

COMBO
Caderno do Bizu
CARREIRAS
BANCÁRIAS



Aprendizagem Objetiva

Órgãos do Sistema Financeiro Nacional



Normativos

Estabelecem:
DIRETRIZES e NORMAS

CMN - Conselho Monetário Nacional
CNSP - Conselho Nacional de Seguros Privados
CNPC - Conselho Nacional de Previdência Complementar

Macete:
Todos são
CONSELHOS

Subsistema normativo

Determinam regras para o bom funcionamento do SFN

Supervisores



SUPERVISIONAM, REGULAM E FISCALIZAM
as instituições financeiras

Bacen - Banco Central do Brasil
CVM - Comissão de Valores Mobiliários
SUSEPE - Superintendência de Seguros Privados
PREVIC - Superintendência Nacional de Previdência Complementar

Asseguram a observância das regras determinadas pelos órgãos normativos .

Subsistema operador

operadores



Executam
ATIVIDADES FINANCEIRAS

Instituições Financeira:
Bolsa de valores
Bolsa de Mercadorias e Futuros



apesar de vinculados ao Ministério da Fazenda, não existe subordinação, ou seja, o ministério não "manda" nestes órgãos.

ausência de subordinação hierárquica



Órgãos SUPERVISORES

BACEN

Banco Central do Brasil

mercado:
**MOEDA
CRÉDITO
CÂMBIO**

CVM

Comissão de Valores
Mobiliários

mercado:
CAPITAIS

registro de companhias
abertas

registro e fiscalização de
fundos de investimento

registro de distribuições de
valores mobiliários

SUSEP

Superintendência de
Seguros Privados

mercado:
SEGUROS privados

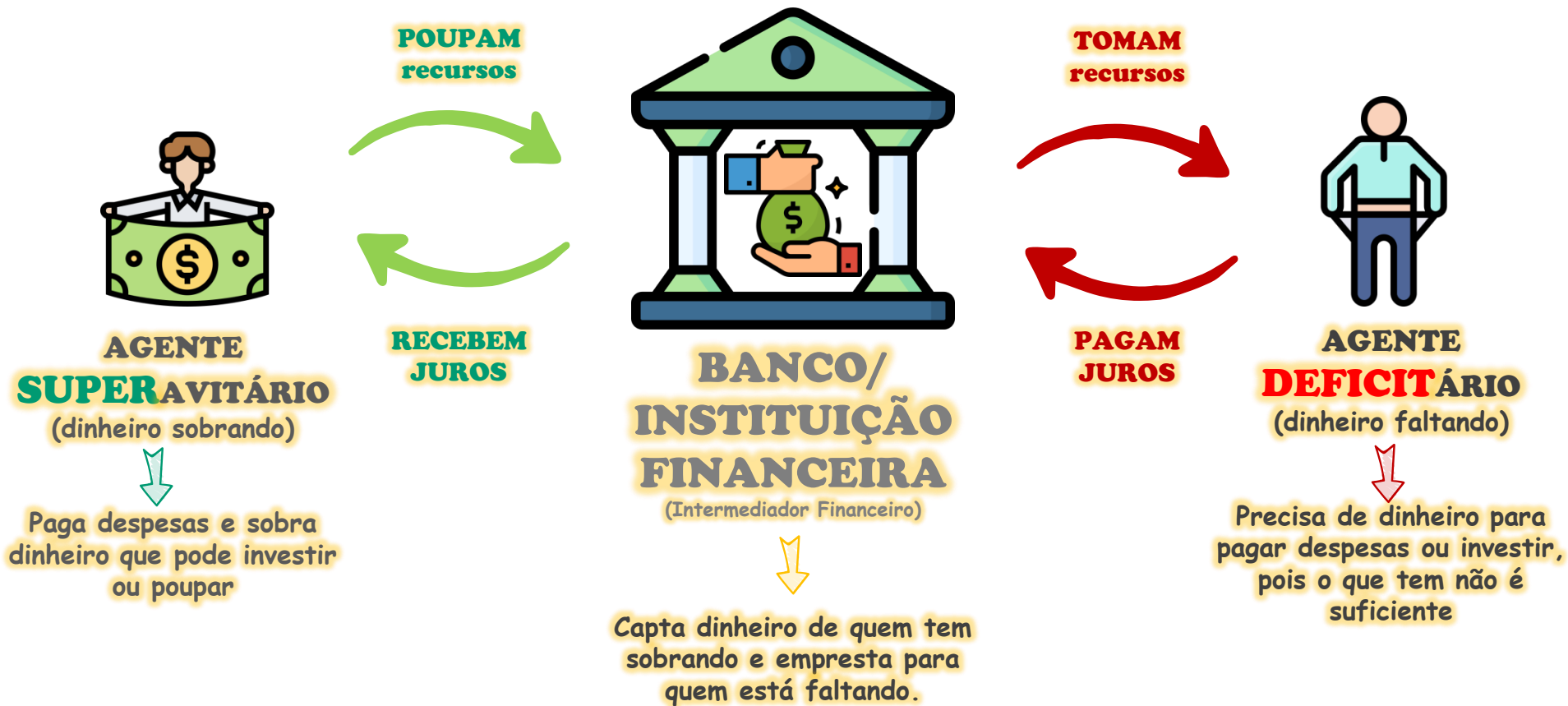
PREVIC

Superintendência
Nacional de Previdência
Complementar

mercado:
Previdência FECHADA



Intermediação FINANCEIRA





Funções da Moeda



Meio de Troca

Intermediário nas transações econômicas

Exemplo:

Se você vai a uma padaria para comprar pão, paga com dinheiro, pix ou cartão; o padeiro aceita essa moeda porque sabe que poderá usá-la para comprar farinha, pagar contas ou adquirir qualquer outro bem ou serviço de que precise.

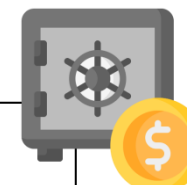


Unidade de Conta

Os bens e serviços podem ser expressos em um valor comum

Exemplo:

Quando você olha para os preços em um supermercado, todos os itens têm seus preços expressos na mesma unidade monetária, como reais (R\$) no Brasil. Isso permite que você compare o preço de uma maçã com o preço de uma banana facilmente.



Reserva de Valor

Economizar dinheiro para usar no futuro

Exemplo:

Se você economiza parte do seu salário todos os meses em uma conta bancária, com rendimento, está usando a moeda como reserva de valor. Está guardando essa riqueza para usá-la mais tarde, talvez para comprar um carro, fazer uma viagem ou se aposentar.

O que o COPOM Considera em suas decisões?

INFLAÇÃO



Mede o aumento geral dos preços na economia, representado pelo IPCA.

- Inflação acima da meta: alta da Selic para reduzir consumo e conter preços.

- Inflação abaixo da meta: baixa da Selic para estimular a economia.

CONTAS PÚBLICAS



Refere-se à situação fiscal do governo, incluindo o nível de endividamento e o saldo entre receitas e despesas públicas.

- Déficit elevado: alta da Selic para evitar inflação causada por excesso de gastos.

- Superávit: menos pressão sobre a Selic.

ATIVIDADE ECONÔMICA



Engloba indicadores como PIB, desemprego e produção industrial, que mostram o nível de crescimento econômico.

- Economia em recessão: baixa da Selic para estimular consumo e investimentos.

- Economia aquecida: alta da Selic para evitar superaquecimento.

CENÁRIO EXTERNO



Avalia fatores globais, como taxas de juros em outros países, preços de commodities e variações no dólar.

- Alta nos juros globais: pode exigir alta da Selic para atrair capital estrangeiro.

- Estabilidade global: menor impacto na Selic.

Efeitos da variação cambial



MOEDA NACIONAL

Com a moeda local **FORTE**, é barato importar e caro exportar.



Com menos moeda local, consigo mais moeda estrangeira.



Valorização da taxa de câmbio (queda da taxa)

Com a moeda local **FRACA**, é barato exportar e caro importar.



Com mais moeda local, consigo menos moeda estrangeira.



Desvalorização da taxa de câmbio (aumento da taxa)

Exportações

Diminuem os produtos domésticos ficam mais caros para compradores estrangeiros

Aumentam pois os produtos domésticos ficam mais baratos para compradores estrangeiros

CARO PARA FORA e BARATO PARA DENTRO

BARATO PARA FORA e CARO PARA DENTRO

Importações

Aumentam os produtos estrangeiros ficam mais baratos para compradores domésticos

Diminuem Os produtos estrangeiros ficam mais caros para compradores domésticos

MENOS REAIS PARA COMPRAR DÓLARES = REAL VALORIZADO

MAIS REAIS = REAL DESVALORIZADO.

Caderno do Bizu

VENDAS e NEGOCIAÇÕES



Aprendizagem Objetiva

Planejamento





define *COMO* a organização *QUER* ser vista, no futuro, pela sociedade

Onde a empresa quer chegar em um determinado tempo.

FUTURO

VISÃO

O QUE EU QUERO SER?

Exemplo **DISNEY**:

Ser uma das empresas líderes do mundo em entretenimento e viagens familiares



VALORES

DNA da empresa

Atitude, comportamento e busca de resultados comuns

EXEMPLOS:

- Transparência
- Criatividade
- Sustentabilidade
- Inovação
- Ética
- Responsabilidade social

Podem ser revistas ao longo do tempo, se adequando às novas necessidades do mercado e da empresa.



MISSÃO

PRESENTE

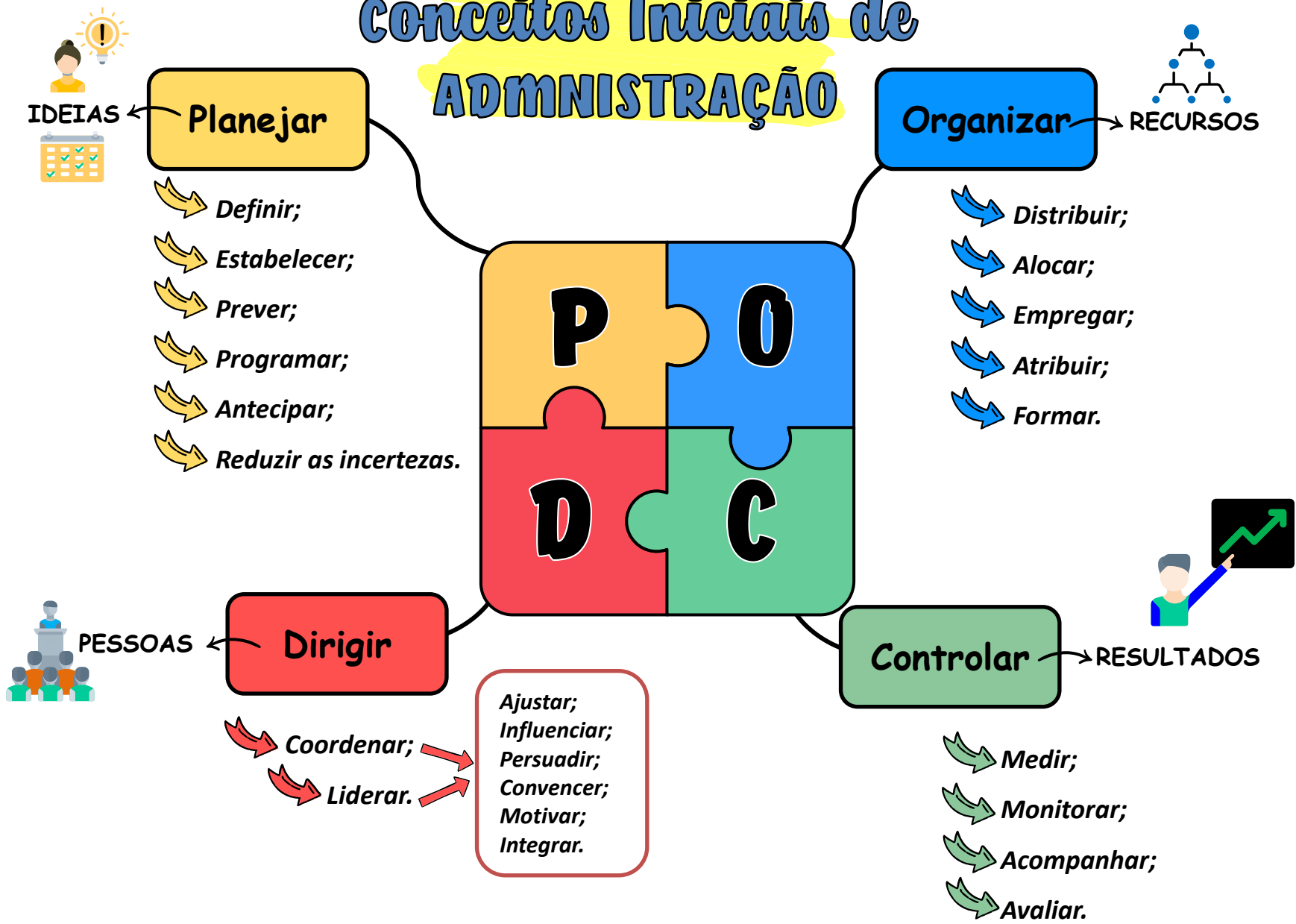
O QUE EU SOU?

PROPÓSITO:
razão de ser do negócio;
papel que a organização assume na sociedade

Exemplo **DISNEY**:

Criar felicidade para as pessoas de todas as idades em todo o mundo

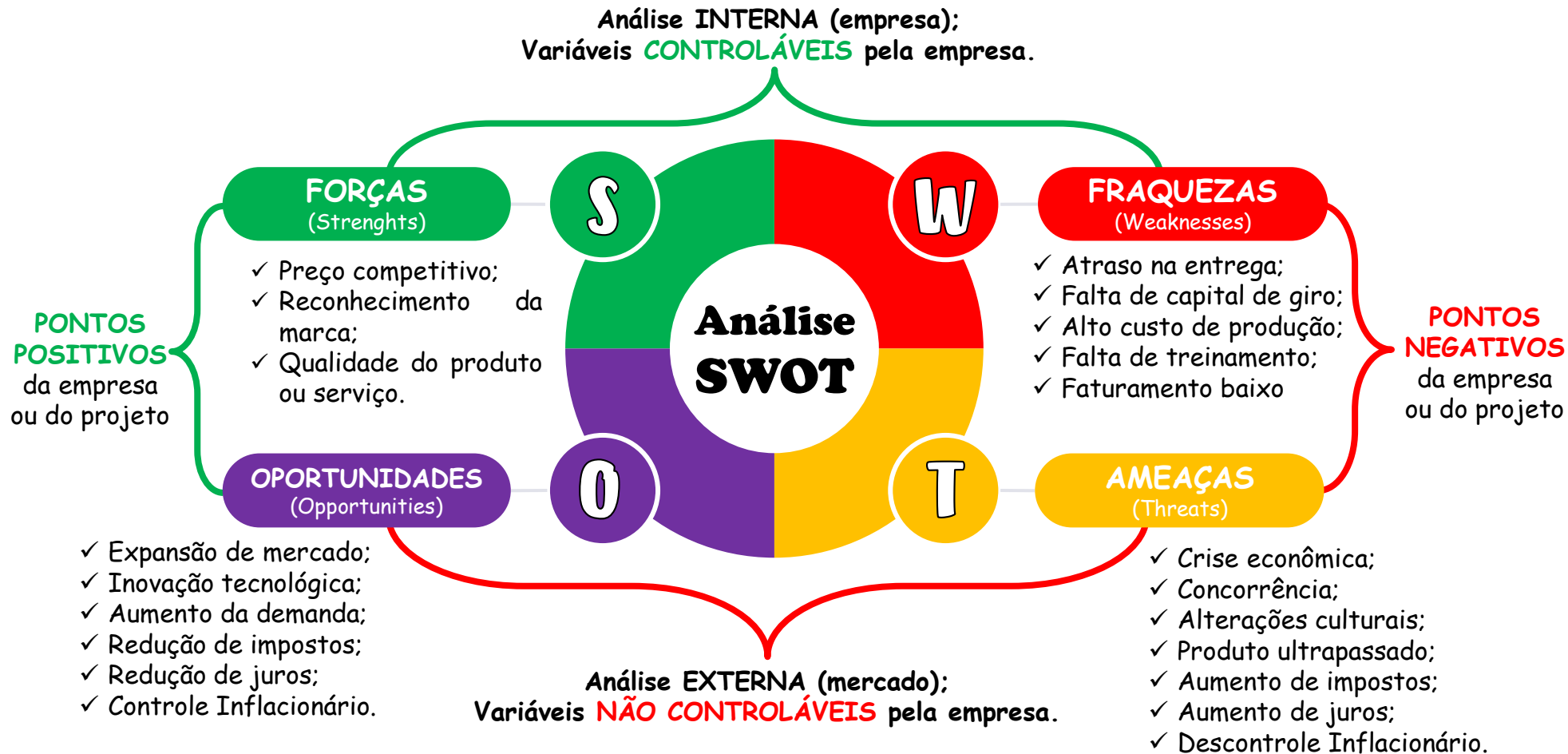
Conceitos Iniciais de ADMNISTRAÇÃO



DIAGNÓSTICO

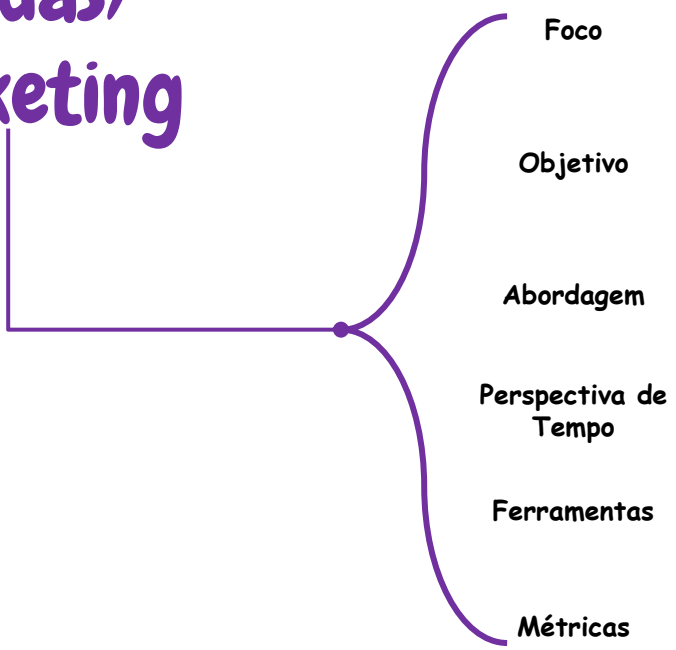
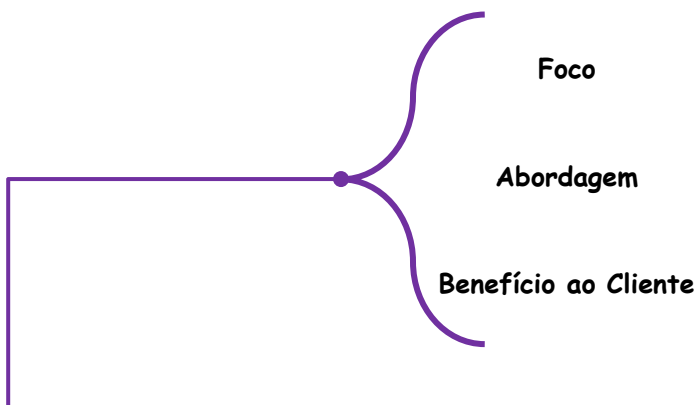
Análise SWOT/FOFA

➔ Diagnóstico do ambiente organizacional interno (forças e fraquezas) e do ambiente externo (ameaças e oportunidades).





Vendas/ Marketing



Vendas de Soluções

- Resolver problemas imediatos.
- Atendimento às necessidades já percebidas.
- Garantia de resultados tangíveis.

Vendas de Insights

- Identificar oportunidades e tendências.
- Antecipação de necessidades desconhecidas.
- Expansão do conhecimento e visão estratégica.

Venda

- No produto e na realização imediata da transação.
- Gerar receita direta por meio de negociações com clientes.
- Transacional, com foco na conclusão da venda.
- Curto prazo: fechar vendas rapidamente.
- Técnicas de fechamento, argumentação e negociação.
- Volume de vendas, número de clientes fechados.

Marketing

- No cliente e no entendimento das necessidades e desejos de longo prazo.
- Construir relacionamentos, fortalecer a marca e criar valor a longo prazo.
- Estratégica, voltada para planejamento e diferenciação no mercado.
- Longo prazo: fidelizar clientes e criar engajamento.
- Pesquisa de mercado, análise de dados e campanhas publicitárias.
- Participação de mercado, retenção de clientes e retorno sobre o investimento em campanhas.

	Etapa	Descrição	Objetivos em Vendas	Exemplo
<p>Modelo</p> <p>AIDA</p>	<p>A</p> <p>Atenção (Attention)</p>	<p>Captação da atenção do cliente por meio de estratégias que destacam o produto ou serviço.</p>	<p>Usar comunicações visuais, slogans impactantes ou abordagens iniciais para atrair o interesse do cliente.</p>	<p>Preparação da visita</p>
	<p>I</p> <p>Interesse (Interest)</p>	<p>Manutenção do interesse, despertando curiosidade e conexão emocional com o que está sendo ofertado.</p>	<p>Apresentar benefícios que atendam às necessidades do cliente e utilizar histórias ou exemplos relevantes.</p>	<p>Abertura da venda</p>
	<p>D</p> <p>Desejo (Desire)</p>	<p>Transformação do interesse em desejo por meio de demonstração de valor e resolução de problemas do cliente.</p>	<p>Demonstrar como o produto/serviço pode melhorar a vida ou resolver um problema específico do cliente.</p>	<p>Demonstrar os benefícios</p>
	<p>A</p> <p>Ação (Action)</p>	<p>Motivação do cliente para realizar a compra ou outro tipo de conversão desejada.</p>	<p>Facilitar o processo de compra, oferecer incentivos ou criar um senso de urgência para fechar o negócio.</p>	<p>Fechamento da venda</p>

Características dos Serviços

Intangibilidade/ imaterialidade

Os serviços não podem ser tocados, vistos ou armazenados antes do consumo. Eles são experiências que não possuem uma forma física, o que dificulta sua avaliação prévia.

Inseparabilidade

O consumo do serviço ocorre ao mesmo tempo em que ele é prestado, e frequentemente exige a presença do cliente e do prestador simultaneamente.

Variabilidade/ Heterogeneidade

A qualidade dos serviços pode variar dependendo de quem os fornece, do momento e das condições em que são prestados, gerando uma experiência diferente a cada vez.

Perecibilidade

Os serviços não podem ser estocados ou armazenados para uso futuro; se não forem consumidos no momento, são "perdidos" (ex.: uma consulta médica ou um atendimento bancário).

Coprodução



O conceito de **coprodução** ou **participação do cliente no processo dos serviços** é uma característica adicional aos serviços



adiciona a ideia de que o cliente participa ativamente na criação ou entrega do serviço, realizando atividades que antes eram responsabilidade exclusiva do prestador de serviço.



Exemplos:

- ✓ clientes personalizando um produto online;
- ✓ Interação com um serviço de atendimento (terminais de autoatendimento, ATM),
- ✓ Colaboração para a criação de uma experiência específica.

4 Ps dos Serviços

Perfil

Refere-se ao local e à comunicação visual do estabelecimento, incluindo limpeza, layout e disposição dos móveis.

Processos

Gestão dos processos de prestação de serviços para garantir organização, qualidade e lucratividade.

Procedimento

Atendimento ao cliente no momento da verdade, realizado com base no treinamento e planejamento da equipe.

Pessoas

Contratação e treinamento da equipe para assegurar a qualidade do serviço e a boa imagem da organização.

4 P's do Marketing

Produto

Conjunto de atributos, tangíveis ou intangíveis, criados para atender a uma demanda. Tipos: bens físicos, serviços, eventos, pessoas, locais, organizações e ideias.

Variedade, pesquisa, qualidade, padronização, design, características, testes e desenvolvimento, nome da marca, embalagem, tamanhos, serviços e assistência técnica, garantias, devoluções.

DESPESA

Preço

Decisões sobre fixação e políticas de preços, considerando custos e estratégias para redução de barreiras financeiras.

Preço de lista, política de preços, formação de preços, descontos, bonificações, condições de pagamento, prazos e financiamento.

RECEITA

Praça

Envolve canais de distribuição e acesso conveniente ao consumidor, criando parcerias para engajamento com bens ou serviços.

Canais de distribuição, pontos de venda, coberturas, zona de vendas, sortimentos, locais, estoque, armazenamento, transporte.

DESPESA

Promoção

Comunicar e persuadir consumidores sobre os benefícios e características dos produtos, destacando preço justo e facilidade de acesso. Inclui mensagens, estratégias criativas e canais de comunicação.

Promoção de vendas, propaganda, publicidade, força de vendas, relações públicas, marketing direto, merchandising, marketing interativo, marketing boca a boca, venda pessoal.

DESPESA

4 P's do Marketing Moderno

Pessoas

Refere-se tanto ao marketing interno (funcionários) quanto à necessidade de compreender os clientes em sua totalidade e não apenas como consumidores.

Processos

Incorpora criatividade, disciplina e estrutura no gerenciamento de marketing.

Programas

Representam todas as atividades voltadas aos consumidores, englobando os antigos 4 P's e outras iniciativas de marketing.

Performance

Avalia os resultados financeiros (lucratividade, brand equity) e não financeiros (responsabilidade social, ética, comunidade).

4 C's do Marketing

Cliente

Substitui "produto"; foco em compreender e satisfazer as necessidades dos clientes.

Custo

Substitui "preço"; considera custos financeiros e não financeiros, como tempo e esforço despendidos pelo cliente.

Conveniência

Substitui "praça"; enfatiza como facilitar a aquisição dos produtos, seja online ou em lojas físicas, considerando a preferência do cliente.

Comunicação

Substitui "promoção"; envolve interação e diálogo entre a empresa e os clientes através de diversos canais de comunicação.

Elementos do Marketing de Serviços - SOAR

Script do Serviço

Substitui o "produto". Representa as imagens e impressões armazenadas na memória do cliente durante o processo de prestação do serviço. Deve alinhar-se às expectativas do cliente.

Outlay (Custo)

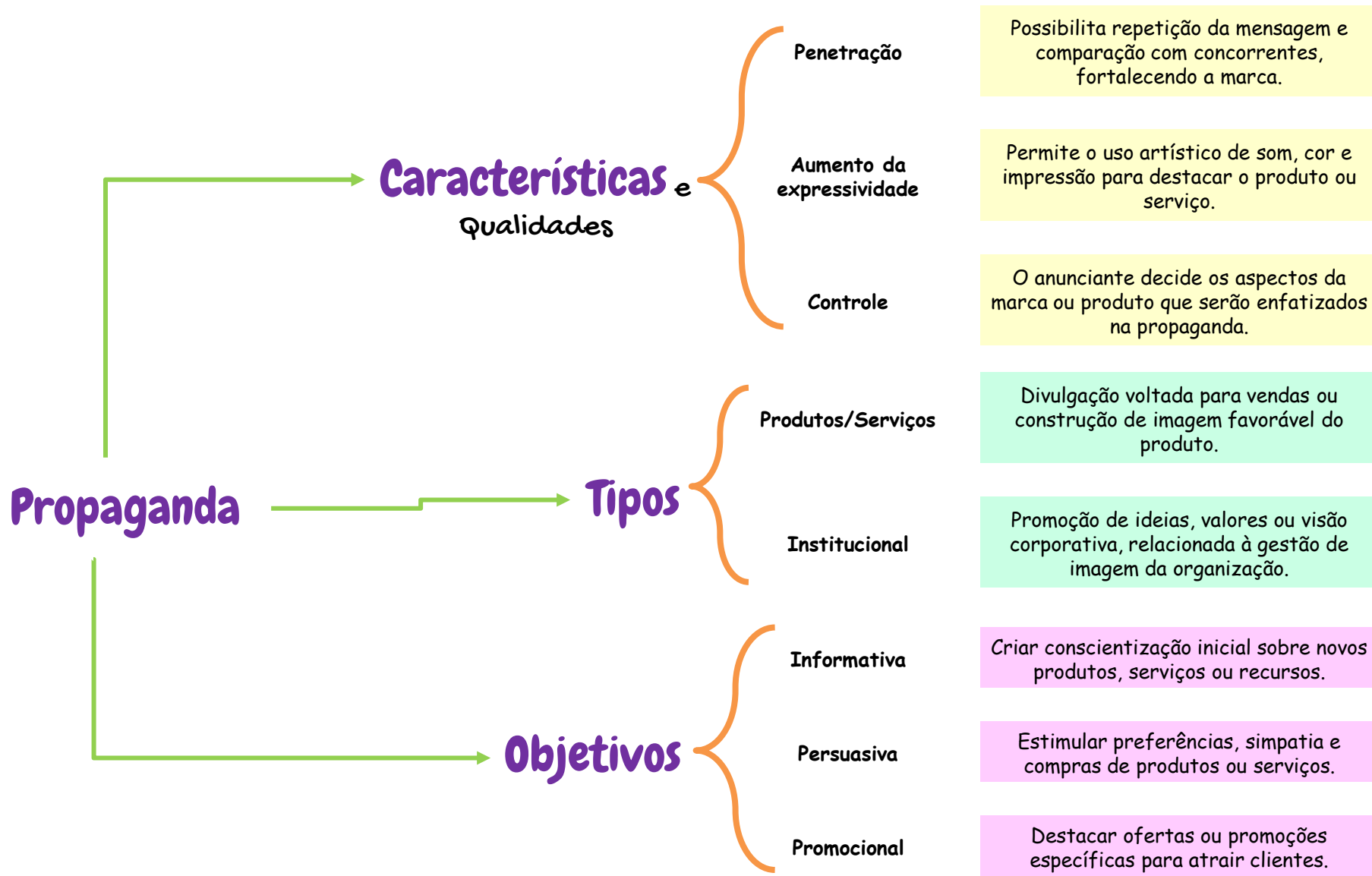
Substitui o "preço". Inclui todos os custos financeiros, de tempo e esforço que o cliente despende para adquirir e participar do serviço.

Accommodation
(Acomodação)

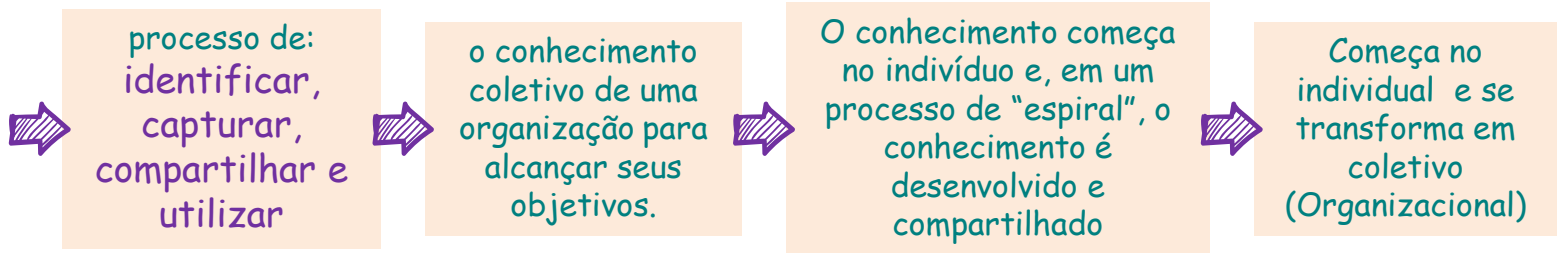
Substitui a "praça". Envolve a localização, instalações, layout, organização do trabalho e horário de funcionamento, reduzindo barreiras para o consumo do serviço.

Representation
(Representação)

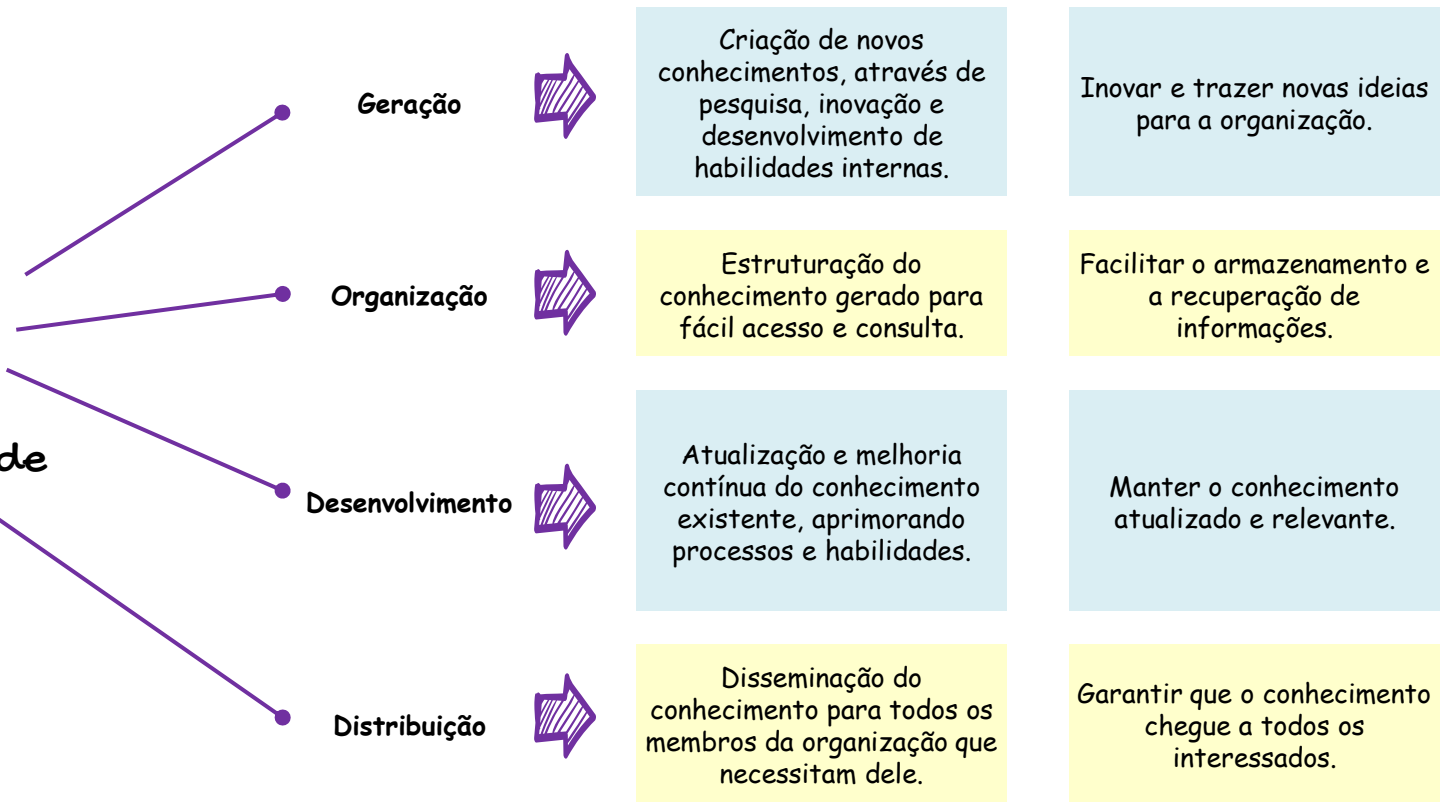
Substitui a "promoção". Refere-se à promessa do que pode ser entregue, colocando o cliente como protagonista e atendendo suas expectativas.



GESTÃO DO CONHECIMENTO



Processo de Gestão do Conhecimento de Lacombe



Caderno do Bizu
PORTUGUÊS
para Concursos



Aprendizagem Objetiva



SEMPRE PARA LUGAR

LUGAR FÍSICO

Onde e Aonde

MOVIMENTO + preposição A

Teste com "a" do verbo:

1. Se puder dizer "a algum lugar", use **aonde**.
 1. Exemplo: Estou indo **a** algum lugar → **Aonde** estou indo?
2. Caso contrário, use **onde**.
 1. Exemplo: Moro **em** algum lugar → **Onde** moro?

- Ir
- Chegar
- Levar
- Voltar
- Retornar

a

- **Onde** você mora?
(Refere-se a um lugar fixo, sem movimento.)
- Não sei **onde** deixei minhas chaves.
(Indica o local onde algo está.)
- **Onde** está o livro que você me emprestou?
(Pergunta sobre o local fixo do objeto.)

- **APLICA**: Aonde você vai?
(quem vai, vai **A** algum lugar)
- **NÃO SE APLICA**: De onde você vem?
(quem vem, vem de algum lugar)

- **Aonde** você vai?
(Indica movimento em direção a um lugar.)
- Não sei **aonde** ele pretende chegar com essa conversa.
(Usado com o verbo "chegar", que implica movimento.)
- **Aonde** você quer me levar hoje à noite?
(Indica direção, com o verbo "levar", que envolve movimento.)



USO DOS "PORQUES"

Por que

Porque

Por quê

Porquê

Personagem

O Curioso

O Explicador

O Dramático

O Filósofo

Personalidade

Faz perguntas e quer saber o motivo.

Dá respostas ou explicações claras.

Aparece no final da frase, com ênfase.

Reflete e significa "o motivo".

Dica para Uso

Substitua por "por qual motivo".

Substitua por "pois" ou "já que".

Antes do ponto de interrogação, tem acento.

Sempre vem com artigo: "o" ou "um".

Exemplo

Por que você não veio? (= Por qual motivo...)

Não fui porque estava cansado. (= Pois...)

Você não veio. Por quê?

Não sei o porquê da confusão. (= O motivo)



Sessão

Período de tempo em que algo ocorre;
reunião ou evento.

Sessão é usada para eventos como
cinema, teatro ou reuniões.

Senta e assiste

Fomos a sessão de cinema.

A sessão legislativa já vai começar.

Seção

Parte ou divisão de um todo;
departamento.

Seção está relacionada a dividir ou
organizar algo.

Se para ção

*Procure o produto na seção de
eletrodomésticos.*

As carnes estão na seção de frios.

Cessão

Ato de ceder ou transferir algo a
alguém.

Cessão está ligada a concessão ou
doação.

Ceder

*A cessão dos direitos autorais foi
formalizada.*

O termo de cessão de uso foi assinado.



usa-se hífen

Prefixos terminados em vogal + palavra iniciada com a mesma vogal

anti-inflamatório, micro-ondas, semi-interno, auto-observação.

Evita a repetição de vogais iguais.

Prefixos terminados em consoante + palavra iniciada com consoante idêntica

inter-regional, sub-bibliotecário, super-revista, hiper-requintado.

Repetição de consoantes iguais exige o hífen.

Prefixos "não" e "quase" + palavra composta

não-ficção, quase-humano

Mantém o hífen com prefixos que exprimem negação ou aproximação.

Com sufixos de origem tupi-guarani

capim-açu, amoré-guaçu

Mantém-se o hífen em palavras de origem indígena.

Repetição de palavras (onomatopeias ou não)

reco-reco, tique-taque, zigue-zague

Aplica-se o hífen para palavras repetidas.



Erros Comuns

Forma Incorreta	Forma Correta	Observação
Ansiosa	Ansiosa	Ansiosa: que sente ansiedade.
Emponderamento	Empoderamento	Empoderamento: ato de conceder poder ou autonomia.
Gratuito	Gratuito	Gratuito: algo que é oferecido sem custo.
Estrupo	Estupro	Estupro: crime de violência sexual.
Opnião	Opinião	Opinião: ponto de vista ou julgamento.
Ritimo	Ritmo	Ritmo: cadência ou compasso em música ou movimento.
Cabelelera	Cabeleireira	Cabeleireira: profissional que cuida dos cabelos.
Iorgute	Iogurte	Iogurte: alimento lácteo fermentado.
Excessão	Exceção	Exceção: algo que foge à regra geral.
Mortandela	Mortadela	Mortadela: tipo de embutido feito de carne suína.
Cardaço	Cadarço	Cadarço: cordão usado para amarrar calçados.
Consiliar	Conciliar	Conciliar: harmonizar ou fazer acordo entre partes.
Adevogado	Advogado	Advogado: profissional do direito que representa clientes.
Célebro	Cérebro	Cérebro: órgão do sistema nervoso central responsável pelas funções cognitivas.
Pertubar	Perturbar	Perturbar: causar distúrbio ou inquietação.
Mecher	Mexer	Mexer: movimentar ou agitar algo.
Enxer	Encher	Encher: completar algo até o limite de sua capacidade.
Para mim fazer	Para eu fazer	Para eu fazer: forma correta; "mim" não conjuga verbo.
Germinada	Geminada	Geminada: construções duplicadas ou simétricas; germinada refere-se a algo que germinou.
Impecilho	Empecilho	Empecilho: significa um obstáculo, impedimento ou dificuldade que atrapalha algo.



PRONOMES

QUEM

O pronome "quem" quando se refere a pessoa ou ente personificado é sempre precedido por preposição.

Ex: Essa é a pessoa **a quem** me referi.
Ex: Essa é a pessoa **de quem** falei.

CUJO

O pronome "cujo" tem como principais características:

- ✓ Indicar posse e sempre vir entre dois substantivos, possuidor e possuído;
- ✓ Não poder ser seguido nem precedido de artigo, mas poder ser antecedido por preposição.

EXEMPLO:

O livro cujo autor ganhou o prêmio está esgotado.

A mulher cuja filha é médica mora aqui perto.

ESTAR ERRADA A ESCRITA:

~~cujo o, cuja a, cujo os, cuja as~~

ONDE

o pronome relativo "onde" só pode ser usado quando o antecedente indicar **LUGAR FÍSICO**. Portanto, é utilizado com verbos que pedem "em".

Ex: A casa onde mora não tem segurança.

SUBSTANTIVOS

As **empresas** **cujas** **funcionárias** entraram em greve não abriram hoje.

PRONOME RELATIVO



ADVÉRBIOS

Modo

Indicam **como** a ação acontece.

bem, mal, depressa, devagar, assim, calmamente, lentamente, rapidamente, pior, melhor

Tempo

Indicam **quando** a ação acontece.

hoje, ontem, agora, depois, antes, cedo, tarde, logo, sempre, jamais, nunca, já, enfim, antigamente

Lugar

Indicam **onde** a ação acontece.

aqui, ali, lá, cá, perto, longe, em cima, embaixo, dentro, fora, adiante, atrás, atrás, onde

Intensidade

Indicam o **grau** de uma ação, característica ou estado.

muito, pouco, demais, bastante, mais, menos, tanto, totalmente, completamente, quase, absolutamente, nada

Negação

Usados para negar uma ação ou ideia.
não, jamais, nunca, de modo algum

Afirmação

Usados para afirmar uma ação ou ideia.
sim, certamente, realmente, claro, com certeza, sem dúvida

Dúvida

Indicam dúvida.
talvez, possivelmente, provavelmente, quem sabe



MODOS VERBAIS

Indicativo

Fatos reais e ações concretas.

Bizu:
"Eu **INDICO** a certeza, eu faço."

Subjuntivo

Hipóteses, dúvidas, desejos.

Bizu:
"**SUBJUGA** a dúvida, talvez eu faça."

Imperativo

Ordens, pedidos, conselhos

Bizu:
"**IMPERA** a ação, faça!"



MODO INDICATIVO

Presente

O que acontece agora.

Bizu:
"PRESENTE, estou aqui."

Passado

Pretérito PERFEITO

Aconteceu e terminou.

Bizu:
"PERFEITO, eu já fiz."

Pretérito IMPERFEITO

Aconteceu mais de uma vez no passado, sem fim definido.

Bizu:
"IMPERFEITO, eu fazia."

Pretérito MAIS-QUE-PERFEITO

Aconteceu antes de outra ação passada.

Bizu:
"MAIS-QUE-PERFEITO, eu já tinha feito."

Futuro

Futuro do Presente

O que ainda vai acontecer.

Bizu: "FUTURO, eu farei."

Futuro do Pretérito

Algo que aconteceria, mas depende de uma condição.

Bizu:
"CONDICIONAL, eu faria."



CONCEITO

NÃO indicam ação, mas sim um **ESTADO, CONDIÇÃO OU CARACTERÍSTICA** do sujeito.

Liga O **SUJEITO** e o **PREDICATIVO**

Têm a função de conectar o sujeito ao predicativo do sujeito, que é o elemento que descreve ou caracteriza o sujeito da oração.

FUNÇÃO

Esses verbos indicam um **ESTADO PERMANENTE, TRANSITÓRIO OU UMA MUDANÇA DE ESTADO**.

sempre precisam de um complemento (predicativo) para formar sentido completo.

Eles não expressam ações realizadas, mas sim o modo como o sujeito está ou é percebido.

VERBOS de LIGAÇÃO

Principais Verbos de Ligação

Ser: Ele é alto.

Estar: Ela está feliz.

Parecer: Ele parece cansado.

Ficar: A situação ficou complicada.

Continuar: Eles continuam confiantes.

Tornar-se: Ele se tornou professor.

Andar: Ela anda preocupada.

Permanecer: A porta permaneceu fechada.



Substantivo + DE

adjunto adnominal

complemento nominal

SENTIDO DE AGENTE

Se o termo preposicionado tiver sentido de **quem REALIZA a ação**.
É Comum em frases que indicam autoria ou criação.

SUBSTITUÍVEL POR ADJETIVO

Se o termo preposicionado puder ser **substituído por um adjetivo** equivalente

SENTIDO DE PACIENTE

Se o termo preposicionado indicar **quem SOFRE a ação**.

RELAÇÃO COM AÇÃO

Se o substantivo abstrato puder **ser transformado em um verbo** e o termo preposicionado desempenhar o papel de objeto indireto

O livro de Machado de Assis é um clássico.

Explicação: "de Machado de Assis" indica o agente, ou seja, quem escreveu o livro.

A música de Caetano Veloso é emocionante.

Explicação: "de Caetano Veloso" indica quem criou a música.

Os hábitos de criança são interessantes.

Substituição: "Os hábitos **infantis** são interessantes."

O programa de governo será apresentado amanhã.

Substituição: "O programa **governamental** será apresentado amanhã."

O ataque à cidade deixou marcas profundas.

Explicação: "à cidade" indica quem sofreu o ataque.

O respeito aos professores é fundamental.

Explicação: "aos professores" indica quem recebe o respeito.

A busca por soluções foi intensa.

Transformação: "Buscamos **por soluções**."

A obediência às regras é essencial.

Transformação: "Obedecemos **às regras**."



Orações Coordenadas São INDEPENDENTES!

	FUNÇÃO	DICA	EXEMPLO	CONJUNÇÕES COMUNS
ADITIVA	Conectam ideias de ADIÇÃO , continuidade.	Se puder substituir o "e" por "além disso", provavelmente é aditiva.	<i>Estudo e trabalho ao mesmo tempo.</i>	e, nem, não só... mas também, como também
ADVERSATIVA	Indicam OPOSIÇÃO , contraste entre ideias.	Pense em algo que esperava o oposto do que acontece.	<i>Estudei muito, mas não passei.</i>	mas, porém, contudo, todavia, entretanto
ALTERNATIVA	Apresentam alternativas ou escolhas. TROCA DE OPÇÕES.	Quando há troca de possibilidades, é alternativa.	<i>Ou você estuda, ou não passará.</i>	ou, ora... ora, já... já, quer... quer
CONCLUSIVA	Expressam uma CONCLUSÃO ou resultado lógico da oração anterior.	Busque o sentido de resultado ou resolução.	<i>Estudei muito, portanto passei.</i>	logo, portanto, por conseguinte, assim, então
EXPLICATIVA	Justificam ou explicam a ideia anterior. MOTIVO OU RAZÃO.	Se a segunda oração explica o motivo da primeira, é explicativa.	<i>Estude, porque a prova será difícil.</i>	porque, que, pois (antes do verbo)



Colocação Pronominal

Próclise

Pronome antes do verbo

Ocorre quando há uma palavra que atrai o pronome para antes do verbo.

Palavras negativas

Advérbios

Pronomes relativos, indefinidos e demonstrativos

Conjunções subordinativas

Frases interrogativas ou exclamativas

Mesóclise

Pronome No meio do verbo

Usada em tempos verbais no futuro do presente ou do pretérito, quando o verbo não está no início da frase.

Futuro do Presente

Futuro do Pretérito

Ênclise

o verbo inicia a oração e não há palavra que atraia a próclise.

Amo-te (escrita correta)
Te amo (escrita errada)

No início de frases

imperativo afirmativo

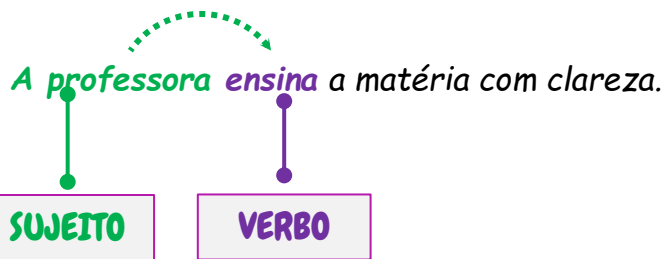
infinitivo impessoal



Concordância Verbal

Sujeito SIMPLES

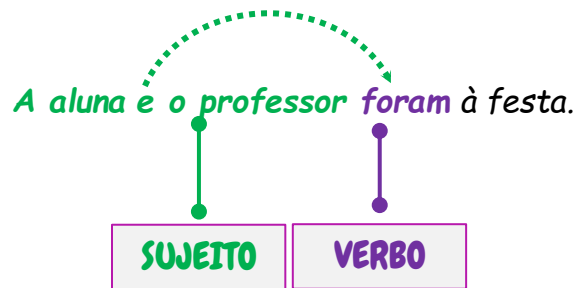
O verbo concorda com o sujeito.



"a professora" é o sujeito simples, e o verbo "ensina" está na terceira pessoa do singular, concordando com o sujeito.

Sujeito COMPOSTO ANTEposto

O sujeito composto é colocado antes do verbo.



Neste caso, o verbo "são" concorda com o sujeito composto como um todo, tratando ambos os itens como uma única unidade.

Sujeito COMPOSTO POSposto

O verbo pode concordar com o todo ou + próximo.

+ PRÓXIMO:



TUDO:



O verbo "foi" concorda apenas com o núcleo mais próximo (Aluna).



O verbo "foram" concorda no plural, pois há dois núcleos (Aluna e Professor).



Transmitir a mensagem de forma clara e direta, sem prolongar-se desnecessariamente. Informações supérfluas devem ser evitadas, focando apenas no que é essencial.

Clareza

ligação adequada entre as partes de um texto, criando uma sequência lógica e fluida. Na redação oficial, a coesão é fundamental para que o leitor siga o raciocínio sem dificuldades, facilitando a compreensão da mensagem.

Coerência

Informações apresentadas sejam consistentes, lógicas e façam sentido dentro do contexto.

Coerência

A uniformidade nas estruturas e expressões é essencial na redação oficial. Isso garante que todos os documentos sigam o mesmo formato, promovendo uma comunicação eficiente e compreensível dentro de órgãos públicos e entre diferentes setores.

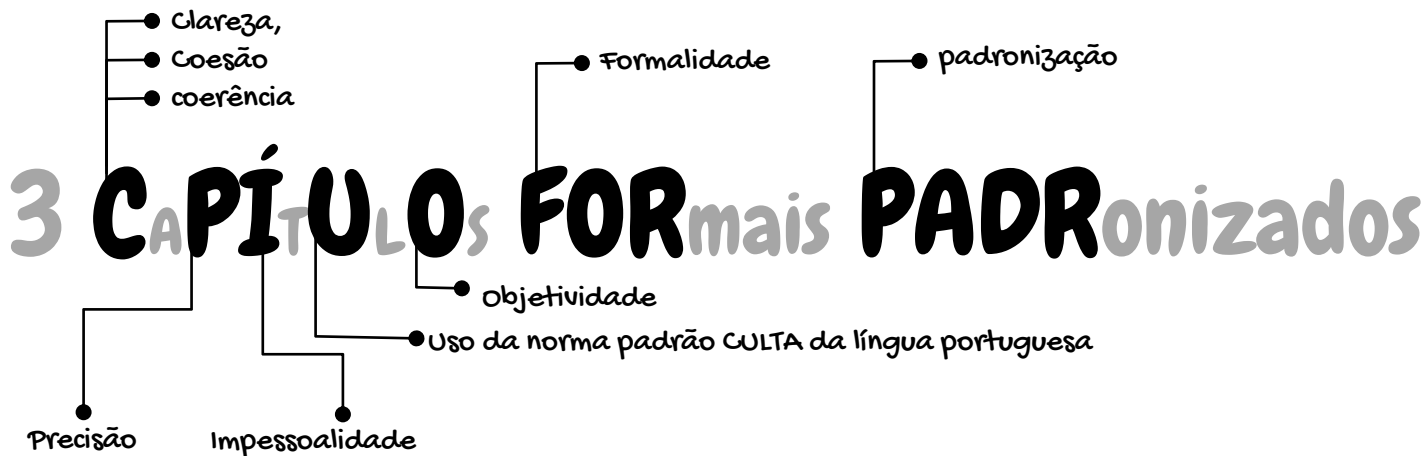
Padronização

Padrão culto

A linguagem deve ser clara, precisa e acessível, sem exageros formais ou coloquialismos, equilibrando formalidade com simplicidade, evitando Regionalismos, jargão técnico, gírias.

Formalidade

Nível adequado de formalidade. Isso significa respeitar as convenções e normas linguísticas, mantendo um tom respeitoso e adequado ao contexto, independentemente do destinatário.



Impessoalidade

A redação oficial deve evitar expressões pessoais e subjetivas, priorizando o caráter institucional da comunicação. O foco está no assunto tratado, e não nas opiniões ou impressões pessoais do emissor. Por isso, o uso de pronomes como "eu" ou "nós" é minimizado, mantendo uma postura neutra e objetiva.

Objetividade

transmitir a mensagem de forma direta, sem rodeios ou detalhes desnecessários. Um texto objetivo vai direto ao ponto, omitindo informações irrelevantes ou redundantes.

Precisão

evitar expressões vagas ou genéricas, utilizando termos específicos e adequados ao contexto. A precisão evita mal-entendidos e assegura que o conteúdo seja fiel ao que se pretende comunicar.

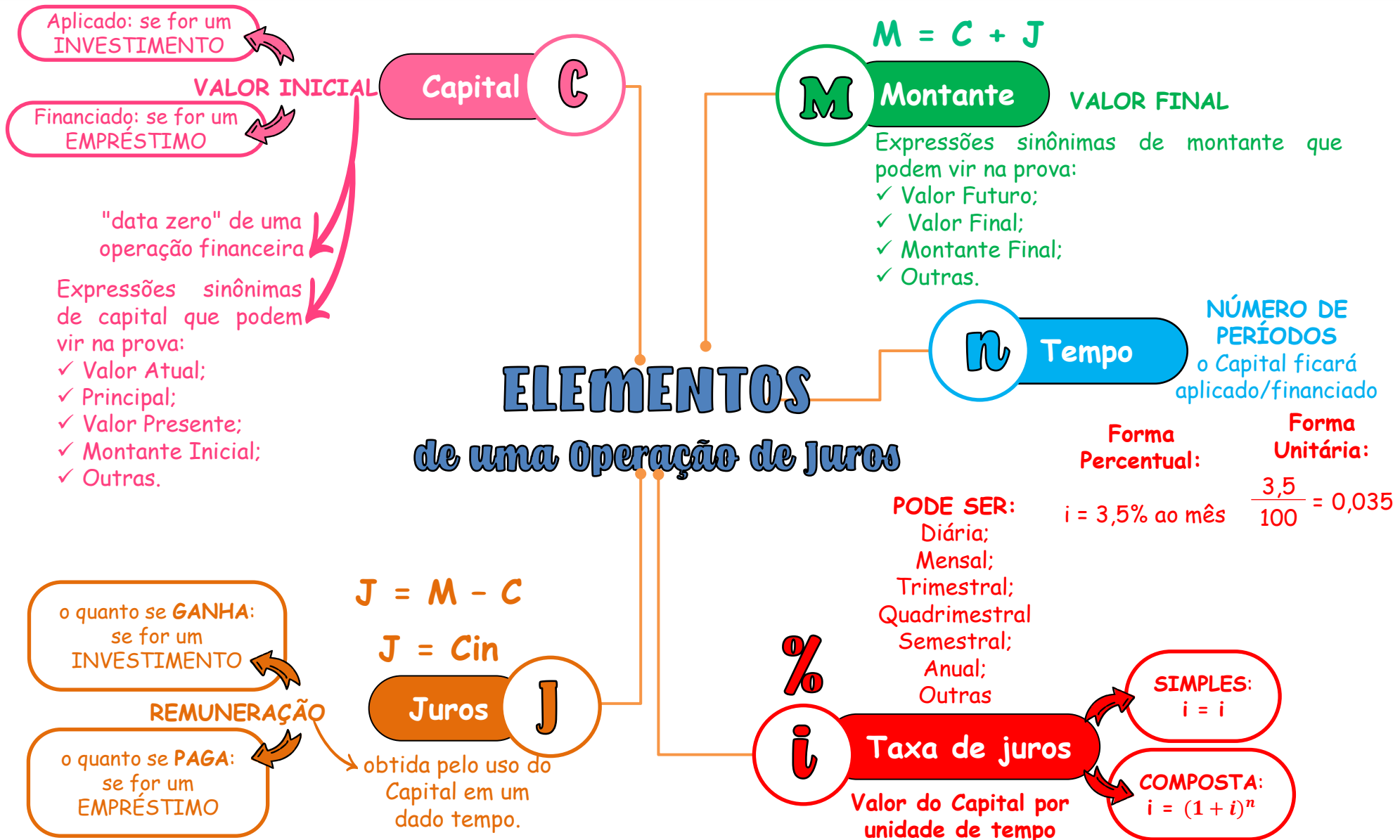
MATEMÁTICA FINANCEIRA

Fácil

Revisão Objetiva
mapas mentais, esquemas e dicas



Aprendizagem Objetiva

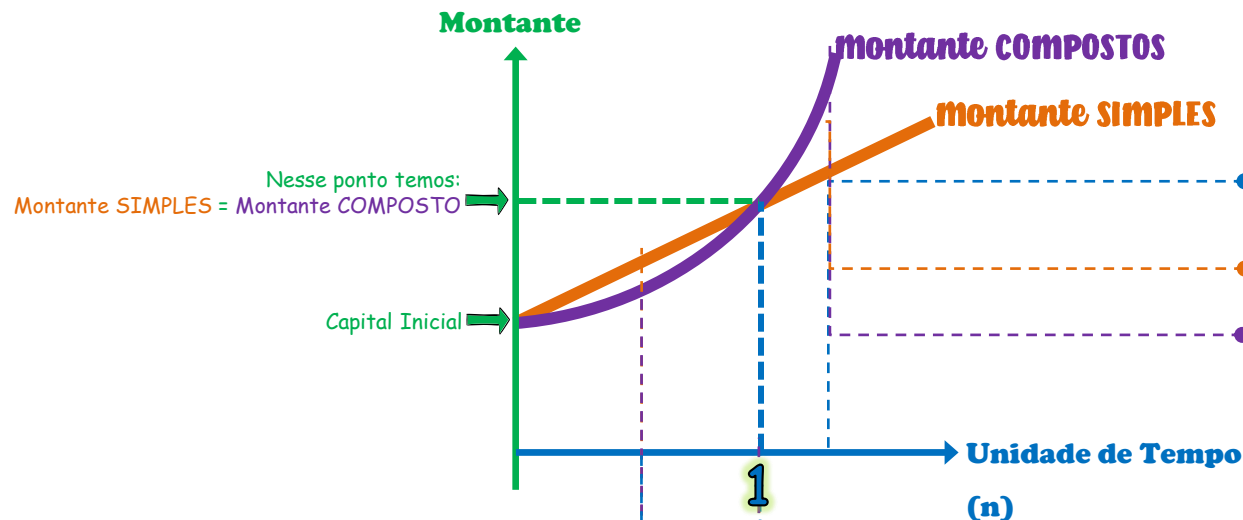


MONTANTE SIMPLES X MONTANTE COMPOSTO

Considerando:

2 Capitais:

- ✓ Mesmo valor inicial;
- ✓ Mesma taxa de juros (i).



- $n < 1$: Se a unidade de tempo for menor que 1, então:
 - ✓ Montante dos Juros Simples MAIOR que
 - ✓ Montante dos Juros Compostos:

$$0 < n < 1$$

$$M_{Simples} > M_{Composto}$$

$$J_{Simples} > J_{Composto}$$

- $n > 1$: Se a unidade de tempo for maior que 1, então:
 - Montante dos Juros Simples MENOR que
 - Montante dos Juros Compostos:

$$n > 1$$

$$M_{Simples} < M_{Composto}$$

$$J_{Simples} < J_{Composto}$$

- $n = 1$: Se a unidade de tempo for igual a 1, então:
 - ✓ Montante dos Juros Simples IGUAL ao
 - ✓ Montante dos Juros Compostos:

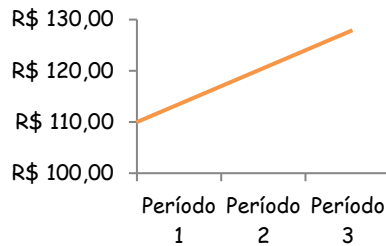
$$n = 1$$

$$M_{Simples} = M_{Composto}$$

$$J_{Simples} = J_{Composto}$$

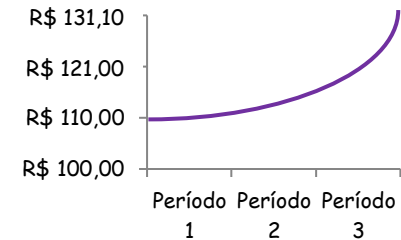
SIMPLES

n	JUROS POR PERÍODO	MONTANTE $M = C + J$
1	$J = 100,00 \times 0,1 = 10,00$	$M = 100,00 + 10,00 = 110,00$
2	$J = 100,00 \times 0,1 = 10,00$	$M = 110,00 + 10,00 = 120,00$
3	$J = 100,00 \times 0,1 = 10,00$	$M = 120,00 + 10,00 = 130,00$



COMPOSTA

n	JUROS POR PERÍODO	MONTANTE $M = C + J$
1	$J = 100,00 \times 0,1 = 10,00$	$M = 100,00 + 10,00 = 110,00$
2	$J = 110,00 \times 0,1 = 11,00$	$M = 110,00 + 11,00 = 121,00$
3	$J = 121,00 \times 0,1 = 12,10$	$M = 121,00 + 12,10 = 133,10$



CRESCIMENTO DO CAPITAL
de acordo com o tempo

REGIMES DE CAPITALIZAÇÃO

Capitalização
SIMPLES

Juros **IGUAIS**
em cada período

Cálculo dos Juros:
SEMPRE calculados em cima do
VALOR INICIAL

Juros
NÃO são capitalizados

Gráfico:
Função do 1º Grau

Valores dos Montantes formam uma:
PA
Razão = Juros

Capitalização
COMPOSTA

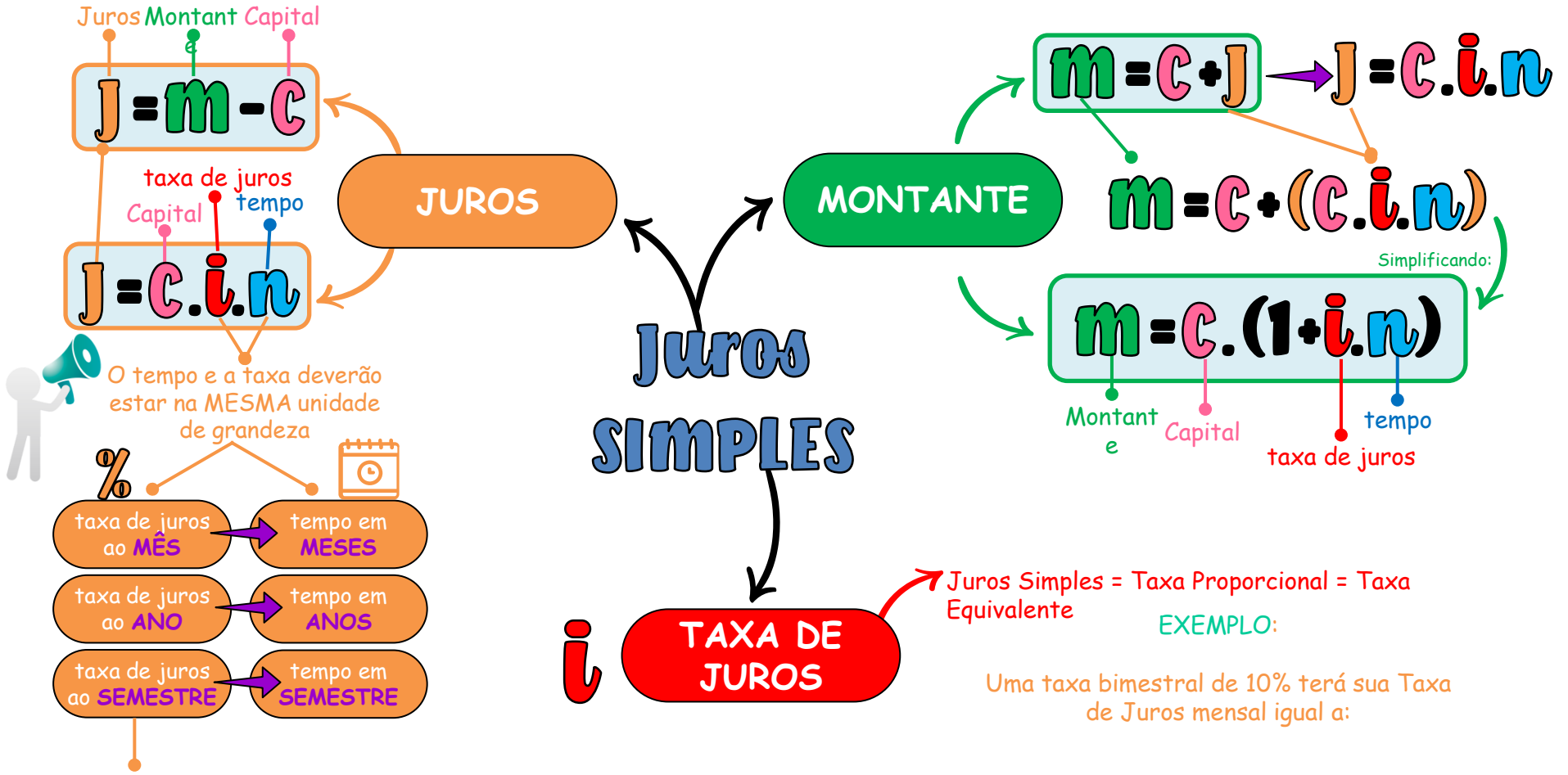
Juros **DIFERENTES**
em cada período

Cálculo dos Juros:
Capital Inicial + Juros dos períodos
anteriores

Juros
são capitalizados

Valores dos Montantes formam uma:
PG
Razão = $1 + i$

Gráfico:
Função Exponencial



O tempo e a taxa deverão estar na MESMA unidade de grandeza

taxa de juros ao MÊS	tempo em MESES
taxa de juros ao ANO	tempo em ANOS
taxa de juros ao SEMESTRE	tempo em SEMESTRE

A Taxa de Juros deve ser inserida na equação na forma unitária:

EXEMPLO:

$$10\% = \frac{10}{100} = 0,10$$

Forma unitária: 0,1

Bimestre - Mês
1 bimestre = 2 meses

$$\text{Taxa Mensal} = \frac{10\%}{2 \text{ meses}} = 5\% \text{ ao mês}$$

$$\text{Taxa Mensal} = \frac{5}{100} = 0,05 \text{ ao mês}$$



Aprendizagem Objetiva

"O que diferencia quem passa de quem desiste é a constância."