, comporta-se e toma decisões.

Mindset está relacionado a uma predisposição psicológica que repousa em cada sujeito e aponta para determinados modos de operar.

Há dois tipos de mindset: o de crescimento e o fixo.

O mindset de crescimento é a compreensão de que a inteligência e as habilidades podem ser desenvolvidas e aprimoradas, ao contrário de talentos inatos engessados.

A pessoa com essa forma de pensar sabe que, com esforço e dedicação, pode crescer e conquistar muitas coisas que agora não são possíveis.

Tal atitude mental vê o aprendizado como uma jornada prazerosa, portanto é aberta a mostrar tanto seus pontos fortes como os fracos — já que a vulnerabilidade é vista como oportunidade de vencer as próprias limitações, ao invés de obstáculos intransponíveis.

O mindset fixo é uma postura congelada no tempo. Ou nascemos talentosos ou não, e nada podemos fazer a respeito. A pessoa com essa mentalidade prefere sempre a zona de conforto a arriscar-se em novas oportunidades, devido ao medo do fracasso. Dessa forma, ela tem uma visão negativa do erro.

A pessoa guiada pelo mindset de crescimento sabe que não nasceu pronto e terá a vida inteira para adquirir habilidades. Ele aprende com os próprios erros e os dos outros e vê o sucesso como a coroação de uma trajetória de aprendizado.

Dicas para desenvolver o mindset de crescimento e aperfeiçoar a performance profissional e pessoal:

1. Investir em capacitação profissional

É preciso adotar o aprendizado como parte da rotina. É fundamental ler, fazer cursos, aprender novas habilidades e trocar experiências com profissionais que já venceram obstáculos.

2. Não ter medo de encarar novos desafios

Consciente das limitações, é importante aceitar novos desafios, desenvolvendo paulatinamente competências para vencê-los.

3. Conhecer novas ferramentas da área de atuação

O crescimento profissional depende de uma atualização contínua. Tal prática exige a leitura de revistas especializadas, participação em congressos e networking.

4. Praticar o mindfulness

Mindfulness (atenção plena) é a experiência de concentrar-se em uma coisa de cada vez. Trata-se de um estado mental de controle sobre a capacidade de se concentrar nas experiências, atividades e sensações do presente.

5. Cultivar o autoconhecimento

Conhecer as próprias capacidades e limitações é um fator decisivo para o mindset de crescimento. É a maneira de avaliar o que precisa ser melhorado e como fazê-lo.

6. Inspirar-se em testemunhos de superação

Conhecer a história de quem conseguiu se superar diante das dificuldades pode servir de inspiração. Podemos encontrar depoimentos a esse respeito em palestras, livros, filmes e séries.

Fonte: <https://metodosupera.com.br/mindset-de-crescimento/#:~:text=O%20mindset%20de%20crescimento%20%C3%A9,que%20agora%20n%C3%A3o%20%C3%A3o%20poss%C3%ADveis.>

1.2 PARADIGMA DA ABUNDÂNCIA

Vamos imaginar duas lentes: uma delas é o paradigma da abundância e a outra é o paradigma da escassez. Cada pessoa escolhe qual lente vai usar em sua vida.

Lente da Escassez

O paradigma da escassez é baseado no conceito de falta. Então, se não comida, casa e emprego para todos, teremos que competir para conseguir isso e tudo mais. A lógica da competição implica em ter que derrotar o outro.

Lente da Abundância

Aqui, tem para todo mundo. Tem espaço, tem tempo. Tem comida, tem emprego, tem amor. Na abundância, a lógica é a do compartilhamento, não do estoque. O foco é nas coisas e pessoas que nós possuímos, não no que não temos posse.

Aliás, aqui, preferimos ter acesso à posse. Nós preferimos somar.

Fonte: Quitéria Oliveira

2 INTRAEMPREENDEDORISMO.

O intraempreendedorismo ocorre dentro de uma organização, pública ou privada, e busca inovação para competitividade (HASHIMOTO, 2006).

O empreendedor não está focado somente em abrir um negócio, ele pode ser um empreendedor corporativo, atuando dentro de uma organização, como empregado, ajudando os donos, inclusive, a melhorarem seus processos, produtos, serviços, entre outros. No Brasil temos vários empreendedores de destaque nesta modalidade profissional interna. Neste caso, eles são chamados de intraempreendedores.

O intraempreendedor enfatiza seu plano de carreira focado no crescimento da empresa.

O intraempreendedor, diferentemente do Gerente e do Empreendedor "Tradicional", tem algumas **características bastante específicas**, como aponta Dolabela (2010). São elas:

- **Motivação:** são motivados pela liberdade de ação e acesso aos recursos organizacionais. É um sujeito automotivado, mas é sensível às recompensas organizacionais.
- **Atividades:** delega e, quando necessário, coloca a mão na massa.
- **Competências:** é similar ao empreendedor tradicional, mas deve utilizar bastante de sua habilidade política.
- **Centro de interesse:** compreende tudo o que ocorre dentro e fora das empresas, busca conhecer, constantemente, as necessidades do mercado.
- **Decisões:** especialista em influenciar e convencer os outros da boa fundamentação sobre a sua visão.
- **Atitude frente ao sistema:** acomoda-se ao sistema ou leva ao curto-circuito sem abandoná-lo.
- **Relações com os outros:** as transações sociais se processam dentro do respeito às pressões hierárquicas.

O empreendedor que atua dentro da própria empresa tem **algumas competências:**

- **Conhecimento do produto:** Tem a habilidade de entender o produto, o seu desenho, a construção e todo o seu potencial.
- **Negócio:** Tem a habilidade de realizar as atividades de funcionamento da organização sem deixar de lado a compreensão do todo.
- **Setor:** Compreende o setor em que a empresa atua e as mudanças que pode sofrer.
- **Liderança:** Lidera e influencia os subordinados.
- **Rede de contatos:** É capaz de criar uma rede de contatos com pessoas influentes e tomadores de decisão.
- **Administrativa:** É capaz de planejar e organizar as atividades.
- **Empreendedor:** Reconhece oportunidades no mercado.

Para Hashimoto (2006), o intraempreendedor é **o indivíduo que:**

- quando inicia um projeto, trata como se fosse o seu próprio negócio;
- usa toda a sua criatividade para realizar o que está criando;

- é um sonhador que consegue agir e tornar o sonho em realidade;
- para concretizar as ideias, enfrenta os obstáculos que aparecem pelo caminho;
- tem habilidade de integrar o projeto do produto com a necessidade do mercado.

DIMENSÕES-CHAVE DE UMA ORIENTAÇÃO EMPREENDEDORA

- **Inovatividade:** a dimensão inovatividade reflete a tendência de uma organização a engajar e apoiar novas ideias, novidades, experimentos e processos criativos que possam resultar em novos produtos, serviços ou processos (LUMPKIN; DESS, 1996).

- **Assumir Riscos:** esta dimensão da OE captura o grau de risco refletido em várias decisões de alocação de recursos, bem como na escolha de produtos e mercados, refletindo, de certa forma, um critério para decisões e um padrão de tomada de decisões a nível organizacional (VENKATRAMAN, 1989).

- **Agressividade Competitiva:** a agressividade competitiva tem relação com a propensão da organização para, direta e intensamente, desafiar seus competidores para alcançar melhores posições no mercado visando superá-los. Chen e Hambrick (1995) tratam da agressividade competitiva como sendo a tendência de uma organização em responder agressivamente às ações da concorrência, denominando-a de responsividade.

3 DESIGN THINKING, DESIGN DE SERVIÇO.

3.1 DEFINIÇÃO DE DESIGN THINKING

O design thinking é uma abordagem para resolver problemas complexos de maneira centrada no usuário. Ou seja, trata-se de uma abordagem prática, após um processo estruturado a fim de inovar soluções. Dessa forma, usando um conjunto elaborado de ferramentas de design, o design thinking reúne o que é desejável do ponto de vista do usuário, tecnologicamente viável e economicamente viável.

Portanto, o design thinking pode ser aplicado a uma ampla variedade de campos. O mais óbvio é o campo da inovação de produtos e serviços. Porém, áreas não tão óbvias como política, recursos humanos e educação estão cada vez mais trabalhando com o design thinking e produzindo resultados tangíveis.

Fonte: <https://infonova.com.br/design-thinking-design-de-servicos/>

FASES

Dividido em várias fases, que não necessariamente devem ser executadas sequencialmente, o Design Thinking apresenta uma série de técnicas e ferramentas colaborativas utilizadas para a coleta e classificação de informações, permitindo aos usuários desenvolver a criatividade, colaboração e trabalho em equipe.

FASE: IMERSÃO

1 – Reenquadramento

Ferramenta Design Thinking cujo objetivo é examinar problemas ou questões não resolvidas em uma empresa sob diferentes perspectivas e diversos ângulos.

Permite desconstruir crenças e suposições dos stakeholders, e quebrar seus padrões de pensamento,

ajudando-os a mudar paradigmas dentro da empresa e, com isso, dar o primeiro passo para alcançar soluções inovadoras.

2 – Pesquisa Exploratória

Ferramenta Design Thinking para realizar pesquisa de campo preliminar é uma das ferramentas Design Thinking que auxiliam a equipe no entendimento do contexto a ser trabalhado e fornece insumos para a definição dos perfis de usuários, atores e ambientes ou momentos do ciclo de vida do produto/serviço que serão explorados na Imersão em profundidade.

3 – Pesquisa Desk

A Pesquisa Desk é uma das ferramentas Design Thinking que busca informações sobre o tema do projeto em fontes diversas (websites, livros, revistas, blogs, artigos, entre outros).

O nome Desk origina-se de desktop, e é utilizado porque a maior parte da pesquisa secundária realizada atualmente tem com base referências seguras da internet.

4 – Entrevistas

Ferramenta Design Thinking que procura, através de uma conversa com o entrevistado, obter informações através de perguntas, cartões de evocação cultural, dentre outras técnicas.

5 – Cadernos de Sensibilização

Ferramenta Design Thinking utilizada para obter informações sobre pessoas e seus universos, utilizada para coletar dados do usuário com o mínimo de interferência sobre suas ações, ou quando a questão investigada se desenrola de forma intermitente ou dentro de um longo período.

6 – Sessões Generativas

Dentre as ferramentas Design Thinking, as Sessões Generativas correspondem ao encontro no qual se convida os usuários (ou atores envolvidos no tema do projeto) para que dividam suas experiências e realizem juntos atividades nas quais expõem suas visões sobre os temas do projeto.

7 – Um dia na vida

É uma simulação por parte do pesquisador da vida de uma pessoa ou situação estudada. Assim, membros da equipe de projeto assumem o papel do usuário e passam um período de agindo sob um diferente ponto de vista.

8 – Sombra

Das ferramentas design thinking esta É o acompanhamento do usuário (ou outro ator do processo) ao longo de um período de tempo que inclua sua interação com o produto ou serviço que está sendo analisado.

FASE: ANÁLISE E SÍNTESE

9 – Cartões de Insight

São reflexões embasadas em dados reais das Pesquisas Exploratória, Desk e em Profundidade, transformadas em cartões que facilitam a rápida consulta e o seu manuseio.

10 – Diagrama de Afinidade

É uma organização e agrupamento dos Cartões de Insights com base em afinidade, similaridade, dependência ou

proximidade, gerando um diagrama que contém as macro áreas que delimitam o tema trabalhado, suas subdivisões e interdependências.

11 – Mapa Conceitual

É uma visualização gráfica, construída para simplificar e organizar visualmente dados complexos de campo, em diferentes níveis de profundidade e abstração.

Seu objetivo é ilustrar os elos entre os dados e, assim, permitir que novos significados sejam extraídos das informações levantadas nas etapas iniciais da fase de Imersão, principalmente a partir das associações entre elas.

12 – Critérios Norteadores

São diretrizes balizadoras utilizadas no Design Thinking para o projeto, evidenciando aspectos que não devem ser perdidos de vista ao longo de todas as etapas do desenvolvimento das soluções.

Servem como base para a determinação dos limites do projeto e do seu verdadeiro propósito.

Fase: Análise e Síntese

13 – Personas

São arquétipos, personagens ficticiais, concebidos a partir da síntese de comportamentos observados entre consumidores com perfis extremos que representam as motivações, desejos, expectativas e necessidades, reunindo características significativas de um grupo mais abrangente.

14 – Mapa de Empatia

Das ferramentas Design Thinking esta representa a síntese das informações sobre o cliente numa visualização do que ele diz, faz, pensa e sente.

15 – Jornada do Usuário

Ferramenta Design Thinking de representação gráfica das etapas de relacionamento do cliente com um produto ou serviço, que vai descrevendo os passos chave percorridos antes, durante e depois da compra e utilização.

16 – Blueprint

Ferramenta Design Thinking no formato de matriz que representa visualmente, de forma esquemática e simples, o complexo sistema de interações que caracterizam uma prestação de serviços.

Fase: Ideação

17 – Brainstorming

Técnica para estimular a geração de um grande número de ideias em um curto espaço de tempo.

18 – Workshop de Cocriação

Ferramenta Design Thinking relacionada ao encontro organizado na forma de uma série de atividades em grupo com o objetivo de estimular a criatividade e a colaboração, fomentando a criação de soluções inovadoras.

19 – Cardápio de Ideias

Um catálogo apresentando a síntese de todas as ideias geradas no projeto. Pode incluir comentários relativos às

ideias, eventuais desdobramentos e oportunidades de negócio.

20 – Matriz de Posicionamento

Uma ferramenta de análise estratégica das ideias geradas, utilizada na validação destas em relação aos Critérios Norteadores, bem como às necessidades das Personas criadas no projeto.

FASE: PROTOTIPAÇÃO

21 – Protótipo em Papel

São representações de interfaces gráficas com diferentes níveis de fidelidade, desde um wireframe desenhado à mão em pequenos pedaços de papel, para representar esquematicamente as telas de um aplicativo de celular, até uma embalagem de sabonete com detalhes finais de texto e cores.

22 – Modelo de Volume

Representações de um produto que pode variar os níveis de fidelidade.

23 – Encenação

É uma simulação improvisada de uma situação, que pode representar desde a interação de uma pessoa com uma máquina até um simples diálogo entre pessoas para encenar aspectos de um serviço.

24 – Storyboard

Uma representação visual de uma história através de quadros estáticos, compostos por desenhos, colagens, fotografias ou qualquer outra técnica disponível.

25 – Protótipos de Serviços

É a simulação de artefatos materiais, ambientes ou relações interpessoais que representem um ou mais aspectos de um serviço, de forma a envolver o usuário e simular a prestação da solução proposta.

Fonte: Trecho retirado de <https://www.gp4us.com.br/tecnicas-ferramentas-design-thinking-1/>

3.2 DEFINIÇÃO DO DESIGN DE SERVIÇO

O design de serviço é a aplicação prática e criativa de ferramentas e métodos de design com o objetivo de desenvolver ou melhorar serviços. Ou seja, trata-se da atividade de orquestrar pessoas, infraestrutura, comunicação e componentes materiais de um serviço. Tudo, a fim de criar valor para todas as partes interessadas envolvidas. Isso, além de criar uma experiência de marca distinta e maximizar o potencial de negócios.

Como a definição já afirma, o design de serviço é aplicado para desenvolver ou melhorar serviços. Portanto, os designers de serviços têm uma visão orientada a serviços do mundo. Nesse universo, todas as interações entre uma marca e um usuário são consideradas serviços.

Fonte: <https://infonya.com.br/design-thinking-design-de-servicos/>

4 METODOLOGIAS ÁGEIS, LEAN MANUFACTURING, SCRUM.

A metodologia ágil é uma forma de gerir projetos, em que se busca a otimização dos processos.

4.1 LEAN MANUFACTURING

Lean Manufacturing (Produção ou Fabricação Enxuta) é uma metodologia de Melhoria de Processos desenvolvida inicialmente pela Toyota. Essa metodologia se chamava Sistema Toyota de Produção.

Lean é uma palavra da língua inglesa, cuja tradução comumente usada no contexto das empresas é “enxuto”. Enxuto é um adjetivo que caracteriza algo que se enxugou. No sentido figurativo, uma empresa enxuta é aquela que enxugou gastos e desperdícios.

Lean se baseia na redução de desperdícios como forma de trabalhar, e segue alguns princípios. Os Princípios de Lean são: Valor, Cadeia de Valor, Fluxo Contínuo, Puxada e Melhoria Contínua.

A Figura que segue mostra os cinco princípios do pensamento lean.

Cinco princípios do Pensamento LEAN

No livro “Mentalidade Enxuta”, Womack e Jones listam os princípios que devem seguir as empresas que querem se tornar Lean:



A próxima Figura (Guarda Chuvas de Técnicas e Ferramentas) ilustra algumas das principais ferramentas da lean manufacturing.



Vamos abordar algumas dessas técnicas ou ferramentas.

• PULL SYSTEM (SISTEMA DE PUXAR)

O sistema de puxar a produção se contrapõe ao sistema de empurrar a produção.

Nesse sistema, é produzida apenas a quantidade necessária para atender a demanda do cliente, evitando a formação de estoques.

Sistema de Puxar

Fazer o que o cliente precisa quando ele precisa na quantidade em que ele precisa



• KAIZEN



Todas as Pessoas!
Todos os Dias!
Em todas as Áreas!

A filosofia de melhoria contínua deriva do kaizen. O Kaizen é uma filosofia de contínuo melhoramento de todos os empregados da organização, de maneira que realizem suas tarefas um pouco melhor a cada dia.

Kaizen não significa somente fazer melhor as coisas, mas conquistar resultados específicos para reduzir custos de fabricação, projetos, estoques e distribuição a fim de tornar os clientes mais satisfeitos.

• 5S



O conceito de 5S possui como base as cinco palavras japonesas cujas iniciais formam o nome do programa. As palavras são Seiri, Seiton, Seiso, Seiketsu e Shitsuke, que migradas para o Português foram traduzidas como “senso”, visando não descaracterizar a nomenclatura do programa.

São eles: senso de utilização, senso de organização, senso de limpeza, senso de saúde e senso de autodisciplina. Vejamos separadamente os conceitos de cada um dos 5S:

1 - SEIRI – Senso de Utilização

Significa utilizar materiais, ferramentas, equipamentos, dados, etc. com equilíbrio e bom senso. Onde é realizado o descarte ou realocação de tudo aquilo considerado dispensável para realização das atividades.

Os resultados da aplicação do Senso de Utilização são imediatamente evidenciados:

- Ganho de espaço;
- Facilidade de limpeza e manutenção;
- Melhor controle dos estoques;
- Redução de custos;
- Preparação do ambiente para aplicação dos demais conceitos de 5S.

2 - SEITON – Senso de Organização

O senso de organização pode ser interpretado como a importância de se ter todas as coisas disponíveis de maneira que possam ser acessadas e utilizadas imediatamente.

Para isto devem-se fixar padrões e utilizar algumas ferramentas bem simples como painéis, etiquetas, estantes, etc. Tudo deve estar bem próximo do local de uso e cada objeto deve ter seu local específico.

Podemos identificar como resultados do senso de organização:

- Economia de tempo;
- Facilidade na localização das ferramentas;
- Redução de pontos inseguros.

3 - SEISO – Senso de Limpeza

A tradução para a palavra Seiketsu é limpeza. Este senso define a importância de eliminar a sujeira, resíduos ou mesmo objetos estranhos ou desnecessários ao ambiente. Trata-se de manter o asseio do piso, armários, gavetas, estantes, etc.

O senso de limpeza pode ir além do aspecto físico, abrangendo também o relacionamento pessoal onde se preserva um ambiente de trabalho onde impere a transparência, honestidade, franqueza e o respeito.

A aplicação do senso de limpeza traz como resultado:

- Ambiente saudável e agradável;
- Redução da possibilidade de acidentes;
- Melhor conservação de ferramentas e equipamentos;
- Melhoria no relacionamento interpessoal.

4 - SEIKETSU – Senso de Padronização e Saúde

O senso de padronização é traduzido na fixação de padrões de cores, formas, iluminação, localização, placas, etc.

Como abrange também o conceito de saúde, é importante que sejam verificados o estado dos banheiros, refeitórios, salas de trabalho, etc. afim de que sejam identificados problemas que afetam a saúde dos colaboradores como os problemas ergonômicos, de iluminação, ventilação, etc.

Este senso tem como principal finalidade manter os 3 primeiros S' (seleção, ordenação e limpeza) de forma que eles não se percam. Podem-se evidenciar como principais resultados da aplicação deste conceito:

- Facilidade de localização e identificação dos objetos e ferramentas;
- Equilíbrio físico e mental;
- Melhoria de áreas comuns (banheiros, refeitórios, etc.);
- Melhoria nas condições de segurança.

5 - SHITSUKE – Senso de Disciplina ou Autodisciplina

A última etapa do programa 5S é definida pelo cumprimento e comprometimento pessoal para com as etapas anteriores. Este senso é composto pelos padrões éticos e morais de cada indivíduo.

Esta etapa estará sendo de fato executada quando os indivíduos passam a fazer o que precisa ser feito mesmo quando não há a vigilância geralmente feita pela chefia ou quando estendem estes conceitos para a vida pessoal demonstrando seu total envolvimento.

Diante de um ambiente autodisciplinado acerca dos princípios 5S é possível que se tenha:

- Melhor qualidade, produtividade e segurança no trabalho;
- Trabalho diário agradável;
- Melhoria nas relações humanas;
- Valorização do ser humano;
- Cumprimento dos procedimentos operacionais e administrativos.

• KANBAN

Kanban é um termo de origem japonesa e significa literalmente “cartão” ou “sinalização”.

Este é um conceito relacionado com a utilização de cartões (post-it e outros) para indicar o andamento dos fluxos de produção em empresas de fabricação em série.

Nesses cartões são colocadas indicações sobre uma determinada tarefa, por exemplo, “para executar”, “em andamento” ou “finalizado”.

A utilização de um sistema Kanban permite um controle detalhado de produção com informações sobre quando, quanto e o que produzir.

O método Kanban foi inicialmente aplicado em empresas japonesas de fabricação em série e está estreitamente ligado ao conceito de “just in time”.

A empresa japonesa de automóveis Toyota foi a responsável pela introdução desse método devido a necessidade de manter um eficaz funcionamento do sistema de produção em série.

O Kanban eletrônico (e-Kanban) é utilizado em substituição ao método físico, evitando alguns problemas como a perda de cartões e proporcionando mais rapidez na atualização do quadro de tarefas.

• POKA-YOKE

Esse nome, tão curioso, é de origem japonesa e significa “à prova de erros”.

Trata-se de um sistema de inspeção desenvolvido para prevenir riscos de falhas humanas e corrigir eventuais erros em processos.

6 Passos para aplicar a técnica Poka-Yoke:

- conheça a falha a ser corrigida;
- compreenda as causas;
- cogite soluções;
- verifique a eficácia da solução;
- implante a solução;
- registre-a.

• ANDON

É referente a uma modalidade de gestão. É uma ferramenta gerencial que deve ser aplicada para controlar determinados tipos de ocorrências na linha de produção.

Visa sinalizar e alertar sobre a probabilidade de erros num determinado processo de produção.

Na prática a Andon pode ser aplicada de maneira a orientar a equipe de produção através de alertas sonoros, sinalizadores visuais e demais representações visuais.

4.2 SCRUM

A Metodologia Scrum é considerada um método ágil. Trata-se de um framework (conjunto de ações e estratégias para solucionar problemas) normalmente utilizado com projetos mais complexos.

O conceito principal é a ideia de finalizar um projeto mais rápido, com melhor qualidade, otimizando os recursos humanos e materiais. Além disso, potencializa o trabalho em equipe com foco no cumprimento dos prazos estipulados por meio do acompanhamento da evolução do projeto.

Vale destacar que as metodologias ágeis são alternativas de gestão de projetos com o objetivo de oferecer rapidez e adaptação dos processos e, por isso, o scrum está listado como um método Ágile.

A metodologia scrum, que também é considerada um método ágil, é construída a partir de ciclos de atividades de um determinado projeto em conjunto com reuniões para alinhamento das ações e melhora do processo.

A ideia é que o acompanhamento seja frequente, inclusive, diariamente, para possibilitar trocas de estratégia, por exemplo, a fim de concluir o projeto com agilidade.

Não é característica da metodologia scrum seguir o caminho inicial traçado sem fazer novas análises e buscar soluções para os obstáculos encontrados no processo. Desta forma, eventuais erros são corrigidos antes de se chegar ao produto final, poupando tempo da equipe de desenvolvimento e, claro, do cliente.

A metodologia scrum funciona em fases simples e em ciclos.

Dividimos os passos para facilitar o entendimento do processo.

Passo 1: Ter uma visão total do projeto

Passo 2: Dividir as funcionalidades

Passo 3: Definir prioridades

Passo 4: Dividir em ciclos

Passo 5: Iniciar dos ciclos

Passo 6: Revisão dos ciclos

Fonte: <https://www.pontotel.com.br/metodologia-scrum/>

A metodologia é iniciada a partir da criação de um "backlog" — uma lista com tudo que o projeto tem que desenvolver, ou seja, o que o produto precisa conter para ficar pronto para a entrega.

A lista é enxergada como prioridade e dividida em ciclos que, por sua vez, são chamados de sprints, cuja validade é de duas a quatro semanas. Em cada sprint há um conjunto de tarefas determinado que deve ser colocado em prática e entregue ao usuário final. Com isso, o cliente não vai esperar a conclusão do projeto para testar o produto.

O uso do Scrum é mais recomendado para projetos de inovação, onde o produto não é conhecido por completo no início da proposta e nos casos em que não se domina a tecnologia com a qual o projeto será feito.

5 RESOLUÇÃO DE PROBLEMAS COMPLEXOS, VISÃO SISTÊMICA E ESTRATÉGICA.

5.1 RESOLUÇÃO DE PROBLEMAS COMPLEXOS

Quando o assunto é resolução de problemas complexos estamos falando em lidar com situações nas quais as soluções que se conhecem atualmente não se aplicam. É preciso, portanto, "pensar fora da caixa" para se chegar a novas possibilidades de respostas.

Dessa maneira, é uma competência que leva as pessoas a adotarem uma nova postura diante das situações. Para isso, elas precisam aprimorar sua capacidade de percepção para formular estratégias criativas e efetivas para os novos cenários que vêm surgindo.

Logo, a soft skill relacionada a resolver problemas complexos ganha cada vez mais destaque, sendo considerada uma das habilidades do futuro do trabalho segundo o relatório de 2020 do Fórum Econômico Mundial. E isso ocorre devido a todas as transformações pelas quais o mundo e a sociedade vivem na era digital.

(...)

11 LIDERANÇA, AUTOLIDERANÇA E LIDERANÇA DE EQUIPES.

11.1 LIDERANÇA

Liderança é a influência interpessoal exercida numa situação e dirigida através do processo da comunicação humana à consecução de um ou de diversos objetivos específicos (Tannenbaum).

José Carlos Faria conceitua o líder como uma pessoa capaz de unir outras através de esforços combinados para atingir determinado objetivo.

Liderar é, pois, a capacidade de dirigir, coordenar e motivar indivíduos ou grupos para alcançar determinados fins.

Tipos de Liderança

1) A Teoria dos Três Estilos de Liderança

Kurt Lewin foi um psicólogo dos anos 30 que desenvolveu importantes estudos nas áreas das relações humanas. Uma de suas principais publicações foi a Teoria dos Estilos de Liderança, apresentada por volta de 1935 – auge do período industrial. Sua teoria aponta 3 principais estilos de liderança. O Líder Autocrático, o Líder Democrático e o Líder Liberal (ou Laissez-Faire).

Essa foi uma das primeiras abordagens sobre liderança e também foi encontrada nos estudos de Ralph White e Ronald Lippitt (1939), onde se procurava verificar a influência causada por três diferentes estilos de liderança nos resultados de desempenho e no comportamento das pessoas.

ESTILOS DE LIDERANÇA

● Autocrática:

- Diretrizes fixadas pelo líder, sem a participação do grupo.

- O líder determina as providências e as técnicas para a execução das tarefas, uma de cada vez, conforme a necessidade, sendo assim, imprevisíveis para o grupo.

- O líder determina a tarefa a ser executada e qual o companheiro de trabalho de cada um.

- O líder é dominador e pessoal, tanto nos elogios quanto nas críticas ao trabalho de cada membro.

• Democrática:

- Diretrizes debatidas e decididas pelo grupo com a assistência e estímulo do líder.

- O grupo esboça as providências e técnicas para a execução das tarefas, solicitando ao líder aconselhamento quando necessário. Sempre que solicitado o líder oferece duas ou mais alternativas, provocando o debate no grupo.

- A divisão de tarefas fica a cargo do grupo e cada membro escolhe seus companheiros de trabalho.

- O líder é um membro normal do grupo, porém sem encarregar-se muito das tarefas. É objetivo e limita-se aos fatos em suas críticas e elogios.

• Liberal:

- O grupo tem toda a liberdade para decidir, o líder participa minimamente.

- O líder tem uma participação limitada nos debates, apresentando materiais variados ao grupo, e fornecendo alguma informação se solicitada.

- O líder não participa; tanto a divisão das tarefas quanto a escolha de companheiros fica a cargo do grupo.

- O líder não avalia nem regula o curso dos acontecimentos. Quando perguntado, faz comentários irregulares sobre as atividades dos membros.

As experiências demonstram que grupos submetidos à liderança autocrática apresentam uma maior quantidade de trabalho produzido, os grupos submetidos à liderança liberal não se saíram bem nem quanto à quantidade nem quanto à qualidade e os grupos submetidos à liderança democrática apresentaram uma melhor qualidade do trabalho, porém com uma quantidade inferior ao grupo submetido à liderança autocrática.

Os resultados de estudos sobre estilos de decisão dos líderes sugerem que, (...) a maioria dos grupos prefere um líder democrático. Nesses estudos, membros de grupos conduzidos por um líder autoritário eram extremamente submissos ou extremamente agressivos em sua interação. Também eram os mais propensos a deixar a organização (...) (WAGNER III e HOLLENBECK, 1999, p.248).

Já na liderança liberal ("laissez-faire") o líder permite total liberdade para a tomada de decisões individuais ou grupais, enquanto na liderança democrática o líder age como um facilitador, orientando o grupo e sugerindo ideias. Os grupos submetidos à liderança liberal ("laissez-faire") apresentaram sinais de individualismo, insatisfação e pouco respeito com relação ao líder e na liderança democrática, os grupos apresentaram boa qualidade de trabalho, nítido sentido de responsabilidade e comprometimento das pessoas.

2) Liderança Situacional

O conceito de liderança situacional é bem simples, esse tipo de liderança é voltado para situações diferentes, ou seja, ela se adequa a diferentes tarefas propostas; é o estilo que tem de se ajustar à situação. O principal problema que essa teoria busca resolver é descobrir qual estilo deve ser usada em cada situação.

3) A Liderança Orientada para as Tarefas ou para as Pessoas

Outros estudos procuraram abordar a liderança identificando grupos de características que pareciam

relacionadas entre si. Os estudos definiram dois conceitos, que foram denominados de orientação para o empregado e orientação para a produção.

Segundo os estudos da Universidade de Michigan os líderes orientados para o empregado acentuam o aspecto de relacionamento da sua função. Aham que cada empregado é importante e se interessam por cada um, aceitando sua individualidade e suas necessidades pessoais. Já a orientação para a produção enfatiza a produção e os aspectos técnicos da função; os empregados são vistos como instrumentos pelos quais se atingem os objetivos da organização. Essas duas orientações são paralelas aos conceitos do comportamento do líder autoritário (tarefa) e democrático (relacionamento) (HERSEY e BLANCHARD, 1986, cap.4, p.109).

4) A Grade Gerencial

Blake e Mouton (citados por CHIAVENATO, 1999) criaram uma grade gerencial para mostrar que a preocupação com a produção e a preocupação com as pessoas são aspectos complementares e não mutuamente excludentes. Para eles, os líderes devem unir essas duas preocupações, a fim de conseguir resultados eficazes das pessoas. No grid gerencial, cinco tipos diferentes de liderança baseados na preocupação com a produção (tarefa) e pessoas (relacionamento) são dispostos em dois eixos: o eixo horizontal se refere à preocupação com a produção, isto é, com o trabalho a ser realizado, enquanto que o eixo vertical se refere à preocupação com as pessoas, isto é, com sua motivação, liderança, satisfação, comunicação, etc. Cada eixo está subdividido em nove graduações. A graduação mínima é 1 e significa pouquíssima preocupação por parte do administrador. A graduação máxima é 9 e significa a máxima preocupação possível. A Figura seguinte ilustra a grade gerencial.



...o administrador deve avaliar o seu estilo de liderança e verificar onde está situado na grade gerencial. O objetivo é tentar gradativamente movê-lo para atingir o estilo 9.9, que constitui o estilo da excelência gerencial: a ênfase na produção e nos resultados, simultaneamente com a ênfase nas pessoas e nas atitudes e comportamentos (CHIAVENATO, 1999, cap. 16, p 569).

5) A Liderança Servidora

(...)

ATENDIMENTO BANCÁRIO

Teoria, dicas e questões de provas CESGRANRIO

Prof. Janilson Santos

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

- 1- Ações para aumentar o valor percebido pelo cliente 1
- 2- Gestão da experiência do cliente. 2
- 3- Técnicas de vendas: da pré-abordagem ao pós-vendas. 3
- 4- Noções de marketing digital: geração de leads; técnica de copywriting; gatilhos mentais; Inbound marketing. 4
- 5- Ética e conduta profissional em vendas. 6
- 6 – Clientocentrismo 7
- 7 - Padrões de qualidade no atendimento aos clientes, escuta ativa e empática, clareza, objetividade e cortesia na comunicação 7
- 8 - Atendimento qualificado por canais remotos..... 9
- 9 - Comportamento do consumidor e sua relação com vendas e negociação..... 11
- Questões CESGRANRIO..... 12**
- 10 - Política de Relacionamento com o Cliente: Resolução nº. 4.539 de 24 de novembro de 2016 e Resolução CMN 4.949/21. 14
- 11 - 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. 18
- 12 - Resolução CMN nº 3.694/2009 e alterações. 20
- 13 - Diversidade e Inclusão: Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência): Lei nº 13.146, de 06 de julho de 2015 22
- 14 - Código de Proteção e Defesa do Consumidor: Lei nº 8.078/1990 (versão atualizada). 41
- 15 - Autorregulação bancária: 41
- SARB nº 004/2009 - Normativo de atendimento ao consumidor na rede de agências bancárias. 41
- SARB 023/2020 - normativo de relacionamento com o consumidor idoso 43
- Lei nº 10.741 de 2003 - Estatuto do Idoso, assim como as 13.466/2017 (acima de 80 anos) e 14.364/2022 (acompanhantes de idosos) 46
- SARB 024/2021 - normativo de relacionamento com consumidores potencialmente vulneráveis..... 44
- 16 - Lei nº 12.764 de 2012 - sobre atendimento prioritário a pessoas com transtorno do espectro autista..... 48
- 17 - Decreto nº 8.727/2016 - dispõe sobre o uso do nome social e o reconhecimento da identidade de gênero de pessoas travestis e transexuais. 47
- 18 - Decreto nº 5.296 de 2004 relacionado à prioridade de atendimento às pessoas que especifica e promove a acessibilidade das pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida 48
- Decreto nº 5.904 de 2006 sobre o direito da pessoa com deficiência visual de ingressar e permanecer em ambientes de uso coletivo acompanhada de cão-guia. 48

1 AÇÕES PARA AUMENTAR O VALOR PERCEBIDO PELO CLIENTE.

Os Clientes buscam melhores produtos e serviços. As Empresas têm de facilitar as escolhas dos clientes agregando valor a seus produtos e serviços.

$$\text{Valor para o Cliente} = \frac{\text{Percepção de Benefícios} - \text{Custo}}{\text{Total}}$$

Valor, para o cliente, consiste em uma soma de benefícios que ele pode receber do produto ou do serviço. Os benefícios que o cliente espera do produto podem ter valor econômico, funcional e psicológico.

Os clientes definem valor de quatro maneiras diferentes:

- a) Valor é preço baixo: Alguns consumidores igualam valor a preço baixo (foco no preço).
- b) Valor é tudo o que eu quero: Alguns consumidores destacam os benefícios obtidos (foco na qualidade).
- c) Valor é a qualidade que obtenho pelo preço que pago. Outros consumidores percebem o valor como uma troca entre o dinheiro que entregam e a qualidade que recebem.
- d) Valor é o que eu recebo pelo que eu dou: finalmente, alguns consumidores consideram todos os benefícios que recebem assim como todos os componentes de sacrifício (dinheiro, tempo, esforço)."

Fonte: "Marketing de Serviços - a Empresa com Foco no Cliente", de Valarie Zeithaml e Mary Jo Bitner, Bookman, 2ª edição, 2003.

OBS.: Brand Equity é o valor adicional que se atribui a algum produto ou serviço. Esse valor influencia na forma como o consumidor pensa, sente e age em relação à marca, assim como nos preços, na parcela de mercado e na lucratividade proporcionada pela marca à empresa.

Qualquer produto comercializado tem dois valores: aquele estipulado pela empresa e o valor percebido pelo cliente. Ambos influenciam, e muito, na decisão de compra.

O que fazer para aumentar o valor percebido pelo cliente?

Ricardo Rossetto Rodrigues sugere:

1. Promover uma experiência inigualável

A trajetória de compra do cliente é muito mais ampla do que apenas entrar na empresa, escolher a mercadoria e efetivar o pagamento.

O atendimento fornecido, a embalagem dos itens, as sensações sentidas são apenas alguns dos fatores que interferem no processo de negociação.

Em outras palavras, o consumidor precisa de uma experiência inigualável, que o faça se sentir único — inclusive, essa estratégia contribui com o valor agregado dos produtos. Nesse cenário, vale a pena apostar em experiências multissensoriais, ou seja, trabalhe os diversos sentidos do cliente.

Lembre-se de que ao promover uma experiência positiva é bem provável que ele divulgue a empresa para amigos e assim ajude a alavancar os resultados, uma vez que o marketing boca a boca é um dos recursos mais efetivos para aumentar o alcance do estabelecimento.

2. Construir uma identidade própria e marcante

Quando se fala em produtos modernos e que são objetos de desejo mundial, a Apple é um dos primeiros nomes que vem à mente, certo? Isso não acontece por acaso.

O seu fundador, Steve Jobs, criou um império focado na venda não só de eletrônicos, mas de um estilo de vida exclusivo, que simboliza status e inovação.

Perceba, nesse contexto, a importância de construir uma identidade para a marca. Ela tem que gerar paixão e ser admirada. A partir daí, o cliente não pensará duas vezes para pagar o que for preciso para adquirir um item que leve o nome e símbolo daquela empresa.

3. Falar a “língua” do público

O seu público-alvo da empresa é mais sofisticado ou formal? Quais são as principais aspirações e anseios dele? O que busca de diferencial em uma marca? Essas são questões que devem ser analisadas para compreender o perfil ideal do cliente, identificar o comportamento dele e adotar uma comunicação que seja compatível.

4. Caprichar no ponto de venda

A primeira impressão é a que fica, diz um adágio popular. Por isso, é importante caprichar no ponto de venda, começando pela própria fachada. Ao ver um exterior chamativo e bem montado, é bem mais fácil atrair a atenção do cliente, que vai quase que involuntariamente associar a marca com algo positivo e de bom gosto.

É importante também ter atenção à organização interna. É um erro deixar os produtos tumultuados ou empilhados. O ideal é separá-los por categoria.

A iluminação e as cores utilizadas também merecem atenção especial.

5. Cumprir as promessas

É fundamental honrar o que foi combinado. Estamos nos referindo a prazo de entrega, preço e condições do produto ou serviço.

6. Ser melhor que a concorrência

É muito importante apostar em estratégias que diferenciam a empresa das demais. Para isso, é essencial fazer uma pesquisa de mercado e entender as particularidades dos concorrentes. Devemos ainda encontrar os pontos fortes e fracos da organização.

A partir de então, será possível adotar estratégias que destacam a marca perante as outras. Adotar ações personalizadas para os clientes pode ser o diferencial competitivo de uma marca.

7. Vender soluções

Atualmente, não se comercializa apenas um produto, mas a solução que ele representa para um problema do cliente. Nesse contexto, é importante que a empresa trabalhe bem o marketing e apresente muito mais do que apenas uma mercadoria.

Gestão da experiência do cliente é a prática de projetar e reagir às interações do cliente para atender ou superar suas expectativas, levando a uma maior satisfação, lealdade e defesa do consumidor.

Para Gartner, gestão da experiência do cliente é "a prática de projetar e reagir às interações do cliente para atender ou exceder suas expectativas, levando a uma maior satisfação, lealdade e defesa do consumidor".

A experiência do cliente é a soma de todas as experiências que um cliente tem com uma empresa durante todo o relacionamento da sua vida, incorporando não apenas os principais pontos de contato, mas também o quão pessoal e memorável suas experiências são. Portanto, no mundo digital de hoje, onde os consumidores têm uma variedade ainda maior de canais e pontos de contato, é ainda mais crucial realizar a gestão da experiência do cliente. Isso porque, uma experiência ruim pode determinar o fracasso de um negócio.

Pesquisas revelam que clientes que recebem uma experiência positiva gastam 140% mais do que clientes que relataram experiências negativas. Além disso, segundo pesquisas, 96% dos clientes afirmam que o atendimento ao cliente é importante para se tornar leal a uma marca. É por isso que a gestão da experiência do cliente é um tema tão importante para as empresas.

Portanto, adotar estratégias de gestão da experiência do cliente é hoje um fator determinante para o sucesso de uma organização. Seguem **alguns benefícios obtidos com essa metodologia**:

- Redução de custos;
- Diminuição da Churn Rate (Taxa de Rotatividade);
- Crescimento do Lifetime Value (Valor Vitalício);
- Maior satisfação dos clientes;
- Aumento de promotores;
- E muitos outros.

Seguem **passos para a aplicação da gestão da experiência do cliente**.

1. Definir os Touchpoints (pontos de toque) dos clientes:

É fundamental definir todos os pontos de contato da jornada do cliente. Mídias sociais, lojas físicas, site, call centers, independente se for físico ou digital todo ponto de contato deve ser definido e mapeado. Isso é importante para que as empresas consigam simular a experiência que seus clientes recebem. E dessa forma, criar mecanismos para garantir uma jornada mais prazerosa.

2. Monitorar seus canais de comunicação:

Deve-se monitorar e analisar todas as interações dos clientes dentro dos seus canais de relacionamento porque isso é importante para identificar possíveis gargalos nas jornadas de compra.

3. Fazer uso de pesquisas de satisfação:

Para criar um ciclo de constantes melhorias na experiência dos clientes é importante que as empresas estejam abertas a ouvi-los. É possível medir o Net Promoter Score (NPS) em cada um dos seus pontos de contato, por exemplo, e dessa forma avaliar se existe alguma falha que possa ser resolvida.

Net Promoter Score (NPS) significa Pontuação Líquida do Promotor). Nesta metodologia, com apenas uma pergunta é possível definir o grau de satisfação e seu nível de fidelização.

A pergunta é: De 0 a 10, quanto você indicaria a nossa marca para um amigo?

2 GESTÃO DA EXPERIÊNCIA DO CLIENTE.

As respostas devem ser analisadas levando em consideração que as notas de:

0 a 6: são detratores, ou seja, clientes que não estão satisfeitos com a empresa.

7 e 8: são neutros ou passivos, ou seja, clientes que devem ser trabalhados para melhorar a sua percepção em relação à marca.

9 e 10: são promotores, ou seja, clientes já fidelizados, que facilmente se tornariam advogados da marca.

Por fim, o cálculo do NPS é: % de promotores – % de detratores.

4 Entregar experiências integradas:

Para aplicar a gestão da experiência do cliente é imprescindível que as empresas possuam recursos para conseguir oferecer um atendimento omnichannel.

OBS.: Omnichannel é uma estratégia de vendas que integra diferentes canais de comunicação e divulgação, oferecendo aos clientes uma experiência de marca unificada para que cada um possa alternar entre vários canais e, ainda assim, conseguir a melhor qualidade no atendimento, nos serviços e produtos que adquire.

5 Adotar o Customer Success (Sucesso do Cliente):

Acompanhar o sucesso do cliente é um importante passo para conseguir realizar a gestão da experiência do cliente. Isso porque, essa estratégia além de contribuir com a satisfação do consumidor, pode ser uma excelente fonte para gerar insights de como os produtos serviços podem ser melhorados para atender as expectativas do cliente.

6 Continuar inovando sempre:

A gestão da experiência do cliente precisa ser feita constantemente. O que significa que sempre existirão atualizações e inovações no posicionamento da marca, à medida que o público-alvo vai se renovando.

3 TÉCNICAS DE VENDAS: DA PRÉ-ABORDAGEM AO PÓS-VENDAS.

A realização das vendas é a tarefa conclusiva de toda a atividade de marketing. Consiste na transferência do produto (serviço) ao consumidor (cliente). Pode ser classificada como pessoal ou impessoal. No primeiro caso a venda é realizada através de um contato direto do vendedor com os possíveis compradores, seja no estabelecimento comercial ou através de visitas a domicílios.

A venda chamada impessoal ocorre sem intervenção direta de vendedores. Podemos citar como exemplos o caso das máquinas de vendas de café, cigarros, refrigerantes, pela simples inserção de fichas ou dinheiro. Outro exemplo de venda impessoal são os supermercados, que adotam o sistema de autosserviço onde o próprio consumidor se serve das mercadorias que deseja adquirir ou o autoatendimento bancário.

Disponemos ainda do processo de venda eletrônico utilizando o computador como recepção e canal de venda (internet). O consumidor interage diretamente no processo, desde a escolha até o meio de como pagar. E tem uma vantagem muito grande: ele pode conectar-se com qualquer fornecedor ou cliente, em qualquer parte do mundo.

É sempre importante lembrar: Venda ruim, empresa péssima.

Em função de vários aspectos, como a elevada concorrência, por exemplo, vender não é tarefa fácil. Assim, existe todo um esforço até que a venda se concretize. Investimento em propaganda, treinamento dos vendedores (negociadores) e administração dos produtos ou serviços oferecidos.

- ETAPAS DA VENDA

Kotler define a abordagem de venda orientada para o cliente como aquela em que o vendedor tem como principal objetivo solucionar problemas do cliente. O profissional de vendas aprende a levantar e interpretar as necessidades do cliente e sugerir soluções seguras de produto. Mas o autor alerta que não existe abordagem que é a melhor em todas as circunstâncias. Em cada situação de venda uma abordagem genérica deverá ser ajustada ao contexto. Mencionamos abaixo as principais etapas da abordagem de venda eficaz proposta por Kotler:

- Prospecção e qualificação. A primeira etapa consiste em identificar e qualificar os clientes potenciais. As empresas podem gerar indicações examinando fontes de dados (jornais, sites Web, etc.); colocando estandes em feiras setoriais; pedindo referências a clientes, fornecedores, distribuidores e banqueiros; entrando em contato com associações comerciais; engajando-se em atividades que chamem a atenção; utilizando o telefone, o e-mail e a Internet para encontrar contatos e fazendo visitas sem avisar. Em seguida, elas qualificam as indicações contactando-as por correio ou telefone para avaliar seu nível de interesse e sua capacidade financeira. Os bons clientes potenciais são direcionados à equipe de vendas de campo, ao passo que os medianos são direcionados à unidade de telemarketing para acompanhamento.

- Pré-abordagem. O profissional de vendas precisa obter o máximo de informações possíveis sobre a empresa para a qual está tentando vender (do que ela necessita, quem são os envolvidos na decisão de compra) e seus compradores (suas características pessoais e seu estilo de compra) consultando fontes comerciais e bancos de dados. Ele deve estabelecer os objetivos da visita: qualificar o cliente potencial, obter informações ou fazer uma venda imediata. Outra tarefa do profissional de vendas consiste em decidir o que é melhor: uma visita pessoal, um telefonema ou uma carta. Também deve ser levado em conta o melhor momento, uma vez que muitos clientes potenciais estão ocupados em determinadas horas. Para completar, o vendedor deve planejar uma estratégia geral de vendas para a conta.

- Abordagem. O vendedor deve decidir como se portar para manter um bom relacionamento desde o início. Ele deve considerar o uso de roupas parecidas com as que os compradores normalmente vestem, ser cortês e atencioso com o comprador e evitar maneirismos desagradáveis. Por fim, deve iniciar a reunião com uma frase positiva e, então, concentrar-se para entender as necessidades do comprador por meio de perguntas-chave e bastante atenção.

- Apresentação e demonstração. Em seguida, o vendedor conta a 'história' do produto utilizando uma abordagem de aspectos, vantagens, benefícios e valor. As empresas desenvolveram três estilos diferentes de apresentação de vendas. O mais antigo é a abordagem enlatada, uma conversa de vendas memorizada que cobre os principais pontos. Essa abordagem pressupõe que o comprador é passivo e pode ser levado à compra pelo uso de palavras, imagens e ações de estímulo corretas. A abordagem estruturada primeiramente identifica as necessidades do comprador e seu estilo de compra e, em seguida, usa uma abordagem estruturada para esse tipo de comprador. A abordagem de satisfação da necessidade começa com uma

busca das reais necessidades do cliente. Conhecendo-as, o vendedor assume o papel de consultor de negócios experiente para ajudar o cliente a economizar ou ganhar mais dinheiro.

- **Superação de objeções.** Os clientes normalmente fazem objeções durante a apresentação ou quando se fala sobre o fechamento do pedido. Para lidar com essas objeções, o vendedor mantém uma abordagem positiva, pede que o comprador esclareça a objeção, questiona-o de modo que ele mesmo tenha de respondê-la, nega a validade da objeção ou transforma-a em uma razão para a compra. Lidar com as objeções e vencê-las é parte de uma ampla gama de habilidades de negociação.

- **Fechamento.** Nessa etapa, o vendedor tenta fechar a venda utilizando uma das diversas técnicas existentes. Ele pode solicitar o pedido, recapitular os pontos de concordância, oferecer ajuda para preencher o pedido, perguntar se o comprador prefere A ou B, deixar que ele faça escolhas menores, como optar pela cor ou tamanho, ou indicar o que o comprador perderá se o pedido não for efetuado naquele momento. O vendedor pode oferecer ao comprador incentivos para o fechamento da compra, como preço especial, quantidade extra ou brindes.

- **Acompanhamento e manutenção.** O acompanhamento e a manutenção são necessários para assegurar a satisfação do cliente e a continuidade dos negócios. Imediatamente após o fechamento do pedido, o vendedor deve tratar dos detalhes relacionados a data de entrega, condições de compra e outras questões importantes para o cliente. Ele deve programar uma visita de acompanhamento quando o pedido inicial for entregue ou o projeto for iniciado, para verificar se itens como o treinamento e a instalação estão adequados. O propósito dessa visita é detectar quaisquer problemas, mostrar ao comprador o interesse do vendedor e reduzir qualquer dissonância cognitiva que possa ter surgido. O vendedor deve também elaborar um plano de manutenção e crescimento para a conta.

Não é mais possível imaginar alcançar os objetivos do fechamento de negócio, deixando para o momento da venda tudo o que for necessário para a sua concretização. As etapas devem ser executadas com a profundidade e a abrangência necessárias. O êxito desse processo dependerá do sucesso de cada parte.

Os vendedores visam alcançar seus objetivos de venda quando procuram e avaliam os clientes. Algumas empresas visam clientes com alto poder aquisitivo, capacidade de compra enquanto outras têm como prioridade reconhecimento social ou status.

O Sucesso da venda começa na chegada, abordar o cliente é um passo importantíssimo, pois é o momento que você tem para conquistar ou perder a atenção do cliente. Uma abordagem bem-feita é parte de uma venda fechada. A aparência é muito importante, ela poderá ser determinante para contatos seguintes, mas além disso, outros requisitos são necessários.

A apresentação de vendas deve ser adequada conforme o tipo do produto. Há várias formas de apresentação que são do tipo: memorizada, fórmula de vendas e satisfação de necessidades.

A apresentação segue certas orientações: a demonstração deve ser simples e de fácil entendimento, evitar aspectos que possam distrair a atenção dos clientes, o vendedor deve obter deste um compromisso através de respostas positivas.

Durante a apresentação ocorrem várias objeções; é quase impossível de elas não ocorrerem. A não ser em casos de extrema necessidade reconhecida pelo consumidor, o

vendedor encontra de uma forma ou de outra, objeções no início da entrevista, na metade da apresentação ou mesmo na ocasião do “fechamento” de uma venda.

O cliente apresenta objeções por uma série de razões. O cliente pode não estar muito disposto a atender alguém naquele dia, ou pode simplesmente estar tentando livrar-se do vendedor, ele também pode não perceber a necessidade do serviço ou produto a ser apresentado, não ter dinheiro para compra ou até mesmo negar pelo simples hábito de dizer não. É recomendável que as respostas para as possíveis objeções sejam preparadas com antecedência, através de experiências passadas. Pois assim é possível preparar-se antecipadamente diminuindo o número de respostas inadequadas a muitas delas.

Mas se o vendedor não for um “fechador” competente, ele não será um bom vendedor, mesmo que tenha sido bom em todas as outras etapas anteriores. Por isso o vendedor deve ser treinado em técnicas específicas de “fechamento”. É interessante ao tentar o “fechamento”, antes de fazer a solicitação, sejam resumidos os principais pontos da apresentação, para que assim sejam esclarecidas dúvidas que possam ter deixado o cliente um pouco confuso a respeito das vantagens e benefícios do produto.

Os métodos mais utilizados para o “fechamento” são:

- **Direto:** a forma mais direta de “fechar” uma venda é fazer a solicitação diretamente ao cliente, sem rodeios;
- **Formação de barreiras:** ao formular várias perguntas induzindo o cliente a responder “sim” a todas elas, o vendedor cria certas barreiras psicológicas, não existindo aparente motivo para recusar a oferta, no momento do “fechamento”;
- **Ofertas especiais:** ofertas que motivam a compra de imediato incluem colocações do tipo “compre hoje e faça o melhor negócio, não deixe para amanhã”.

Finalizando, temos o Pós-venda que é um conjunto de atividades de *marketing* realizadas após a venda do produto ou a prestação do serviço e que abrangem pesquisas de satisfação, serviços de manutenção, promoções especiais e outras formas de atendimento, tendo por objetivo a fidelização do cliente.

4 NOÇÕES DE MARKETING DIGITAL: GERAÇÃO DE LEADS; TÉCNICA DE COPYWRITING; GATILHOS MENTAIS; INBOUND MARKETING.

- MARKETING DIGITAL

Como o próprio nome já sugere, Marketing Digital é o marketing realizado em ambiente digital. Ele usa ferramentas como redes sociais, e-mail marketing e sites. O ambiente web permite que as empresas se aproximem mais de seus públicos, mas elas precisam saber se comunicar da forma correta.

O marketing digital proporciona à organização:

- entender melhor seu público;
- conquistar mais clientes;
- receber feedbacks;
- melhorar o relacionamento com os clientes;
- fidelizar os consumidores;
- educar o mercado;
- aumentar o conhecimento de marca da empresa;
- gerar leads;
- gerar oportunidades de venda;

- reforçar os diferenciais competitivos;
- aumentar a rentabilidade da empresa.

- GERAÇÃO DE LEADS

Lead é uma pessoa que de alguma forma informou os seus dados de contato à empresa (e-mail, telefone etc.) quando, por exemplo, solicitou um atendimento ou baixou um material gratuito de um site (E-book), entre outras ações.

Lead significa potencial cliente.

É uma das aplicações como maior potencial de crescimento, inclusive no Brasil. Consiste numa série de ações que buscam gerar nomes qualificados para revendedores e força de vendas.

"Nome qualificado" significa que o prospect (potencial comprador) respondeu a comunicação e que está interessado no produto ou na informação que foi disponibilizada na campanha.

O fator chave de sucesso é a estratégia de comunicação, que irá veicular a mensagem certa, pela mídia mais pertinente, disponibilizando o meio de resposta mais adequado para atingir o target (alvo) objetivado, e assim obter a maior taxa de resposta possível.

O fator decisivo é a capacidade do banco de dados, de primeiramente segmentar com precisão o mercado, e depois mensurar os resultados, proporcionando uma forma de comparar e acompanhar o custo por nome gerado, a taxa de conversão, e o custo total por unidade vendida, bem como o número gerado de nomes por mídia, por tipo de oferta, por tipo de mensagem publicitária etc.

Quando falamos em potencial cliente, devemos destacar três conceitos:

1. Público-alvo ou target: é um recorte demográfico, socioeconômico e comportamental de um grupo que uma empresa determina como sendo composto pelos futuros consumidores do seu produto ou serviço. É para esse público-alvo que as ações de marketing e vendas serão direcionadas.

2. Ideal Customer Profile (Perfil de Cliente Ideal): é uma descrição que resume o melhor cliente. Aquele que se identifica com o negócio, é engajado, entende o uso do produto/serviço, tem constância de uso e suas necessidades são supridas com bons resultados.

3. Buyer persona (pessoa do comprador): é um personagem fictício construído a partir de etnografia de pessoas reais, com características psicológicas, que representa um grupo com qualidades e comportamentos parecidos.

- TÉCNICA DE COPYWRITING

Copywriting é uma estratégia de produção de conteúdo focada em convencer o leitor a realizar uma ação específica. O copywriter deve escrever o "copy" (texto) pensando em seu caráter persuasivo, utilizando gatilhos para despertar interesse no leitor, com objetivo de gerar conversões e vendas.

São **exemplos de copywriting** usados em campanhas:

- O uso de frases curtas e concisas com um impacto poderoso para promover a legibilidade.
- A adição de detalhes técnicos essenciais para aumentar a credibilidade
- Contar uma história fascinante e convincente que impulse o envolvimento do cliente.

- GATILHOS MENTAIS

São estímulos psicológicos utilizados pelo marketing para acender a necessidade de ação em quem recebe a mensagem. É, como o nome indica, algo que impacta a mente do receptor de tal forma que desperta a sua reação.

Assim, os gatilhos mentais facilitam a tomada de decisões mais importantes de forma automática.

No Marketing Digital, esses gatilhos são usados nas técnicas de persuasão. Como eles estão diretamente relacionados às emoções dos consumidores, fica mais fácil conquistar as pessoas

São exemplos de gatilhos mentais:

1. Gatilho da reciprocidade

Aquela frase que diz "gentileza gera gentileza" é a base do Inbound Marketing. Isso acontece graças à nossa tendência natural de querer recompensar uma pessoa que nos gera valor de forma espontânea. No marketing, é preciso adotar a máxima "é dando que se recebe" e, primeiro, oferecer algo para, só depois, esperar ter algum lucro, não o contrário. Ex.: oferecer um brinde ao cliente quando ele fizer sua primeira compra.

2. Gatilho da autoridade

É preciso se posicionar como autoridade no nicho de mercado em que a empresa atua para conquistar a confiança do público alvo. Isso significa colocar a credibilidade "em jogo". Ex.: Vamos supor que uma empresa venda aparelhos auditivos. Ter um fonoaudiólogo renomado na campanha, comprovando a qualidade do produto é um gatilho de autoridade.

3. Gatilho da prova social

Uma grande estratégia para conseguir vender mais é mostrar ao público-alvo outras pessoas utilizando o seu produto ou serviço. Um exemplo é disponibilizar depoimentos no site da empresa para mostrar que ela é de confiança e que muitas pessoas estão utilizando seus produtos e serviços.

4. Gatilho da novidade

Para manter o interesse do público, é necessário que a empresa anuncie novidades de tempos em tempos. No marketing de conteúdo, por exemplo, deve-se lançar sempre posts falando sobre novidades e curiosidades e além disso, produzir materiais que ajudem o público a se manter atualizado.

5. Gatilho da escassez e da urgência

Através desse gatilho, podemos ativar um sentimento de risco no público, como se ele estivesse prestes a perder uma grande oportunidade e ninguém quer que isso aconteça. Assim, o cliente não vai querer adiar a compra. Ex.: Sempre deixe claro, nas promoções, que os preços e condições de pagamento só estarão disponíveis durante um curto período ou até enquanto durar o estoque.

6. Gatilho da segurança

Quando você compra um produto, um dos fatores que lhe influenciam a optar por uma marca é a segurança que, tanto o vendedor quanto o produto transmitem. Ex.: usar frases do tipo: X pessoas usaram e aprovaram o produto.

7. Gatilho da razão

Ao oferecer um produto ou serviço, o potencial cliente é mais facilmente convencido quando você lhe

apresenta os motivos pelos quais ele deve realizar a compra. Caso ele tenha objeções, é necessário que elas sejam rebatidas. Ex.: No marketing de conteúdo, usar um tom de notícia, expressões taxativas e palavras que passem uma ideia de credibilidade: “Especialistas descobriram que (...)”

8. Gatilho da afinidade

É fato que gostamos de comprar produtos de empresas com as quais nos identificamos. É por essa razão que você deve conhecer bem o seu público-alvo e definir uma buyer persona (pessoa compradora).

O storytelling (narrativa) é a estratégia utilizada pelo marketing para contar histórias interessantes com o intuito de envolver o consumidor. Ex.: “Assim como você, eu já sofri com esse problema.”

9. Gatilho da curiosidade

O gatilho da ansiedade é facilmente disparado quando damos uma informação incompleta e que precisa de mais elementos para ser compreendida. Ex.: Usar uma frase suscitando o que vai ocorrer.

- INBOUND MARKETING

Ele funciona como um conjunto de estratégias de Marketing, de modo que o potencial cliente (lead) encontre a empresa através dos mecanismos de pesquisa, ao invés da empresa ir de encontro ao seu público (outbound).

Seu objetivo é atrair o potencial cliente através de um site ou blog com conteúdo relevante, e convertê-lo devido ao relacionamento criado e pelo grau de autoridade de conhecimento sobre determinado assunto.

O Inbound Marketing, de maneira mais aplicada, pode auxiliar a empresa a aumentar o alcance do seu negócio, atrair público sem limitação geográfica, estabelecer um relacionamento com o cliente, otimizar processos de vendas e diminuir o custo de aquisição dos seus clientes.

São etapas do Inbound Marketing

- Atrair

Sem a produção de conteúdo relevante, não será possível atrair leads de maneira assertiva. Ou seja, é através do conteúdo de qualidade que você poderá transmitir autoridade sobre o assunto e convencer que a sua empresa pode solucionar o problema do seu potencial cliente.

Além disso, é preciso que o seu blog possua uma boa otimização de SEO. Dessa forma, sua audiência te encontra facilmente na primeira página de busca orgânica do Google.

Outro modo de atrair leads, é através de anúncios pagos como por exemplo, na compra de palavras-chaves do Google AdWords. Ademais, as redes sociais também são canais de atração eficientes, pois é possível identificar o perfil e interesse dos usuários para traçar estratégias.

- Converter

Na etapa de conversão, o visitante torna-se um lead. Para que isso aconteça, ocorre uma troca de recompensas, de modo que ao oferecer um conteúdo rico para o usuário, ele forneça informações.

Sendo assim, pode-se utilizar as Landing Pages, ou seja, páginas de conversão que possuem um formulário para retirar algumas informações relevantes para traçar a abordagem de vendas futuramente.

De outro modo, também é possível converter os visitantes em leads através dos call-to-actions (CTAs) que são botões que

identificam conversões, como por exemplo, se o usuário baixou algum material.

- Relacionar

A base de leads nem sempre estará no momento ideal para a compra devido a inúmeros fatores. Apenas 3% dos visitantes estão buscando por uma solução através da compra do que está sendo ofertado. Diante disso, é essencial criar um relacionamento com o lead para que a empresa não caia no esquecimento.

Uma das estratégias bastante utilizadas são as campanhas de Email Marketing. Assim, com e-mails promocionais e newsletter para que o seu lead continue ativo recebendo ofertas e conteúdos relevantes.

- Vender

As etapas anteriores servem como base para gerar oportunidades de negócio e nutrir o lead de maneira que ele esteja no momento ideal da compra.

Para identificar essas oportunidades, é possível utilizar o Lead Scoring. Logo, essa ferramenta, atribui uma pontuação para todos os leads usando critérios que os qualificam de acordo com o seu perfil e interesse.

- Analisar

A última etapa do Inbound Marketing trata-se de analisar todas as taxas de conversão do funil de vendas para monitorar todas as ações. Com isso, é possível promover otimizações ou mudança de estratégia. Logo, ao controlar esses indicadores, será possível medir a efetividade do Inbound Marketing.

OBS.: Comparado ao método Outbound, o Inbound requer um investimento menor, pois grande parte do processo pode ser automatizado.

(...)

QUESTÕES CESGRANRIO

01. (BB) Atualmente, os sistemas de informação fornecem dados pormenorizados a respeito dos clientes em potencial, o que permite o planejamento de ações customizadas de vendas, tais como

- (A) apuração dos valores de divulgação em canais de rádio e tevê.
- (B) aumento do custo de aquisição pelos produtos adquiridos.
- (C) divulgação de ferramentas digitais como QR code e hot sites.
- (D) propostas de descontos em série para o público em geral.
- (E) postagens nas mídias sociais segundo os temas de interesse dos usuários

02. (BB) Poucos clientes conhecem suficientemente o mercado financeiro, de modo a avaliar se o seu analista de investimentos conseguiu os melhores retornos para os seus fundos investidos. Sendo assim, verifica-se que este serviço é rico em atributos de

- (A) procura e resiliência
- (B) tangibilidade e variabilidade
- (C) confiança e experiência
- (D) risco sensorial e psicológico
- (E) risco social e temporal

03. (BB) Das cinco dimensões da qualidade do serviço - confiabilidade, tangibilidade, sensibilidade, segurança e empatia -, a confiabilidade tem constantemente se mostrado como o fator mais importante na avaliação da qualidade do serviço pelos clientes de um banco. Isso ocorre porque a confiabilidade é uma medida de

- (A) favorecimento da discrepância entre o desempenho de um fornecedor e as expectativas do cliente, já que evidencia a situação do momento.
- (B) resultado, já que os clientes a avaliam depois da experiência de serviço, diferentemente das outras dimensões, que são medidas de processo.
- (C) controle, que traça as mudanças quantitativas no desempenho do serviço em uma variável específica relativa a um padrão predefinido.
- (D) causa-efeito, que relaciona problemas específicos do serviço a diferentes categorias de causas subjacentes.
- (E) excedente do consumidor, que identifica a diferença entre o preço real pago e a percepção do cliente sobre o valor do produto.

04. (BB) O Sr. X precisava planejar a comercialização de um serviço para um cliente exigente, que demanda a personalização e o serviço de alto contato.

Para isso, ele planejou em sua estratégia comercial

- (A) reduzir a variação nas operações e na entrega do serviço.
- (B) garantir a intangibilidade do processo do serviço.
- (C) encorajar o cliente a realizar operações por internet ou caixa automático.
- (D) introduzir sofisticada rede de canais de distribuição eletrônicos.
- (E) interagir pessoalmente com o cliente ao longo da prestação do serviço.

05. (BB) Um dos princípios básicos de um bom atendimento é que ele seja considerado parte integrante de um processo mais amplo e que gere a satisfação do cliente. Preocupada com os baixos índices de satisfação manifestados por seus clientes, a diretoria de um banco contratou uma consultoria para avaliar a qualidade dos serviços prestados nas agências.

O relatório apresentado pelos consultores apontou problemas relacionados às instalações e aos equipamentos das agências. Considerando as cinco dimensões da qualidade de serviços, esses problemas apontados estão relacionados à dimensão

- (A) Empatia
- (B) Segurança
- (C) Tangibilidade
- (D) Confiabilidade
- (E) Responsividade

06. (BB) O Instagram é uma rede social baseada em imagens, e o Twitter limita a escrita a 280 caracteres. Talvez por isso, o marketing digital seja comumente associado ao uso de imagens e vídeos. No entanto, o uso de texto é muito importante e decisivo na atração de consumidores em plataformas como websites, blogs e e-mail.

O uso de conteúdo textual informativo e atraente, otimizado para persuadir consumidores a comprarem os produtos de uma empresa é denominado

- (A) recall
- (B) ebooking

- (C) copyright
- (D) copywriting
- (E) cooperating

07. (BB) Um motorista estava preocupado com os pneus de seu carro. Como muitas pessoas costumam fazer, ele decidiu realizar uma busca na internet e, para isso, usou o termo “pneus velhos”. Como resultado da pesquisa, o buscador trouxe várias opções de sites e vídeos. Ele escolheu o vídeo intitulado “Qual a hora de trocar os pneus de seu carro?” Esse vídeo mostrava um técnico das lojas XYZ, falando a respeito das características de pneus em condições ideais de segurança, tratando das medidas de conservação dos pneus e indicando a hora de trocá-los.

O motorista utilizou as informações do vídeo e percebeu que deveria trocar os pneus dianteiros de seu automóvel. Inevitavelmente, ele pensou em procurar uma loja XYZ. Nesse caso, a ação da XYZ é um exemplo de

- (A) Inbound Marketing
- (B) Outbound Marketing
- (C) Promoção de Vendas
- (D) Programa de Fidelidade
- (E) Marketing de Criatividade

08. (BB) O cliente da empresa W, procurando um produto no site dessa empresa, ficou em dúvida a respeito das suas especificações técnicas, entrou no chat online para conhecer mais a respeito do equipamento e teve suas dúvidas sanadas. Naquele momento, não efetuou a compra, mas uma semana depois baixou o aplicativo W e, mesmo sem voltar ao site da empresa, passou a receber informações a respeito das mudanças de preço do produto que tinha procurado anteriormente. No final do mês, com o recebimento de seu salário, decidiu novamente acionar o aplicativo e realizar a compra. Como queria economizar no frete, decidiu pela retirada do produto na loja física próxima de sua casa. Alguns dias depois, recebeu uma mensagem em seu smartphone indicando que já poderia ir à loja recolher sua encomenda. Na semana seguinte, o cliente recebeu uma mensagem com o pedido de avaliação de sua compra e respondeu dando nota 9 ao atendimento feito pela empresa. Nesse caso, identifica-se que a empresa W utiliza um modelo de negócios denominado

- (A) Rede
- (B) Multinível
- (C) Multicanal
- (D) Horizontal
- (E) Omnichannel

09. (BB) A partir da análise do banco de dados da agência, o atendente bancário pode realizar vendas sugestivas, identificando as informações sobre o cliente para

- (A) diminuir os juros cobrados dos correntistas.
- (B) informar sobre a carga tributária dos investimentos.
- (C) propor o acesso a novos produtos do banco.
- (D) retirar os dados do mailing da companhia.
- (E) sugerir mudanças no horário das visitas à agência.

10. (BB) O profissionalismo em vendas e atendimento implica uma série de procedimentos por parte do bancário, entre os quais a

- (A) aprendizagem e a qualificação constantes

- (B) cobrança por privilégios no trabalho
- (C) exigência de maior remuneração
- (D) potencialidade do seu ego
- (E) prioridade a seus interesses pessoais

11. (BANRISUL-2023) Para simplificar o processo de gestão da experiência do cliente, o gerente de uma agência do banco X aplicou o *Net Promoter Score* (NPS). A Tabela apresentada a seguir resume os resultados obtidos.

Nota	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Quantidade de Respostas	0	4	7	8	4	30	21	12	10	5	2

Com base nesses dados, a quantidade de detratores é de

- (A) 7
- (B) 11
- (C) 22
- (D) 53
- (E) 74

12. (BANRISUL-2023) As atividades de telemarketing de um certo banco se resumem a atendimento de ligações de clientes que buscam informações, fazem reclamações e desejam contratar serviços do banco. Uma vez que o banco não toma a iniciativa de telefonar para seu público-alvo, seja para vender, cobrar ou realizar uma pesquisa, verifica-se que, nesse caso, são realizadas somente ações de telemarketing

- (A) ativo
- (B) receptivo
- (C) mediador
- (D) ancorado
- (E) de recrutamento

13. (BANRISUL-2023) O diretor de uma empresa percebeu que era necessário ampliar seus canais remotos de vendas e, por conta disso, procurou o gerente de um banco em busca de um empréstimo. Ele explicou ao gerente que a quantia seria utilizada para expandir as atividades de vendas de seus produtos aos consumidores finais por meio de dispositivos móveis. Essa atividade é denominada

- (A) B2G
- (B) i-sale
- (C) smart retail
- (D) m-commerce
- (E) e-procurement

14. (BANRISUL-2023) A atuação do escriturário em ações de pós-vendas é uma iniciativa importante das estratégias de marketing de relacionamento, desenvolvidas pelos bancos com o objetivo de

- (A) alcançar lucratividade no longo prazo por meio de boas relações com os clientes.
- (B) construir uma relação confiável, em curto prazo, com clientes e stakeholders.
- (C) desenvolver laços econômicos e sociais entre os membros da organização financeira.
- (D) discutir os rendimentos dos clientes em bloco, agilizando o atendimento e a lucratividade.
- (E) ofertar serviços de alta qualidade, performance e preços elevados na ótica dos clientes.

15. (BANRISUL-2023) O advento das mídias sociais impactou o atendimento bancário em função do aumento do alcance dos comentários dos clientes a respeito da

- (A) necessidade de exposição da marca.
- (B) negociação ganha a ganha em rede.
- (C) percepção da qualidade dos serviços.
- (D) preferência por serviços tangíveis.
- (E) referência aos valores pessoais.