

REDAÇÃO

O Banco do Brasil é um banco de mercado com espírito público. Nesse contexto, este é um momento propício para refletir sobre um aspecto do amplo e inesgotável debate em torno da solidificação da cidadania brasileira: o papel de cada um na preservação do espaço público.

Para situar a discussão, são oferecidos os textos abaixo, que devem ser usados como motivadores para a produção de uma redação. **Não os copie.**

Ao contrário dos animais que não trabalham, pois sua ação não é deliberada, o *trabalho* humano é uma ação transformadora da realidade, dirigida por finalidades conscientes. Ademais, a ação humana é coletiva e pautada pela linguagem e pelo pensamento, tornando possível a formação do mundo *cultural*.

No esforço de manutenção da própria vida, os homens passam a produzir os meios de sua própria existência, intervindo, modificando e adaptando a natureza às suas necessidades.

SALIM, J.J. Sobre pessoas e organizações. In: FARO, C. (Org.). **Administração bancária**: uma visão aplicada. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2014, p.235. Adaptado.

Eu amo a rua. Nós somos irmãos, nós nos sentimos parecidos e iguais; nas cidades, nas aldeias, nos povoados, não porque sofremos, com a dor e os desprazeres, a lei e a polícia, mas porque nos une, nivela e agremia o amor da rua. É este mesmo o sentimento imperturbável e indissolúvel, o único que, como a própria vida, resiste às idades e às épocas. Tudo se transforma, tudo varia — o amor, o ódio, o egoísmo. Os séculos passam, deslizam, levando as coisas fúteis e os acontecimentos notáveis. Só persiste e fica, legado das gerações cada vez maior, o amor da rua.

A rua nasce, como o homem, do soluço, do espasmo. Há suor humano na argamassa do seu calçamento. Cada casa que se ergue é feita do esforço exaustivo de muitos seres.

BARRETO, J.P.E.C.S.C. (João do Rio). A rua. In: **A alma encantadora das ruas**. Disponível em: <http://objdigital.bn.br/Acervo_Digital/livros_eletronicos/alma_encantadora_das_ruas.pdf>. Acesso em: 23 dez. 2014. Adaptado.

Quando viaja ao exterior, o brasileiro procura cidades com espaços públicos muito bem estruturados, onde se caminhe por ruas-corredores de calçadas muito bem mantidas e de usos diversificados.

A cidade da segregação, do isolamento, da ausência de serviços públicos e da circulação sem vida — esta cidade não corresponde mais ao sonho contemporâneo.

MAGALHÃES, S. **Reflexão sobre o espírito público na arquitetura contemporânea**. Disponível em: <http://www.iabrij.org.br/Confer%C3%Aancia_XX_CBA_230414_A.pdf>. Acesso em: 22 dez. 2014.

A leitura dos textos acima evidencia que não cabe apenas a um setor, mas a todo cidadão brasileiro, resguardar o espaço público para a própria reafirmação de sua civilidade.

Considerando essas reflexões, elabore um texto dissertativo-argumentativo, abordando o seguinte tema:

Preservação do espaço público: um compromisso do cidadão com a sua cidade.

No desenvolvimento do tema, o candidato deverá:

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

Apresentação da redação

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

RASCUNHO

CONHECIMENTOS BÁSICOS

LÍNGUA PORTUGUESA

Cartilha orienta consumidor

Lançada pelo SindilojasRio e pelo CDL-Rio, em parceria com o Procon-RJ, guia destaca os principais pontos do Código de Defesa do Consumidor (CDC), selecionados a partir das dúvidas e reclamações mais comuns recebidas pelas duas entidades

O Sindicato de Lojistas do Comércio do Rio de Janeiro (SindilojasRio) e o Clube de Diretores Lojistas do Rio de Janeiro (CDL-Rio) lançaram ontem uma cartilha para orientar lojistas e consumidores sobre seus direitos e deveres. Com o objetivo de dar mais transparência e melhorar as relações de consumo, a cartilha tem apoio também da Secretaria Estadual de Proteção e Defesa do Consumidor (Seprocon)/Procon-RJ.

Batizada de *Boas Vendas, Boas Compras! – Guia prático de direitos e deveres para lojistas e consumidores*, a publicação destaca os principais pontos do Código de Defesa do Consumidor (CDC), selecionados a partir das dúvidas e reclamações mais comuns recebidas, tanto pelo SindilojasRio e CDL-Rio, como pelo Procon-RJ.

“A partir da conscientização de consumidores e lojistas sobre seus direitos e deveres, queremos contribuir para o crescimento sustentável das empresas, tendo como base a ética, a qualidade dos produtos e a boa prestação de serviços ao consumidor”, explicou o presidente do SindilojasRio e do CDL-Rio, Aldo Gonçalves.

Gonçalves destacou que as duas entidades estão comprometidas em promover mudanças que propiciem o avanço das relações de consumo, além do desenvolvimento do varejo carioca.

“O consumidor é o nosso foco. É importante informá-lo dos seus direitos”, disse o empresário, ressaltando que conhecer bem o CDC é vital não só para os lojistas, mas também para seus fornecedores.

Jornal do Commercio. Rio de Janeiro. 08 abr. 2014, A-9. Adaptado.

1 A comparação do título da reportagem com o texto integral permite afirmar que o

- (A) texto contradiz o título, pois desqualifica a orientação aos consumidores.
- (B) texto pode provocar dúvidas nos leitores porque contém muitas siglas desconhecidas.
- (C) texto e o título focalizam os consumidores como o público-alvo da cartilha.
- (D) título destaca apenas parcialmente o conteúdo da cartilha de orientação.
- (E) título é inteiramente fiel ao conteúdo do texto, cujo foco é especificamente a defesa dos consumidores.

2

No trecho “Batizada de *Boas Vendas, Boas Compras! – Guia prático de direitos e deveres para lojistas e consumidores*, a publicação destaca os principais pontos do Código de Defesa do Consumidor (CDC)” (ℓ. 10-13), são palavras de classes gramaticais diferentes

- (A) **prático** e **principais**
- (B) **vendas** e **compras**
- (C) **direitos** e **lojistas**
- (D) **deveres** e **destaca**
- (E) **publicação** e **pontos**

3

Na última frase do texto, é transcrita a opinião de um empresário, para quem “conhecer bem o CDC é vital não só para os lojistas, mas também para seus fornecedores”. (ℓ. 30-31)

Considerando-se o conteúdo dessa opinião, que outra estrutura frasal poderia representá-la?

- (A) Conhecer bem o CDC é vital em especial para os lojistas assim como para seus fornecedores.
- (B) Conhecer bem o CDC é vital tanto para os lojistas quanto para seus fornecedores.
- (C) Conhecer bem o CDC é vital inclusive para os lojistas sem falar em seus fornecedores.
- (D) Conhecer bem o CDC é vital não tanto para os lojistas bem como para seus fornecedores.
- (E) Conhecer bem o CDC é vital nem tanto para os lojistas como para seus fornecedores.

4

Na frase “‘É importante informá-lo dos seus direitos’” (ℓ. 28-29) emprega-se o verbo **informar** seguido do pronome oblíquo. Entretanto, o redator poderia ter optado por empregar, em vez de **lo**, o pronome **lhe**.

A frase resultante, mantendo-se o mesmo sentido e respeitando-se a norma-padrão, seria:

- (A) É importante **lhe** informar a respeito dos seus direitos.
- (B) É importante informar-**lhe** sobre os seus direitos.
- (C) É importante informar-**lhe** os seus direitos.
- (D) É importante **lhe** informar acerca dos seus direitos.
- (E) É importante informar-**lhe** dos seus direitos.

5

A matéria informa que as orientações contidas na cartilha levaram em consideração alguns dados objetivos.

Que dados são esses?

- (A) As desculpas dos lojistas diante da grande quantidade de reclamações dos consumidores
- (B) As queixas dos consumidores diante da má qualidade de atendimento dos lojistas
- (C) O índice elevado de prejuízos dos varejistas diante da falta de pagamento dos consumidores
- (D) As pesquisas feitas por especialistas em técnicas de consumo e vendas
- (E) As queixas e as dificuldades declaradas tanto por compradores como por vendedores

6

O emprego do verbo destacado no trecho “**queremos** contribuir para o crescimento sustentável das empresas” (ℓ. 18-19) contribui para indicar uma pretensão do presidente do Sindicato dos Lojistas, que começa no presente e se estende no futuro.

Se, respeitando-se o contexto original, a frase indicasse uma pretensão que começasse no passado e se estendesse no tempo, o verbo adequado seria o que se destaca em:

- (A) **quisermos** contribuir para o crescimento sustentável das empresas.
- (B) **quisemos** contribuir para o crescimento sustentável das empresas.
- (C) **quereremos** contribuir para o crescimento sustentável das empresas.
- (D) **quisera** poder contribuir para o crescimento sustentável das empresas.
- (E) **quiséssemos** contribuir para o crescimento sustentável das empresas.

7

De acordo com a norma-padrão, se fosse acrescentado ao trecho “disse o empresário” (ℓ. 29) um complemento informando a quem ele deu a declaração, seria empregado o acento indicativo de crase no seguinte caso:

- (A) **a** todos os presentes
- (B) **a** imprensa especializada
- (C) **a** suas duas assessoras de imprensa
- (D) **a** duas de suas secretárias
- (E) **a** apenas uma parte dos convidados

8

Considere-se a hipótese de que, antes de publicado no jornal, o texto foi revisto pelo seu editor, que propôs a alteração do trecho “tendo como base a ética, a qualidade dos produtos e a boa prestação de serviços ao consumidor” (ℓ. 20-21), pois o texto original continha uma vírgula antes da conjunção **e**.

Se for considerado que ele se baseou nas regras de emprego da vírgula adequado à norma-padrão, a decisão do editor levou em conta a

- (A) recomendação de separar por vírgula os elementos de uma enumeração.
- (B) proibição de colocar vírgula antes da conjunção **e**.
- (C) obrigatoriedade de colocar vírgula apenas nos elementos iniciais de uma enumeração.
- (D) suposição de que a vírgula criaria um efeito de ambiguidade no texto.
- (E) interpretação de que a ênfase criada pela vírgula antes do **e** era desnecessária.

9

No seguinte período, a palavra em destaque está grafada de acordo com a ortografia oficial:

- (A) Várias entidades **mantêm** convênio conosco.
- (B) O sindicato se preocupa com o **aspécto** educativo da cartilha.
- (C) O **substântivo** que traduz essa cartilha é “seriedade”.
- (D) No **rítmo** em que a sociedade caminha, em breve exerceremos plena cidadania.
- (E) O consumidor tem de ser **consciênte** de seu papel de cidadão.

10

Após ler o texto, que é uma reportagem, um funcionário do jornal decidiu enviá-lo por *e-mail* a um colega, mas, além do texto completo, ele resolveu também anexar uma imagem com a capa do jornal. A mensagem enviada tinha, porém, uma concordância que desrespeitava a norma-padrão.

Essa concordância equivocada está exemplificada em:

- (A) Segue os dois arquivos que mencionei sobre a cartilha do consumidor.
- (B) Mando-lhe dois arquivos alusivos à matéria mencionada em epígrafe.
- (C) Veja nos anexos os dois arquivos sobre a matéria mencionada.
- (D) Anexo nesta mensagem dois arquivos relacionados com a reportagem.
- (E) Envio dois arquivos attachados referentes aos itens que mencionei acima.

RASCUNHO


 Continua

RACIOCÍNIO LÓGICO-MATEMÁTICO

11

O número natural $(2^{103} + 2^{102} + 2^{101} - 2^{100})$ é divisível por

- (A) 10
- (B) 6
- (C) 22
- (D) 26
- (E) 14

12

Observe a adição:

$$\begin{array}{r} U \\ U \\ + EU \\ \hline UE \end{array}$$

Sendo **E** e **U** dois algarismos não nulos e distintos, a soma **E + U** é igual a

- (A) 14
- (B) 13
- (C) 16
- (D) 17
- (E) 15

13

Aldo, Baldo e Caldo resolvem fazer um bolão para um concurso da Mega-Sena. Aldo contribui com 12 bilhetes, Baldo, com 15 bilhetes e Caldo, com 9 bilhetes. Eles combinaram que, se um dos bilhetes do bolão fosse sorteado, o prêmio seria dividido entre os três proporcionalmente à quantidade de bilhetes com que cada um contribuiu. Caldo também fez uma aposta fora do bolão e, na data do sorteio, houve 2 bilhetes ganhadores, sendo um deles o da aposta individual de Caldo, e o outro, um dos bilhetes do bolão.

Qual a razão entre a quantia total que Caldo recebeu e a quantia que Baldo recebeu?

- (A) 1,5
- (B) 0,8
- (C) 2,5
- (D) 3
- (E) 2

14

Arthur contraiu um financiamento para a compra de um apartamento, cujo valor à vista é de 200 mil reais, no Sistema de Amortização Constante (SAC), a uma taxa de juros de 1% ao mês, com um prazo de 20 anos. Para reduzir o valor a ser financiado, ele dará uma entrada no valor de 50 mil reais na data da assinatura do contrato. As prestações começam um mês após a assinatura do contrato e são compostas de amortização, juros sobre o saldo devedor do mês anterior, seguro especial no valor de 75 reais mensais fixos no primeiro ano e despesa administrativa mensal fixa no valor de 25 reais.

A partir dessas informações, o valor, em reais, da **segunda** prestação prevista na planilha de amortização desse financiamento, desconsiderando qualquer outro tipo de reajuste no saldo devedor que não seja a taxa de juros do financiamento, é igual a

- (A) 2.218,75
- (B) 2.087,25
- (C) 2.125,00
- (D) 2.225,00
- (E) 2.175,25

15

Amanda e Belinha são amigas e possuem assinaturas de TV a cabo de empresas diferentes. A empresa de TV a cabo de Amanda dá descontos de 25% na compra dos ingressos de cinema de um *shopping*. A empresa de TV a cabo de Belinha dá desconto de 30% na compra de ingressos do mesmo cinema. O preço do ingresso de cinema, sem desconto, é de R\$ 20,00. Em um passeio em família, Amanda compra 4 ingressos, e Belinha compra 5 ingressos de cinema no *shopping*, ambas utilizando-se dos descontos oferecidos por suas respectivas empresas de TV a cabo.

Quanto reais Belinha gasta a mais que Amanda na compra dos ingressos?

- (A) 15
- (B) 10
- (C) 25
- (D) 30
- (E) 20

16

Em uma determinada agência bancária, para um cliente que chega entre 15 h e 16 h, a probabilidade de que o tempo de espera na fila para ser atendido seja menor ou igual a 15 min é de 80%.

Considerando que quatro clientes tenham chegado na agência entre 15 h e 16 h, qual a probabilidade de que exatamente três desses clientes esperem mais de 15 min na fila?

- (A) 2,56%
- (B) 0,64%
- (C) 6,67%
- (D) 10,24%
- (E) 30,72%

17

Uma conta de R\$ 1.000,00 foi paga com atraso de 2 meses e 10 dias. Considere o mês comercial, isto é, com 30 dias; considere, também, que foi adotado o regime de capitalização composta para cobrar juros relativos aos 2 meses, e que, em seguida, aplicou-se o regime de capitalização simples para cobrar juros relativos aos 10 dias.

Se a taxa de juros é de 3% ao mês, o juro cobrado foi de

- (A) R\$ 79,17
- (B) R\$ 64,08
- (C) R\$ 71,51
- (D) R\$ 61,96
- (E) R\$ 40,30

18

Um grupo de analistas financeiros composto por 3 especialistas – X, Y e Z – possui a seguinte característica:

X e Y decidem corretamente com probabilidade de 80%, e Z decide corretamente em metade das vezes.

Como as decisões são tomadas pela maioria, a probabilidade de o grupo tomar uma decisão correta é:

- (A) 0,64
- (B) 0,16
- (C) 0,32
- (D) 0,80
- (E) 0,48

19

Um microempresário precisa aumentar seu capital de giro e resolve antecipar 5 cheques de 10.000 reais cada um, todos com data de vencimento para dali a 3 meses. O gerente do banco informa que ele terá exatamente dois custos para realizar a antecipação, conforme descritos a seguir.

Custo 1 – Um desconto sobre o valor dos cheques a uma taxa de 4% ao mês. Esse desconto será diretamente proporcional ao valor dos cheques, ao tempo de antecipação e à taxa de desconto anunciados.

Custo 2 – Custos operacionais fixos de 500 reais para antecipações de até 100 mil reais.

Assim, comparando o valor de fato recebido pelo microempresário e o valor a ser pago após 3 meses (valor total dos cheques), o valor mais próximo da taxa efetiva mensal cobrada pelo banco, no regime de juros compostos, é de

- (A) 4,5%
- (B) 5,2%
- (C) 5,0%
- (D) 4,3%
- (E) 4,7%

Dados	
X	X ³
1,042	1,131
1,045	1,141
1,047	1,148
1,049	1,154
1,052	1,164

20

Em um período no qual a inflação acumulada foi de 100%, R\$ 10.000,00 ficaram guardados em um cofre, ou seja, não sofreram qualquer correção.

Nessas condições, houve uma desvalorização dos R\$ 10.000,00 de

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

RASCUNHO


 Continua

ATUALIDADES DO MERCADO FINANCEIRO

21

Uma das características positivas do *boom* imobiliário que o país vivenciou na última década e parte da atual foi proporcionar a diversas famílias a conquista da casa própria. A Caixa Econômica Federal (CEF) teve papel importante na concessão de empréstimos, mas as funções da CEF são muito maiores dentro do Sistema Financeiro Habitacional (SFH).

Nesse sentido, **NÃO** é atribuição da CEF

- (A) orientar, disciplinar e controlar o SFH.
- (B) disciplinar o acesso das instituições de crédito imobiliário ao mercado nacional de capitais.
- (C) estimular a elaboração e a implementação de projetos relacionados à indústria de material de construção civil.
- (D) estimular e controlar a formação e a aplicação de poupanças destinadas ao planejamento, produção e comercialização de habitações em território nacional.
- (E) prestar garantias em financiamentos obtidos, no país ou no exterior, pelas instituições integrantes do SFH, com necessidade de aprovação pelo Banco Nacional de Habitação (BNH).

22

A autonomia operacional do Banco Central (BC) tem sido um tema de debate entre os economistas. Nesse sentido, muitos analistas consideram que a condução da política monetária, atribuição do BC, pode eventualmente sofrer interferência de instâncias superiores do governo, em especial, no estabelecimento da meta inflacionária.

Tal conclusão deriva do fato de que o estabelecimento dessa meta é atribuição

- (A) do Conselho Monetário Nacional (CMN), formado pelos ministros da Fazenda e do Planejamento, Orçamento e Gestão e pelo presidente do BC.
- (B) unicamente do presidente do BC, que pode sofrer pressões para estimular uma meta mais elevada.
- (C) do presidente do BC e dos bancos públicos, dentre eles o Banco do Brasil, que definem as taxas de inflação para um prazo de dois anos.
- (D) do Comitê de Política Monetária (Copom), que define a meta inflacionária anualmente e a meta da taxa de juros a ser alcançada para que a taxa de inflação convirja para sua meta.
- (E) da equipe econômica definida pelo presidente da República, que anualmente se reúne para fixar a meta inflacionária, e o BC que deve persegui-la através da política de juros.

23

A taxa de inflação acumulada em 12 meses encontra-se próxima do teto da meta inflacionária. Um dos instrumentos da política monetária que o BC tem disponível para reduzir a inflação é a(o)

- (A) redução da taxa de compulsórios junto ao sistema bancário.
- (B) venda de títulos públicos no mercado aberto.
- (C) redução da taxa básica de juros (Selic).
- (D) alongamento de prazos de dívidas junto aos bancos.
- (E) redução da taxa de redesconto para empréstimos de liquidez.

24

O Grupo dos Vinte (G20 financeiro) reúne, anualmente, os líderes das principais economias avançadas e emergentes do mundo a fim de enfrentar os desafios econômicos e globais, enquanto os Ministros de Finanças do G20 e os dirigentes dos Bancos Centrais se reúnem várias vezes durante cada ano.

Em 2014, a Cúpula de Líderes ocorreu na Austrália, em Brisbane, em novembro, sendo sua agenda focada na promoção do crescimento econômico mais forte, através da melhoria nos resultados comerciais e de emprego, e em tornar a economia mundial mais resistente para lidar com choques futuros.

A presidência do G20, para garantir a continuidade dos trabalhos, opera com um esquema tripartite, denominado Troica, que, na reunião de 2014, foi composto por representantes da Austrália,

- (A) da Inglaterra e dos Estados Unidos
- (B) dos Estados Unidos e do México
- (C) do México e da Rússia
- (D) da Rússia e da Turquia
- (E) da Inglaterra e da Turquia

25

Os Fundos de Renda Fixa, por vezes, são os ativos mais rentáveis para o investidor, superando os CDBs e o dólar comercial.

No enfoque técnico-conceitual, um fundo de investimento é constituído pelo total dos recursos de muitos investidores, com objetivos semelhantes, convertido em cotas, que são divididas entre esses mesmos investidores, denominados cotistas, tornando cada um deles dono de uma parte do fundo, proporcional ao valor que investiu.

Nesse contexto, o fundo de investimento que pode investir em diversas classes de ativos, tais como títulos públicos e privados, pré-fixados ou pós-fixados, derivativos, câmbio e ações, com grau de risco graduado de alto a muito alto, conforme a sua política de investimentos, é denominado Fundo

- (A) de Curto Prazo
- (B) de Ações
- (C) de Renda Fixa
- (D) Referenciado
- (E) de Multimercados

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

CULTURA ORGANIZACIONAL

26

Sr. X é um gerente com dedicação extremada à família e, sempre que as atividades profissionais o permitem, dirige-se a locais bucólicos e realiza atividades lúdicas com seus familiares. Com o passar do tempo, Sr. X entende que o serviço não merece a sua dedicação total e passa a delegar mais e mais tarefas aos seus subordinados, incluindo a assinatura de documentos importantes que, na sua seção, ocorre mediante meio eletrônico, utilizando um *token* cadastrado. Sendo frequente a sua ausência do local de trabalho com o argumento de visitas constantes a clientes, a portadora do *token* passa a ser sua fiel secretária. Ocorre que houve a detecção de diminuição das operações na agência dirigida por Sr. X, o que gerou a visita surpresa de representantes da auditoria interna, os quais constataram inúmeras irregularidades, além das descritas anteriormente.

Nessa situação, sob a perspectiva ética,

- (A) o comprometimento com a família é considerado falta, pois o trabalho deve ser privilegiado.
- (B) a família deve ser privilegiada em detrimento das atividades profissionais.
- (C) o empréstimo de instrumentos de assinatura digital a servidores de confiança é admissível.
- (D) os atos praticados representam a moderna administração com delegação de funções e exercício da confiança nos subordinados.
- (E) o compartilhamento de senhas pessoais é considerado uma grave falta.

27

Sr^a K é aprovada em concurso para ingresso em um determinado Banco. Sendo pessoa extremamente ambiciosa e calculista, programa a sua carreira estabelecendo, em cada momento temporal, o nível que deveria ser alcançado no plano de cargos e salários da instituição financeira. Não existem limites para o seu projeto e, para isso, utiliza todas as armas possíveis, inclusive o complexo jogo da sedução. Não basta apenas convencer os superiores, mas, também, os subordinados, estes para convencê-los a cumprir, em prazos curtos, as metas estipuladas pela alta gerência.

Essas atitudes devem ser consideradas, sob a perspectiva ética,

- (A) admissíveis, pois não existe locupletamento pessoal.
- (B) naturais, uma vez que são inerentes à progressão na carreira.
- (C) rejeitáveis, diante do claro assédio moral.
- (D) impugnáveis, diante da utilização de critérios de metas.
- (E) adequadas, uma vez que, socialmente diante do universo empresarial são estimuladas.

28

Sr. W, após longa carreira no Banco Z&Z S.A., passa a chefiar uma equipe numerosa de colaboradores, sendo instado pelas altas instâncias da instituição financeira a aumentar o nível de produtividade individual. Com esse objetivo, ele realiza pesquisas sobre as necessidades e os desejos dos funcionários e realiza diversas sessões de treinamento. Ao aplicar os conhecimentos nas relações concretas, resolve criar um ritual, ao final de cada expediente laboral, elegendo o funcionário mais produtivo e o mais improdutivo do dia. Para o vitorioso funcionário, outorga uma barra de chocolate fino; para o outro, a inclusão em quadro de avisos, com o seu nome em letras garrafais. Sr^a V, após um mês sendo classificada em último lugar, começa a chorar, causando comiseração nos seus colegas que passam a criticar o método do gerente e levam o caso à Comissão de Ética do Banco.

Nesse caso, de acordo com o código de Ética do Banco do Brasil, tais fatos são

- (A) adequados, uma vez que propiciaram aos funcionários treinamento e motivação, elementos que integram o rol das atividades próprias da instituição sem limitações.
- (B) adequados, uma vez que é assegurada às chefias completa liberdade para utilização de métodos que levem aos objetivos preconizados.
- (C) inadequados, uma vez que são repudiadas as atividades de qualquer natureza, que caracterizem assédio no ambiente de trabalho.
- (D) inadequados, uma vez que analisar os atos sob a perspectiva empresarial revela-se essencial para aferir a sua regularidade.
- (E) essenciais para um adequado desenvolvimento do trabalho, uma vez que haja uma Comissão de Ética externa.

29

Nos termos do Estatuto Social do Banco do Brasil, os membros do Conselho de Administração e da Diretoria Executiva do Banco deverão comunicar, imediatamente após a investidura no cargo, a quantidade e as características dos valores mobiliários de que sejam titulares, direta ou indiretamente, de emissão do Banco, de suas controladas ou das sociedades coligadas relacionadas à sua área de atuação, além daqueles de titularidade de seus respectivos cônjuges, companheiros e dependentes incluídos na declaração anual do imposto de renda, à(ao):

- (A) Comissão de Valores Mobiliários
- (B) Secretaria do Tesouro
- (C) Banco Central
- (D) Ministério da Fazenda
- (E) Gabinete Civil

30

Uma empresa do setor bancário procurou romper com diversos padrões de ação e práticas existentes, principalmente, em função do avanço da tecnologia e da necessidade de aprimorar seus produtos e suas formas de atendimento ao cliente. Após diversos esforços empreendidos pela alta gerência, a partir de uma abordagem sistêmica, chegou-se à conclusão de que mudar rapidamente os padrões e práticas estabelecidos não é fácil, porém necessário à sobrevivência da organização.

Na conclusão apresentada no caso, o conceito de cultura organizacional é tratado como sendo um(a)

- (A) procedimento informalmente definido, a ser treinado e praticado pela cúpula da organização.
- (B) conhecimento explícito, manualizado e formalizado pelos grupos de interesse internos.
- (C) caracterização organizacional estática, fechada e imutável, que reflete o que as pessoas são e como agem.
- (D) expressão cultural de seus membros, uma vez que a organização é uma cultura, logo, uma esfera cultural e simbólica que não pode ser gerenciada.
- (E) variável a ser gerenciada, de forma a garantir adaptação ao ambiente externo e manter a coerência interna.

TÉCNICAS DE VENDAS

31

Uma cidadã, por dificuldades financeiras momentâneas, deixou de pagar em dia as suas dívidas, vindo, por força de sua mora e do seu inadimplemento, a ser inscrita em cadastro de devedores. Com o passar do tempo, a sua situação foi melhorando e, após muito sacrifício pessoal, conseguiu quitar as suas dívidas. Em determinado momento, no entanto, foi surpreendida com negativa de crédito, em estabelecimento comercial, por estar o seu nome inscrito no cadastro de devedores inadimplentes.

A melhor interpretação do Código de Defesa do Consumidor indica que

- (A) é ônus do credor, após a constatação do pagamento efetivo da dívida, retirar o nome do devedor do cadastro de inadimplentes.
- (B) caberia à devedora buscar o cancelamento dos registros nos cadastros de inadimplentes.
- (C) ocorrerá a manutenção do registro no cadastro de inadimplentes como forma de proteção ao comércio.
- (D) será retirada a inscrição do registro no cadastro de inadimplentes somente se houver medida judicial.
- (E) deve ocorrer a retirada do registro de inadimplente somente cinco anos após o ingresso, mesmo no caso de pagamento.

32

Um cliente de longa data do Banco X S/A emitiu cheque vinculado à sua conta-corrente no valor de R\$ 10.000,00 (dez mil reais). Apesar da existência de provisão de fundos, o cheque não foi pago, por causa da não certificação da assinatura no referido título por preposto do Banco. Após reclamação formal, constatou-se que a assinatura conferia com as dos cadastros arquivados no Banco.

Nesse caso, de acordo com as regras do Código de Defesa do Consumidor ocorreu

- (A) responsabilidade continuada
- (B) prática abusiva
- (C) defeito do serviço
- (D) publicidade enganosa
- (E) força maior

33

A diretoria de um banco detectou que o maior problema de uma agência era a demora no atendimento aos clientes. O gerente da agência, então, determinou que os atendimentos aos clientes deveriam ser divididos em três etapas. A primeira etapa, a triagem, serviria para direcionar o cliente ao local de atendimento correto e deveria ser cumprida em até três minutos. A segunda etapa, o atendimento direto, deveria ser feita em até dez minutos. Finalmente, se fosse necessária a interferência do gerente, o seu atendimento deveria ter a duração de, no máximo, doze minutos. A ideia era de que nenhum cliente gastasse mais do que vinte e cinco minutos dentro da agência e um grupo de funcionários munidos de cronômetros foi destacado para verificar se as tarefas eram executadas dentro dos prazos definidos.

A função desse grupo de funcionários é verificar a(o)

- (A) lacuna de serviço
- (B) qualidade técnica do serviço
- (C) recuperação do serviço
- (D) *benchmarking*
- (E) satisfação do cliente

34

Um gerente recebeu um correntista para discutir seus investimentos no banco, com a preocupação de mantê-lo como cliente por muito tempo. Para tanto, o profissional buscou entender os objetivos do cliente e oferecer-lhe um serviço de qualidade. Ao longo da reunião, o gerente procurou estabelecer conjuntamente metas de rentabilidade de curto, médio e longo prazos que atendessem às necessidades do correntista.

A preocupação do gerente com o atendimento constante às necessidades do cliente é um exemplo de uma técnica de *marketing* denominada

- (A) garantia implícita
- (B) *aftermarketing*
- (C) *marketing* de frequência
- (D) *marketing* de relacionamento
- (E) *marketing* de conquista

35

Uma das formas de aumentar a retenção de clientes é reduzir as deserções.

Um banco que não tenha o pessoal treinado de forma adequada, cujos gerentes não cumpram as promessas de serviços feitas e cujos funcionários responsáveis pelo atendimento ajam com rudeza, está estimulando a deserção

- (A) de serviço
- (B) de gestão
- (C) tecnológica
- (D) organizacional
- (E) de mercado

36

O *cross-selling* é uma técnica de vendas que incrementa o relacionamento dos clientes com os bancos.

Qual das situações a seguir representa um exemplo de *cross-selling*?

- (A) Com base nas informações sobre a família do cliente, provenientes de um empréstimo junto ao banco, seu gerente oferece um seguro residencial.
- (B) Ao monitorar os hábitos de compra dos clientes, o gerente identifica o perfil de cada grupo de correntista e segmenta toda a carteira da agência.
- (C) Os clientes preferenciais são selecionados para que a equipe da agência possa efetuar ligações telefônicas agradecendo o relacionamento com o banco.
- (D) Uma série de vantagens em empresas conveniadas, tais como clínicas, academias e cursos de língua, é oferecida para os clientes especiais.
- (E) Informações pertinentes sobre o impacto dos impostos nos investimentos disponíveis são apresentadas ao cliente no *internet banking*.

37

Um determinado banco apresenta um pacote de serviços bem avaliado tanto por seus clientes quanto pela opinião pública em geral e cobra taxas mais baixas que seus concorrentes. Essas vantagens são apresentadas em suas propagandas, que são veiculadas em meios de comunicação de massa e obtêm elevadas taxas de *copy* e *recall*. Contudo, esse banco conta apenas com dez agências localizadas em cinco capitais do Brasil, e não consegue atender às demandas de todos os potenciais clientes de seus serviços.

O ponto fraco da estratégia de *marketing* desse banco está localizado no componente do composto de *marketing* denominado

- (A) preço
- (B) praça
- (C) pesquisa
- (D) promoção
- (E) produto

38

A matriz de SWOT é um instrumento que auxilia os bancos a analisar o mercado e determinar as metas da empresa.

Ao elaborar essa matriz, um banco conclui corretamente que o(a)

- (A) cenário econômico negativo do mercado é uma ameaça para o próximo exercício de vendas.
- (B) aumento do poder aquisitivo das classes C e D, no Brasil, representa uma força para o banco.
- (C) protecionismo externo para produtos brasileiros se configura como uma fraqueza para o país.
- (D) saída do mercado de um banco concorrente é uma força para que a equipe melhore seus resultados.
- (E) forte preparo da equipe em relação às técnicas de vendas é uma oportunidade de mercado.

39

O planejamento de vendas no setor bancário tem-se baseado na segmentação de mercado como forma de obter mais sucesso nos negócios.

Um objetivo da segmentação de mercado é

- (A) concentrar esforços em ações de vendas que sejam bem avaliadas.
- (B) adotar uma abordagem única de vendas para toda carteira de clientes.
- (C) reunir em um mesmo grupo clientes com necessidades e desejos distintos de compra.
- (D) selecionar os serviços bancários em função do grau de dificuldade.
- (E) desenvolver ações de vendas específicas para cada grupo de clientes.

40

Fazer perguntas é uma das principais habilidades dos vendedores de sucesso. Para que essa técnica seja utilizada corretamente, é preciso que o profissional compreenda a situação da venda e saiba exatamente o que precisa saber do cliente. Agindo assim, ele evita

- (A) as perguntas difíceis a respeito do produto ou serviço.
- (B) a percepção dos interesses dos consumidores.
- (C) os golpes financeiros que ocorrem na internet.
- (D) os questionamentos vazios ou até mesmo invasivos.
- (E) o entendimento das necessidades dos clientes.

RASCUNHO

Continua

ATENDIMENTO

41

De acordo com a Resolução CMN nº 3.849, de 25/03/2010, as instituições financeiras devem designar os nomes do ouvidor e do diretor responsável pela área ao

- (A) Procon
- (B) Comitê de Valores Mobiliários
- (C) Banco Central
- (D) Representante dos consumidores na instituição
- (E) Secretário de Defesa do Consumidor

42

Um importante aspecto do planejamento tático no segmento bancário é o *mix de marketing*, composto por:

- (A) localização das agências, acessibilidade ao *internet banking*, rede de serviços e canais de atendimento.
- (B) equipe bem treinada, produtos sólidos e confiáveis, serviços oferecidos e reputação corporativa da empresa.
- (C) rentabilidade nos investimentos, taxas de juros adotadas, preços praticados e lucratividade anual.
- (D) posicionamento estratégico da marca, segmentação de mercado, concorrência ativa e propaganda institucional.
- (E) serviço oferecido, valor dos investimentos pelo cliente, canais de atendimento ao público e campanhas de comunicação.

43

Nos termos da Resolução CMN nº 3.849, de 25/03/2010, o acesso telefônico da ouvidoria deve ser

- (A) gratuito para todos
- (B) pago com tarifa mínima
- (C) gratuito apenas para aqueles que têm renda mínima
- (D) pago pelos clientes inadimplentes
- (E) cobrado se o reclamante não tiver razão

44

Os bancos múltiplos, nos termos da Resolução CMN nº 3.849, devem instituir ouvidoria

- (A) em órgão externo
- (B) na própria organização
- (C) na área de propaganda
- (D) no setor de novos projetos
- (E) em vínculo com a auditoria

45

Para facilitar a atividade das cooperativas singulares de crédito não filiadas à cooperativa central, nos termos da Resolução CMN nº 3.849, de 25/03/2010, tais cooperativas poderão, para compartilhamento e utilização de ouvidoria, firmar com associação representativa da classe o seguinte instrumento:

- (A) acordo
- (B) contrato
- (C) parceria
- (D) conjugação
- (E) convênio

46

Na estrutura organizacional de um banco, *marketing* não é uma função exclusiva de um departamento. É uma área em que todos devem atuar, principalmente os funcionários que trabalham diretamente na função de vendas e atendimento, pois são responsáveis por

- (A) entender e satisfazer as necessidades dos clientes.
- (B) aprovar as campanhas de comunicação do banco.
- (C) preparar as propagandas a respeito da empresa.
- (D) transmitir informações pessoais aos bancários.
- (E) ouvir as confidências individuais da clientela.

47

Na ocasião do atendimento, seja na definição do preço e das condições de venda, seja na aceitação ou não da proposta, é inaceitável a(o)

- (A) divisão dos correntistas com base na capacidade de investimento.
- (B) discriminação de qualquer pessoa com base em raça, cor, religião.
- (C) separação dos clientes por idade, sexo, renda ou estado civil.
- (D) discernimento em relação à condição financeira do cliente.
- (E) omissão de informações importantes sobre a vida particular do atendente.

48

Uma forma de aumentar o valor percebido pelos clientes nos serviços bancários é diminuir o conjunto de custos envolvidos na relação com os bancos.

Nesse sentido, durante o atendimento aos clientes nas agências bancárias, os funcionários devem dedicar-se a

- (A) explicar os aspectos dos serviços sob a ótica da instituição financeira.
- (B) empurrar produtos, como seguro de vida, para os melhores clientes.
- (C) prestar um serviço com baixo valor percebido pelos correntistas.
- (D) reduzir o dispêndio de tempo e a energia gasta pelos clientes.
- (E) igualar os benefícios e os custos envolvidos no processo de compra.

49

Em relação às mensagens empregadas na promoção e venda de produtos e serviços, incluindo os bancários, não devem ser feitas ofertas de ação negativa.

São ofertas de ação negativa aquelas que

- (A) exigem uma manifestação de não aceitação pelo cliente.
- (B) esclarecem o que não é fornecido na prestação do serviço.
- (C) são dirigidas especificamente ao público da terceira idade.
- (D) utilizam mensagens subliminares para convencimento do público.
- (E) impactam os clientes que não fazem parte do público-alvo da empresa.

50

Quando o atendente de um banco utilizar-se de comparações com a concorrência para ressaltar as vantagens dos serviços prestados em sua agência, ele deve ter por princípio a utilização de

- (A) fatores que dificultem o entendimento das características dos produtos concorrentes.
- (B) dados de cunho psicológico ou emocional.
- (C) informações objetivas e que sejam passíveis de comprovação.
- (D) pesquisas de opinião sem a fonte e sem a data dos dados recolhidos.
- (E) comparações entre serviços de natureza e épocas diferentes.

DOMÍNIO PRODUTIVO DA INFORMÁTICA

51

O gerente de uma agência recebeu um e-mail, supostamente reenviado por um cliente, com o seguinte conteúdo

COMPRASRAPIDO - PROMOÇÃO

Prezado Amigo, você acaba de ser contemplado(a) na promoção Compra Premiada COMPRASRAPIDO e ganhou R\$ 1.000,00 (Mil Reais) em vale compras em qualquer estabelecimento que tenha as máquinas COMPRASRAPIDO.

Clique no botão abaixo e cadastre-se.

Cadastre-se

Qual deve ser a providência do gerente?

- (A) Contatar o cliente e perguntar do que se trata.
- (B) Clicar no botão e candidatar-se ao prêmio.
- (C) Encaminhar o e-mail aos amigos, celebrando o fato e incentivando-os a participar da promoção.
- (D) Contatar o órgão responsável pela segurança da informação, relatar o fato e perguntar como proceder.
- (E) Devolver o e-mail ao cliente, solicitando informações suplementares.

52

Ao ajudar a preparar uma apresentação no software PowerPoint, com os resultados obtidos por uma agência de um banco, um escriturário sugeriu o uso do recurso de animação.

Esse recurso nos slides é voltado fundamentalmente para

- (A) permitir a inserção de histórias.
- (B) utilizar filmes como recurso de multimídia.
- (C) incluir efeitos de entradas e saídas.
- (D) criar slides mestres para processos.
- (E) criar novas cores e estilos rápidos.

53

Para analisar um relatório financeiro, um funcionário montou uma planilha Excel. Cópia de um trecho dessa planilha é mostrada abaixo.

	Q	R	S
1	Taxa de juro	Valor atual	Valor com juros
2	0,4%	R\$100.000,00	
3	1,2%	R\$75.000,00	
4	1,5%	R\$50.000,00	
5	2%	R\$45.000,00	

O funcionário deseja calcular cada **Valor com juros**, correspondente ao **Valor atual** das células R2, R3, R4 e R5, e lançá-lo, respectivamente, nas células S2, S3, S4 e S5.

Cada **Valor com juros** é calculado através de

Valor com juros = Valor atual + Valor atual x Taxa de juro

Qual é a fórmula que deve ser lançada pelo funcionário na célula S2 para calcular corretamente o **Valor com juros**, correspondente ao **Valor atual** de R\$100.000,00, e que pode ser copiada para as células S3, S4 e S5, usando sempre a mesma taxa de juro de 0,4% (contida na célula Q2)?

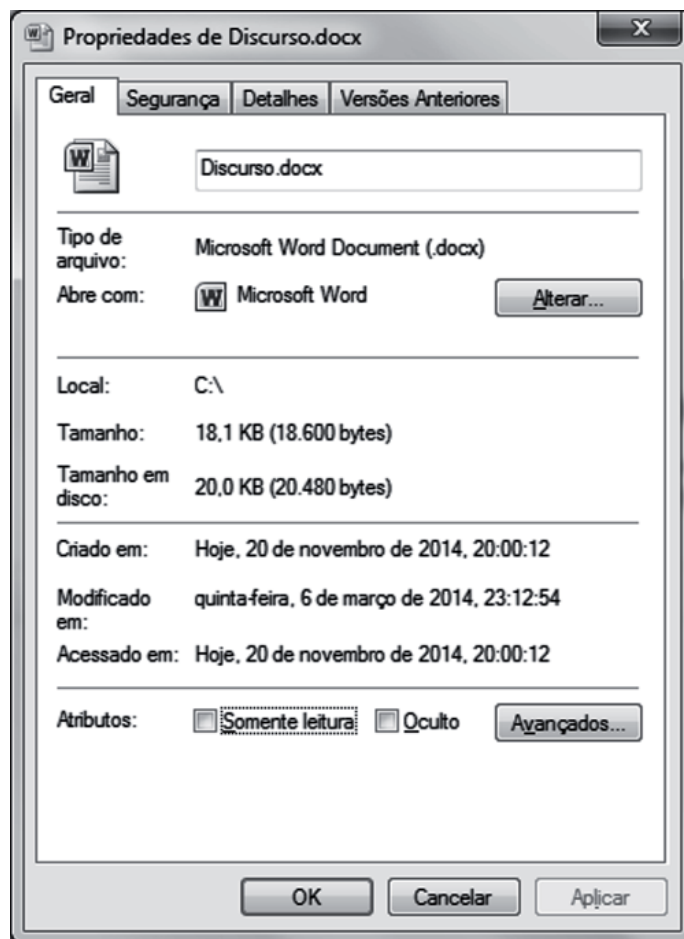
- (A) =R2+(Q2%)+R2
- (B) =R2+\$Q2\$%*R2
- (C) =R2+\$Q\$2*R2
- (D) =R2+(1+\$Q\$2)*R2
- (E) =R2+Q2*R2

RASCUNHO

Continua

54

Uma pessoa criou um arquivo com o MS Word e o salvou em uma pasta do sistema de arquivos de uma instalação padrão do Microsoft Windows 7 em português. Posteriormente, essa pessoa posicionou o mouse sobre esse arquivo, fez um clique com o botão direito e selecionou a opção propriedades, fazendo com que uma janela contendo as propriedades desse arquivo fosse aberta, como mostra a Figura a seguir.



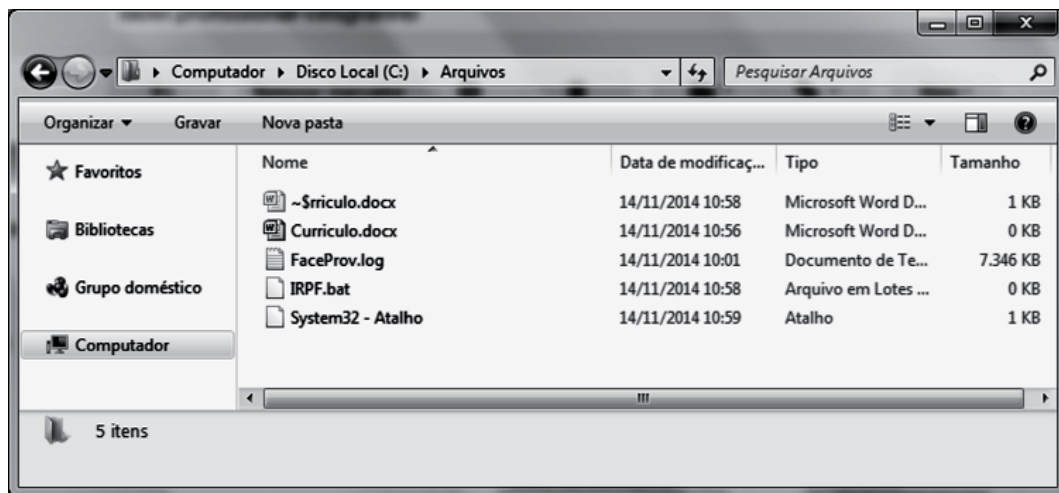
Após a janela ter sido aberta, o usuário marcou a opção Somente leitura. A escolha dessa opção

- (A) fará com que o arquivo só possa ser alterado mediante o fornecimento de uma senha.
- (B) fará com que o arquivo só possa ser aberto mediante o fornecimento de uma senha.
- (C) não permitirá que o arquivo seja anexado a um e-mail.
- (D) impedirá que o arquivo seja movido para outra pasta do sistema de arquivos.
- (E) não impedirá que o arquivo seja enviado para a lixeira (deletado).

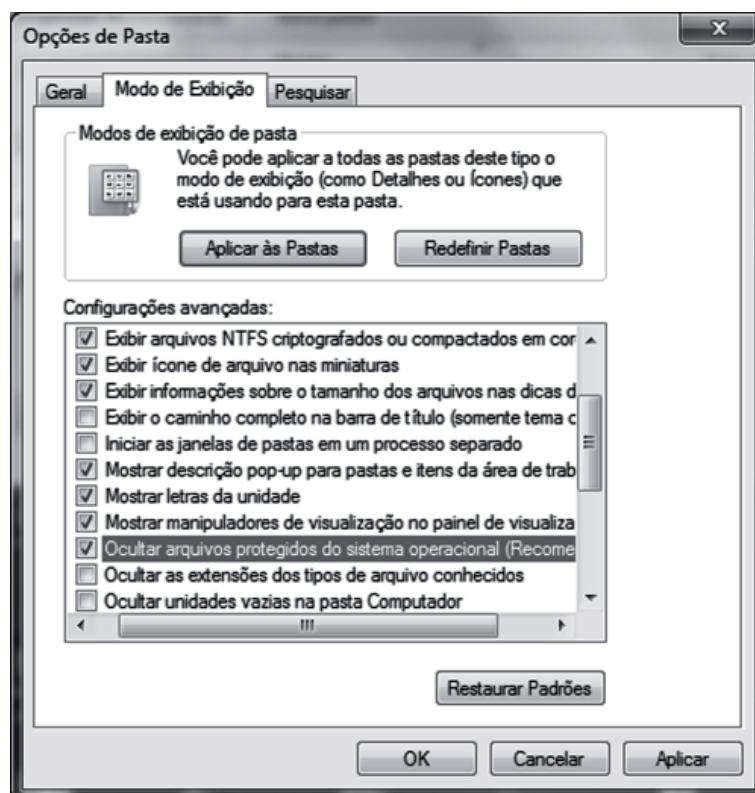
RASCUNHO

55

A Figura a seguir exibe o conteúdo de uma pasta que reside em um computador no qual está instalada uma versão padrão do Microsoft Windows 7 em português.



Suponha que o usuário tenha selecionado o diálogo Opções de Pasta e marcado a opção Ocultar arquivos protegidos do sistema operacional, como mostra a Figura a seguir.



Qual dos arquivos da pasta c:\Arquivos **NÃO** será mais exibido após o usuário confirmar a sua escolha?

- (A) Currículo.docx
- (B) ~\$rriulo.docx
- (C) IRPF.bat
- (D) System32 - Atalho
- (E) FaceProv.log

CONHECIMENTOS BANCÁRIOS

56

O Banco Central do Brasil é um órgão do Subsistema Normativo do Sistema Financeiro Nacional.

Ele determina, periodicamente, a taxa de juros de referência para as operações de um dia com títulos públicos, via atuação de seu(sua)

- (A) Comitê de Política Monetária (COPOM)
- (B) Comitê de Estabilidade Financeira (COMEF)
- (C) Conselho de Administração
- (D) Câmara de Compensação de cheques e outros papéis
- (E) Conselho Monetário Nacional (CMN)

57

A Comissão de Valores Mobiliários (CVM) é um órgão que regula e fiscaliza o mercado de capitais no Brasil, sendo

- (A) subordinada ao Banco do Brasil
- (B) subordinada ao Banco Central do Brasil
- (C) independente do poder público
- (D) vinculada ao poder executivo (Ministério da Fazenda)
- (E) subordinada à Bolsa de Valores de São Paulo (BOVESPA)

58

Os cartões de crédito são, às vezes, chamados de “dinheiro de plástico”. Seu uso crescente como meio de pagamento implica vários aspectos, **EXCETO** o(a)

- (A) crédito automático até certo limite para os possuidores de cartão.
- (B) ganho sobre a inflação para os possuidores de cartão, sendo os valores das compras pagos apenas no vencimento do cartão.
- (C) aumento da segurança da transação, tanto para o comprador quanto para o vendedor.
- (D) indução ao crescimento de vendas para os estabelecimentos credenciados.
- (E) aumento da demanda de papel moeda pelos possuidores de cartão, para pagamento de suas transações.

59

Uma desvalorização cambial da moeda brasileira (real) frente à moeda norte-americana (dólar), implica a(o)

- (A) diminuição do estoque de dólares do Banco Central do Brasil
- (B) diminuição do número de reais necessários para comprar um dólar
- (C) estímulo às exportações brasileiras para os EUA
- (D) aumento das cotações das ações das empresas importadoras na bolsa de valores
- (E) diminuição do preço em reais de um produto importado dos EUA

60

Tradicionalmente, o rendimento da Caderneta de Poupança sempre foi determinado pela variação da TR (Taxa Referencial) mais juros de 0,5% ao mês. Entretanto, os depósitos realizados a partir de 04/05/2012 têm rendimento vinculado à meta da taxa Selic.

Desde então, se esta meta for igual ou menor que 8,5% ao ano, os juros da Caderneta de Poupança são

- (A) aumentados para 130% da Selic mais a TR
- (B) aumentados para 130% da Selic
- (C) reduzidos para 70% da Selic
- (D) reduzidos para 70% da Selic mais a TR
- (E) aumentados para 100% da Selic

61

A sociedade empresária W & Z Ltda. pretende expandir a sua atuação e, para tal fito, necessita de numerário, uma vez que seu capital disponível não lhe permite corporificar seu crescimento. Nessa linha, inventaria os seus bens desembaraçados disponíveis e apresenta proposta de empréstimo bancário com as garantias que enumera no documento que entrega ao gerente do Banco onde tem suas operações financeiras. O gerente sugere que a garantia seja concretizada por penhor mercantil e apresenta os contratos necessários, previamente aprovados pelo setor jurídico, e indica que o numerário será disponibilizado em até vinte e quatro horas após a formalização do negócio.

Nos termos do Código Civil, prometendo pagar em dinheiro a dívida que garante com penhor mercantil, o devedor poderá emitir, em favor do credor,

- (A) letra de câmbio própria
- (B) cheque especial
- (C) carta de crédito pignoratícia
- (D) cédula do respectivo crédito
- (E) debênture comercial

62

O Plano Gerador de Benefícios Livres (PGBL) é uma aplicação que tem como objetivo a complementação da aposentadoria do seu investidor. Pode-se dizer que o PGBL é bom para o empregado que possui renda tributável e declara o imposto de renda no modelo completo, pois ao investir num PGBL, tem-se restituído o Imposto de Renda (IR) retido na fonte pelo empregador sobre o valor da aplicação.

Como a tributação do PGBL ocorre no resgate sobre o(s) seu(s)

- (A) rendimentos, o IR é diferido, mas não há a sua isenção.
- (B) rendimentos, o IR é postergado, mas não há a sua isenção.
- (C) valor integral, o IR é adiado, mas não há a sua isenção.
- (D) valor integral, há isenção do IR.
- (E) rendimentos, há isenção do IR.

63

Sr. G resolve abrir conta corrente no Banco Y e, para isso, outorga procuração para Sra. H, sua amiga, que se dirige à agência mais próxima para formalizar o ato. Após longos anos de relacionamento exclusivamente com o procurador, o gerente do Banco recebe recomendação dos seus superiores hierárquicos de contatar todos os correntistas representados por terceiros. Diante disso, solicita à Sra. H contato pessoal com Sr. G, o que vem a ser negado, tendo em vista que o titular da conta não mantém relações com estranhos, nessa categoria incluído o gerente de sua conta-corrente.

Diante dessa negativa, é indicado ao gerente o enquadramento da atuação de Sr. G e Sra. H, nos termos da Carta-Circular BACEN nº 3.542/2012, no concernente a situações relacionadas com

- (A) cartões de pagamento
- (B) movimentação de contas
- (C) operações de investimento interno
- (D) operações de crédito no País
- (E) dados cadastrais de clientes

64

Sr. X é concitado por Sr. Y a atuar como avalista em título de crédito no qual Sr. Y é devedor. Dado o alto grau de amizade entre os dois, o ato é praticado. Algum tempo depois, Sr. X recebe comunicação de que pende de pagamento a dívida resultante do aval.

Diversas dúvidas acudiram ao avalista que, consultando profissional especializado em títulos de crédito, assentou que o seu dever de pagamento estaria relacionado a

- (A) cláusulas contratuais estipuladas em desfavor do devedor
- (B) obrigações portadas por devedor, mesmo ilíquidas
- (C) obrigação líquida constante do título
- (D) estoque de débito do avalizado junto ao credor
- (E) títulos de crédito derivados do original

65

O combate à lavagem de dinheiro tem se disseminado no mundo, tendo o rápido desenvolvimento de sofisticadas organizações criminosas que utilizam o sistema financeiro para legitimar as suas atuações originariamente ilícitas.

De acordo com a Lei Federal nº 9.613/1998, o crime de lavagem, atualmente, caracteriza-se, entre outras ações, por ocultar valores decorrentes de atos consubstanciados como

- (A) infrações penais
- (B) infrações administrativas
- (C) sanções do Banco Central
- (D) ilícitos civis
- (E) multas mobiliárias

RASCUNHO

Continua

LÍNGUA INGLESA

Why Millennials Don't Like Credit Cards

by Holly Johnson

Cheap, easy credit might have been tempting to young people in the past, but not to today's millennials. According to a recent survey by Bankrate of over 1,161 consumers, 63% of adults ages 18 to 29 live without a credit card of any kind, and another 23% only carry one card.

The Impact of the Great Recession

Research shows that the environment millennials grew up in might have an impact on their finances. Unlike other generations, millennials lived through economic hardships during a time when their adult lives were beginning. According to the Bureau of Labor Statistics, the Great Recession caused millennials to stray from historic patterns when it comes to purchasing a home and having children, and a fear of credit cards could be another symptom of the economic environment of the times.

And there's much data when it comes to proving that millennials grew up on shaky economic ground. The Pew Research Center reports that 36% of millennials lived at home with their parents in 2012. Meanwhile, the unemployment rate for people ages 16 to 24 was 14.2% (more than twice the national rate) in early 2014, according to the BLS. With those figures, it's no wonder that millennials are skittish when it comes to credit cards. It makes sense that young people would be afraid to take on any new forms of debt.

A Generation Plagued with Student Loan Debt

But the Great Recession isn't the only reason millennials could be fearful of credit. Many experts believe that the nation's student loan debt level might be related to it. According to the Institute for College Access & Success, 71% of millennials (or 1.3 million students) who graduated from college in 2012 left school with at least some student loan debt, with the average amount owed around \$29,400.

With so much debt already under their belts, millennials are worried about adding any credit card debt to the pile. After all, many adults with student loan debt need to make payments for years, and even decades.

How Millennials Can Build Credit Without a Credit Card

The fact that millennials are smart enough to avoid credit card debt is a good thing, but that doesn't mean the decision has its drawbacks. According to Experian, most adults need a positive credit history in order to qualify for an auto loan or mortgage. Even worse, having no credit history is almost as bad as having a negative credit history in some cases.

Still, there are plenty of ways millennials can build a credit history without a credit card. A few tips:

- **Make payments on installment loans on time.** Whether it's a car loan, student loan or personal loan, make sure to mail in those payments on time and pay at least the minimum amount required.
- **Put at least one household or utility bill in your name.** Paying your utility or household bills on time can help you build a positive credit history.
- **Get a secured credit card.** Unlike traditional credit cards, the funds secured credit cards offer are backed by money the user deposits. Signing up for a secured card is one way to build a positive credit history without any risk.

The fact that millennials are leery of credit cards is probably a good thing in the long run. After all, not having a credit card is the perfect way to stay out of credit card debt. Even though it might be harder to build a credit history without credit cards, the vast majority of millennials have decided that the plastic just isn't worth it.

Available at: <<http://money.usnews.com/money/blogs/my-money/2014/11/04/why-millennials-dont-like-credit-cards>>. Retrieved on: Nov. 10th, 2014. Adapted.

66

In the sentence of the text "the Great Recession caused millennials to stray from historic patterns when it comes to purchasing a home and having children" (lines 13 – 15), the word **stray** can be replaced, with no change in meaning, by

- (A) start
- (B) stem
- (C) follow
- (D) deviate
- (E) range

67

The main purpose of the text is to

- (A) defend the millennials' fear of credit card use.
- (B) explain the millennials' credit card affection.
- (C) present the millennials' credit card historical background.
- (D) demonstrate the millennials' need of credit card use to build a credit history.
- (E) describe the millennials' attitude towards the credit card.

68

The word **skittish**, in the sentence of the text "With those figures, it's no wonder that millennials are skittish when it comes to credit cards" (lines 24 – 26), can be replaced, with no change in meaning, by

- (A) enthusiastic
- (B) uncertain
- (C) determined
- (D) secure
- (E) depressed

69

In the sentence of the text “Still, there are plenty of ways millennials can build a credit history without a credit card” (lines 52 – 53), the quantifier **plenty of** can be replaced, with no change in meaning, by

- (A) few
- (B) some
- (C) a little
- (D) lots of
- (E) a few

70

The sentence of the text “With so much debt already under their belts, millennials are worried about adding any credit card debt to the pile” (lines 38 – 40) conveys the idea that millennials have

- (A) so many bills to pay that credit card bills wouldn’t make much difference.
- (B) piles of bills to pay every month, but they can use their credit cards moderately.
- (C) so much debt to pay that they can’t afford another one.
- (D) no credit cards simply because they don’t like them.
- (E) so many bills to pay that they have to sell their belongings.