

AMOSTRA TRANSPETRO



memoriza.ai



FALA, FUTURO APROVADO NO CONCURSO DA TRANSPETRO!

Seja muito bem - vindo!

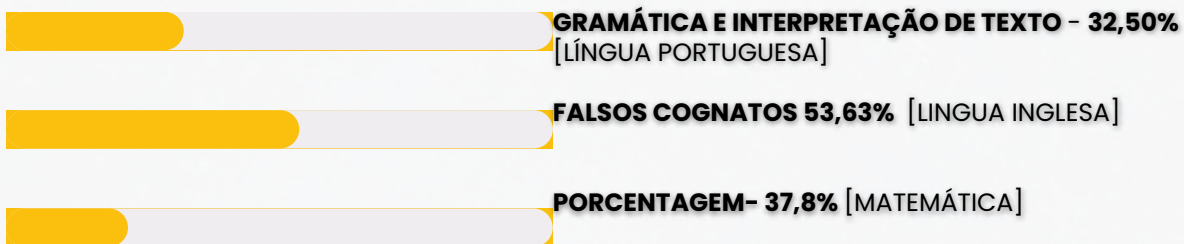
VOCÊ ACABA DE BAIXAR A AMOSTRA DO MEMORIZA.AÍ PARA ESTE CONCURSO.

O **Memoriza.aí** é um material que contém **dicas estratégicas** dos assuntos que certamente vão cair na sua prova!

Nossa equipe pedagógica realizou uma **análise** de **mais de 50000 questões** de **concursos anteriores** e identificou os **assuntos chave** que sempre se repetem nas últimas provas.

Por meio dessa **análise** das questões da **banca** e do **concurso** desenvolvemos um **material específico** com **dicas ilustradas** e **gatilhos emocionais** para melhorar sua memorização, de modo que você poderá focar exatamente nos assuntos que serão cobrados na sua prova.

Veja no gráfico abaixo uma breve demonstração dos **temas mais frequentes** das **provas** identificados pela nossa equipe pedagógica:



É como se a gente fizesse todo **trabalho duro** por você e te entregasse o que você precisa. Com isso, **você ganha muitooo tempo!**

ENÃO PARA POR AÍ...

Você ainda terá acesso a bônus exclusivos - quer ver?

Além do material base para o seu estudo, você terá acesso a **4 bônus exclusivos** que vão **potencializar** o seu **progresso** nos **estudos**. Veja abaixo os bônus:



BÔNUS 1: DO ZERO À APROVAÇÃO

UM MATERIAL QUE ENSINA A ORGANIZAR SUA JORNADA DE ESTUDO, DO COMEÇO AO FIM, DESDE A DECISÃO DE QUAL CARGO ESCOLHER ATÉ COMO ORGANIZAR SEUS ESTUDOS, CRONOGRAMAS E ESCOLHER AS FERRAMENTAS DE ESTUDO QUE VOCÊ UTILIZARÁ.



BÔNUS 2: GESTÃO DO TEMPO

O CONTEÚDO SERÁ MINISTRADO POR PÚBLIO ALVES, APROVADO NO TJ-SP, E SERÁ DISPONIBILIZADO EM VÍDEO AULAS, JUNTAMENTE COM MATERIAL DE APOIO E UMA PLANILHA MODELO PARA AJUDAR NA ORGANIZAÇÃO DA SUA ROTINA, AUMENTANDO EM ATÉ 10 VEZES A SUA PRODUTIVIDADE NOS ESTUDOS.



BÔNUS 3: COMO HACKEAR O EDITAL

SE VOCÊ TEM DIFICULDADE EM ENCONTRAR AS PRINCIPAIS INFORMAÇÕES E ANALISAR OS TÓPICOS MAIS COBRADOS DE UM EDITAL, APRENDERÁ TUDO ISSO NA PRÁTICA, DESVENDANDO TUDO O QUE PRECISA PARA EXTRAIR TODOS OS CÓDIGOS DE EDITAL.



BÔNUS 4: CRONOGRAMA 30 DIAS

ESTE CRONOGRAMA OFERECE UMA ESTRUTURA CLARA E PRÁTICA PARA OS 30 DIAS QUE ANTECEDEM SUA PROVA, PERMITINDO UMA ABORDAGEM ORGANIZADA E EFICIENTE DO ESTUDO. AO DIVIDIR O CONTEÚDO EM PARTES MANEJÁVEIS E DISTRIBUIR AS ATIVIDADES AO LONGO DO PERÍODO, VOCÊ PODERÁ FOCAR EM CADA TÓPICO COM MAIS PROFUNDIDADE E EVITAR A SOBRECARGA DE INFORMAÇÕES.

ESSES BÔNUS SÃO POR TEMPO LIMITADO!

[clique aqui para saber mais!](#)

Veja só o depoimento de um de nossos alunos que foi **APROVADO** recentemente no concurso:

Oiii! Boa tarde!

Ana Luiza



Pensei mto antes de vir aqui, mas sei que feedbacks são importantes, e eu não podia deixar de agradecer pelo material. Ano passado comprei o material da EBSEH de vocês, e fui aprovada em segundo lugar, no HUNIFAP.

Foi o único material que estudei, e por ser de fácil linguagem e bem gráfico (eu sou muuuuito visual), deu mto bom pra mim!

Parabéns pelo trabalho!!

Caso tenha qualquer dúvida, você pode entrar em contato conosco enviando seus questionamentos para o suporte:



contato@memorizaai.com.br

ou



clique aqui para acionar nosso time via **whatsapp**.

QUER SER O PRÓXIMO APROVADO?

clique aqui e saiba como



[clique aqui para conhecer o material completo](#)

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO – CBMERJ – Oficial

Abordamos **todas as disciplinas exigidas** do edital

NO MATERIAL COMPLETO PARA OFICIAL VOCÊ TERÁ ACESSO AS DISCIPLINAS DE:

-  Língua Portuguesa
-  Matemática
-  Língua Inglesa
-  Conhecimentos Específicos

VEJA ABAIXO A AMOSTRA COM O FORMATO DO MATERIAL QUE VOCÊ PODE TER ACESSO PARA AUMENTAR SUA PONTUAÇÃO NESSA RETA FINAL!

CONHECIMENTOS GERAIS (TRANSPETRO/PSP/TERRA/ NÍVEL SUPERIOR/NÍVEL MÉDIO)

memoriza.

DICA

PLURAL DOS SUBSTANTIVOS COMPOSTOS

O plural dos substantivos compostos é feito mediante duas situações. Uma delas se refere à forma como ele é escrito.

Se o substantivo composto for **escrito sem hífen**, o plural é feito tal como os **substantivos simples**, muitas vezes acrescentando o **"s" no final**.

- **Exemplos:** claraboia(s), ferrovia(s), passatempo(s).

A outra situação que deve ser observada é como o **substantivo que escrito com hífen é formado** (por verbo + substantivo, por palavras unidas por **preposição**, por **palavras repetidas**, entre outros).

Nesses casos, algumas **regras** devem ser **observadas**.

REGRAS DOS SUBSTANTIVOS COMPOSTOS COM HÍFEN

1 SUBSTANTIVO + SUBSTANTIVO QUE ESPECIFICA O PRIMEIRO

Apenas o **primeiro elemento** passa para o plural ou os **dois elementos** passam para o plural. Exemplos:

- caneta-tinteiro (canetas-tinteiro ou canetas-tinteiros)
- salário-família (salários-família ou salários-famílias)
- banana-prata (bananas-prata ou bananas-pratas)

2 PALAVRAS UNIDAS POR PREPOSIÇÃO

Apenas o **primeiro elemento** passa para o plural. Exemplos:

- estrela-do-mar (estrelas-do-mar)
- mula-sem-cabeça (mulas-sem-cabeça)
- peroba-do-campo (perobas-do-campo)

3 VERBO OU ADVÉRBIO + SUBSTANTIVO OU ADJETIVO

Apenas o **segundo elemento** passa para o plural. Exemplos:

- abaixo-assinado (abaixo-assinados)
- beija-flor (beija-flores)
- sempre-viva (sempre-vivas)

4 PALAVRAS REPETIDAS OU ONOMATOPEIAS

Apenas o **segundo elemento** passa para o plural. Exemplos:

- pingue-pongue (pingue-pongues)
- teco-teco (teco-tecos)
- tique-taque (tique-taques)

5 PALAVRA VARIÁVEL + PALAVRA VARIÁVEL

Os **dois elementos** passam para o plural. Lembrando que são **palavras variáveis substantivos, verbos, adjetivos, pronomes, artigos e numerais**. Exemplos:

- cota-parte (cotas-partes)
- mão-boba (mãos-bobas)
- segunda-feira (segundas-feiras)





DICA

COLOCAÇÃO PRONOMINAL IV



MESÓCLISE

A **mesóclise** acontece quando o **pronome oblíquo** aparece **no meio do verbo**, **entrecortando a palavra**. O **pronome liga-se ao verbo por meio do hífen**. A mesóclise pode ocorrer se **duas condições acontecerem**:

- ✓ **Não** houver **justificativa para uso de próclise** (ou seja, não há nenhuma palavra atrativa antes do verbo); e
- ✓ O **verbo estiver conjugado no tempo futuro do modo indicativo** (seja futuro do presente, seja futuro do pretérito).

Observe:

Informar-lhe-ei assim que possível.

Nesse caso, a forma verbal "**informarei**" está cortada ao meio pelo pronome "**lhe**", sendo um **exemplo de mesóclise**. Isso ocorreu pois **não há nenhuma palavra atrativa antes do verbo e porque a conjugação está no tempo futuro do presente do modo indicativo**.

→ EXEMPLOS DE MESÓCLISE

- **Consultar-lhe-ei** sobre esse assunto amanhã.
- **Dir-lhe-iam** as novidades se fosse possível.
- **Revelar-nos-ia** os segredos se pudesse.

A mesóclise praticamente **não existe** na linguagem oral e na linguagem escrita informal.

PORTANTO, SE HOUVER FATORES QUE EXIGEM TANTO A PRÓCLISE QUANTO A MESÓCLISE NA MESMA FRASE, A PRÓCLISE PREVALECERÁ.

→ Mesóclise em locuções verbais

O pronome tende a aparecer entrecortando o primeiro verbo (verbo auxiliar).

Verbo auxiliar + **pronome oblíquo** + verbo auxiliar + verbo principal

Ter-nos-iam informado sobre o resultado muito tempo antes, mas não foi possível.



DICA

TRANSITIVIDADE VERBAL

A transitividade verbal indica a **relação que o verbo estabelece com seus complementos**. Quando o verbo não possui sentido completo sozinho, ele precisa de um termo que complete sua ideia, chamado **complemento verbal**.

Exemplos:

- *Entregaram a encomenda.*
- *Vendo quadros.*
- *Segure isto, por favor!*

De acordo com o tipo de complemento, os verbos são classificados da seguinte forma:

VERBO TRANSITIVO DIRETO (VTD)



Verbo que **não tem sentido completo** e **precisa de um complemento**, geralmente introduzido **sem preposição**, que **conclua o quê ou quem**. Esse complemento é chamado de **objeto direto**.

Exemplos:

- A mesa 3 **pediu** a carne bem passada. (*Pediu o quê? A carne.*)
- **Terminei** a análise. (*Terminei o quê? A análise.*)
- Agora sim, **entendo** meus pais. (*Entende quem? Meus pais.*)

VERBO TRANSITIVO INDIRETO (VTI)



Verbo que **não tem sentido completo** e precisa de um complemento que conclua **de quê, em quê, para quem**. Acompanhado de **preposição obrigatória**, o complemento desse tipo de verbo é chamado de **objeto indireto**.

Exemplos:

- **Duvido** da sua honestidade. (*Duvido de quê? Da sua honestidade.*)
- Não **acredito** no que ele diz. (*Não acredito em quê? No que ele diz.*)
- **Esperei**-lhe pacientemente. (*Esperei por quem? Por ele/ela.*)

VERBO TRANSITIVO DIRETO E INDIRETO (VTDI)



Também chamado de **bitransitivo**, é o verbo que **não tem sentido completo** e que precisa de **objeto direto e indireto**.



Assim, o verbo **transitivo direto e indireto** precisa de **dois complementos**, um dos quais **sem preposição obrigatória** (objeto direto) e outro que **exige preposição (objeto indireto)**.

- O objeto direto e indireto completa o verbo com a informação sobre **o quê a quem**.

Exemplos:

- **Enviei** os postais aos clientes. (*Enviei o quê a quem? Os postais aos clientes.*)
- **Agradeceu** a oportunidade ao chefe. (*Agradeceu o quê a quem? A oportunidade ao chefe.*)
- **Expus** minhas dificuldades ao professor. (*Expus o quê a quem? Minhas dificuldades ao professor.*)

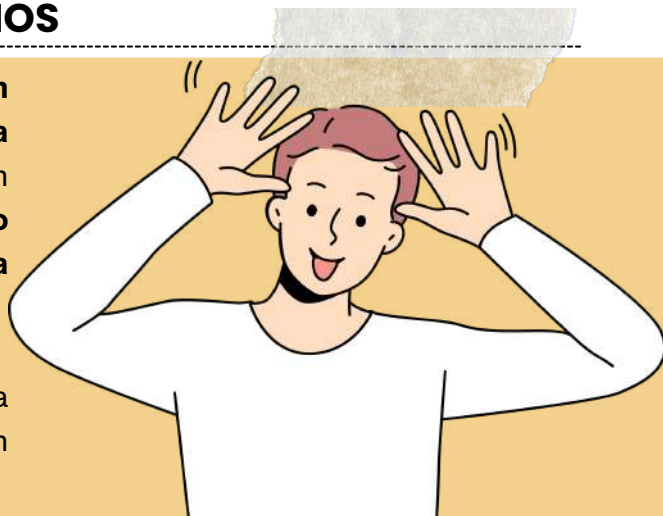


DICA

HIPÔNIMOS

Hipônimos são **palavras que têm um relacionamento de inclusão ou hierarquia com outras palavras**. Isso significa que um hipônimo é **uma palavra cujo significado está contido no significado de outra palavra mais geral**, chamada de hiperônimo.

Em outras palavras, um hipônimo é uma subcategoria ou subconjunto de um hiperônimo.



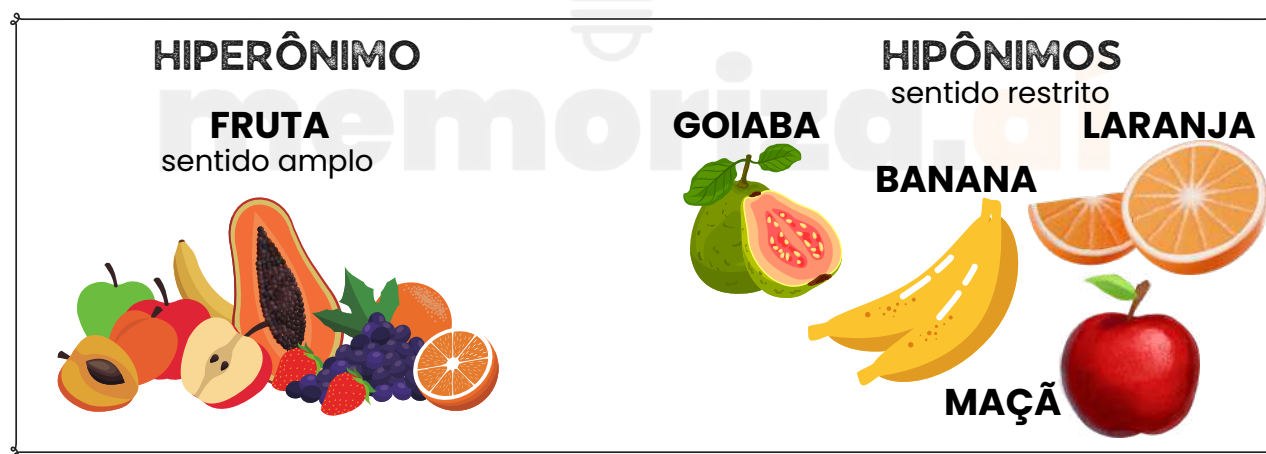
alguns exemplos:



Hiperônimo: Animal - Hipônimos: Cachorro, Gato, Cavalo, Pássaro;



Neste exemplo, "**animal**" é o **hiperônimo** que abrange diversas categorias de animais, e "**cachorro**", "**gato**", "**cavalo**" e "**pássaro**" são **hipônimos** que representam subcategorias específicas de animais.

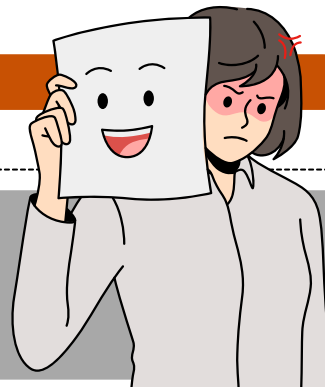


Os hipônimos são uma maneira de organizar e classificar palavras com base em seus relacionamentos semânticos e podem ser úteis para entender como as palavras estão relacionadas e como se encaixam em categorias mais amplas.

DICA

CONCORDÂNCIA VERBAL V

CONCORDÂNCIA COM
SUJEITO INDETERMINADO



Em frases com sujeito indeterminado, o verbo **pode ficar na 3ª pessoa do plural**, quando **não se identifica quem pratica a ação**.

Exemplo: "Pediram-me que a procurasse."

- Não se sabe quem pediu, por isso o sujeito é indeterminado e o verbo fica no plural.



Quando a **indeterminação do sujeito** é indicada pelo **pronome se**, o verbo fica na **3ª pessoa do singular**.

Exemplo: "Ainda se vivia num mundo de incertezas."

- Nesse caso, o pronome se indetermina o sujeito, e o verbo permanece no singular.



Essa é uma regra importante da concordância verbal em português, e **é aplicada sempre que o sujeito da frase não é definido ou não é importante mencioná-lo** na comunicação.

QUIZ

Qual das alternativas apresentadas justifica a concordância do verbo em destaque no trecho abaixo?

"Muito se discute sobre a relação da nossa galera com o trabalho, o comportamento nas redes sociais e a visão de futuro."

Disponível em: <https://capricho.abril.com.br/identidade/alguem-ja-te-perguntou-como-e-ser-jovem-em-um-mundo-em-colapso/>. Acesso em: 20 nov. 2024.

- A) Sujeito inexistente (verbo impessoal).
- B) Sujeito indeterminado.
- C) Sujeito simples de núcleo singular.
- D) Sujeito oculto.

No trecho "Muito se discute sobre a relação...", o verbo em destaque é "**discute**". A estrutura "se discute sobre..." indica **sujeito indeterminado**, porque não se informa quem discute. O pronome "**se**" funciona como **índice de indeterminação do sujeito**, e, nesse caso, o **verbo fica na 3ª pessoa do singular**.

- Não é sujeito inexistente, porque **não se trata de verbo impessoal**.
- Também não é sujeito simples, pois "**sobre a relação...**" vem com **preposição** e **não pode ser sujeito da oração**.
- E não é sujeito oculto, porque **não há um sujeito identificável pelo contexto**.

DICA

GRAMÁTICA I

SUBSTANTIVOS

Os substantivos são **palavras que nomeiam**:



PESSOAS;



LUGARES;



COISAS;



IDEIAS;



CONCEITOS.



Por ser a classe mais abrangente, não há um padrão muito específico para o enquadramento, entretanto, as terminações mais comuns dos substantivos são: **-tion, -ment, -ty.**



- **ment** → **transforma verbo em substantivo (o resultado da ação).**

Ex.: to achieve (realizar/conquistar) → achievement (realização, conquista).

👉 **Pense assim:** você faz a ação (achieve) e o que sobra é o resultado dela (achievement).



- **tion** → **mostra o processo ou resultado de uma ação.**

Ex.: to create (criar) → creation (criação).

👉 O verbo é a ação de criar, o substantivo é aquilo que foi criado ou o processo de criação.



- **ty** → **criam substantivos abstratos a partir de adjetivos.**

Ex.: active (ativo) → activity (atividade)

-TION

Information (informação)
Celebration (celebração)
Education (educação)
Communication (comunicação)
Examination (exame)

-MENT

Movement: (movimento)
Payment: (pagamento)
Replacement: (substituição)
Statement: (declaração)
Treatment: (tratamento)

-TY

Reality (realidade)
Quality (qualidade)
Quantity (quantidade)
Responsibility (responsabilidade)
Diversity (diversidade)



Observe que os sufixos **"-tion"** e **"-ment"** são **derivados de verbos**, enquanto o sufixo **"-ty"** é derivado de adjetivos.



DICA
GRAMÁTICA III

PLURAIS IRREGULARES DOS SUBSTANTIVOS



Os plurais irregulares em inglês **não seguem as regras padrão de adição de "s" ou "es"**.

Ao invés disso, **eles têm formas específicas que precisam ser memorizadas**.

Muitos **plurais irregulares** são bastante comuns. Exemplos incluem:



- Woman (mulher) - Women (mulheres)
- Child (criança) - Children (crianças)



- Foot (pé) - Feet (pés)



- Tooth (dente) - Teeth (dentes)



Fique atento aos **plurais que não mudam**, alguns substantivos **são iguais no singular e no plural**, por exemplo:



- "sheep" (ovelha)



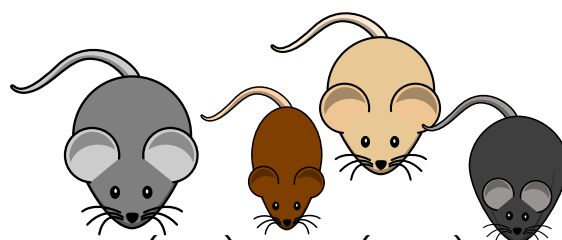
- "deer" (veado)



Por fim, tome nota aos **plurais que mudam a vogal interna**. Alguns **plurais irregulares mudam a vogal interna do singular para o plural**, por exemplo:



- Man (homem) - Men (homens);



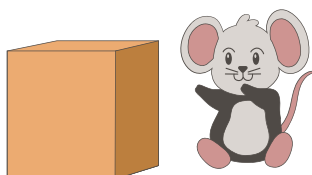
- Mouse (rato) - Mice (ratos).

DICA

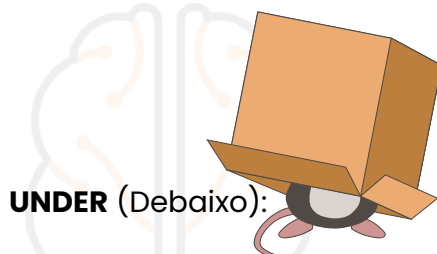
GRAMÁTICA XIII

PREPOSIÇÕES

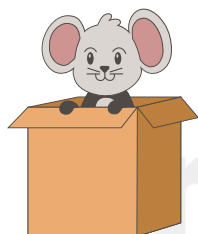
As preposições em inglês (prepositions) são termos que funcionam como **conectivos nas orações**. Elas são muito importantes para **conectar as palavras de uma frase sejam substantivos ou pronomes, estabelecendo uma ligação entre elas**. Sendo assim, as preposições completam o sentido das frases.



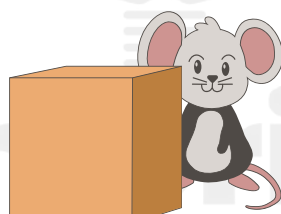
NEAR (Perto):



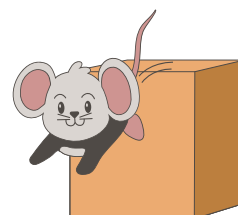
UNDER (Debaixo):



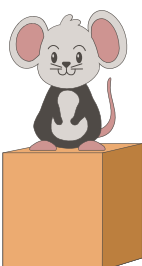
INSIDE (Dentro):



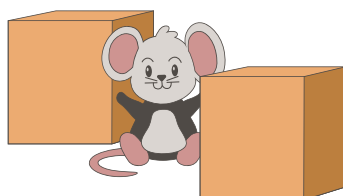
BEHIND (Atrás):



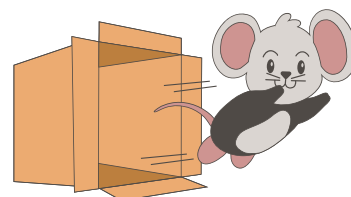
ABOVE (Acima de):



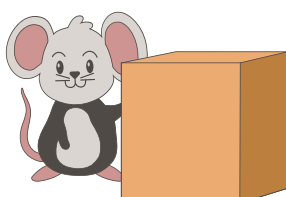
ON (Em cima de; Sobre):



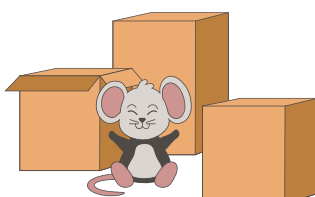
BETWEEN (Entre):



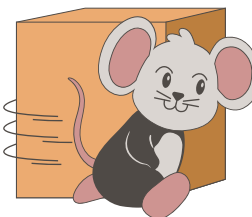
OUT OF (Fora de):



BESIDE (Ao lado):



IN FRONT (Na frente; À frente):



AROUND (Ao redor de):

DICA

MATEMÁTICA BÁSICA

A porcentagem é uma maneira comum de expressar uma proporção ou fração em relação a 100.

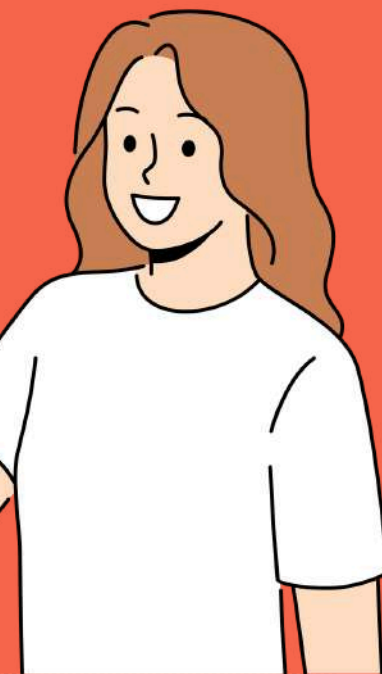
O símbolo de porcentagem (%) é usado para representar uma quantidade como uma fração de 100. Por exemplo, 25% significa "25 em cada 100."



LEMBRE-SE!

50 % é a metade de qualquer valor!

PORCENTAGEM



TAXA PERCENTUAL

$$\frac{1}{100} = 0,01 = 1\%$$

$$\frac{23}{100} = 0,23 = 23\%$$

$$\frac{25}{100} = 0,25 = 25\%$$

COMO FAZEMOS ESSE CÁLCULO?

$$32\% \text{ DE } 200 = \frac{32}{100} \cdot 200 \longrightarrow 6400 / 100 = 64$$

PORCENTAGEM DE AUMENTO E DESCONTO

Aumento 20% de R\$ 500,00

$$\begin{aligned} 500 &= 100\% \\ 100\% + 20\% &= 120\% = 1,2 \\ 1,2 \times 500 &= \text{R\$ } 600,00 \end{aligned}$$



Desconto 20% de R\$ 500,00

$$\begin{aligned} 500 &= 100\% \\ 100\% - 20\% &= 80\% = 0,8 \\ 0,8 \times 500 &= \text{R\$ } 400,00 \end{aligned}$$

DICA

MATEMÁTICA FINANCEIRA

JUROS SIMPLES

No cálculo de juros simples, a **porcentagem do juro é calculada sempre sobre o valor principal emprestado (ou investido) durante um determinado período de tempo.**



Os juros simples são chamados "simples" **porque a porcentagem de juros é aplicada apenas ao valor principal**, e essa porcentagem permanece constante ao longo do tempo.

A FÓRMULA PARA CALCULAR JUROS SIMPLES É:

$$J = C \cdot i \cdot t$$

Diagram illustrating the formula components:

- J**: JUROS A SEREM PAGOS (Juros to be paid)
- C**: CAPITAL INICIAL (Initial Capital)
- i**: TAXA DE JUROS (Interest Rate)
- t**: TEMPO (Time)

Onde:

- **J** é o montante dos juros.
- **C** é o valor principal (ou o valor inicial emprestado ou investido).
- **i** é a taxa de juros por período, geralmente expressa como uma fração ou decimal.
- **t** é o tempo em que o dinheiro é emprestado ou investido, geralmente em anos.

EXEMPLO DE JUROS SIMPLES:

Suponha que você empreste R\$ 1.000 a uma taxa de juros simples de 5% ao ano durante 3 anos. O cálculo dos juros simples pode ser feito da seguinte forma:

$$J = C \times i \times t$$

Onde:

- **C** é o valor principal (R\$ 1.000).
- **i** é a taxa de juros por período (5% ou 0,05).
- **t** é o tempo em anos (3 anos).

Substituindo os valores na fórmula:

$$J = 1.000 \cdot 0,05 \cdot 3$$

$$J = 150$$

Portanto, os juros simples neste caso seriam de **R\$ 150.**

Para encontrar o **montante total ao final dos 3 anos**, somamos os juros ao principal:

$$M = C + J$$

$$M = 1.000 + 150$$

$$M = 1.150$$

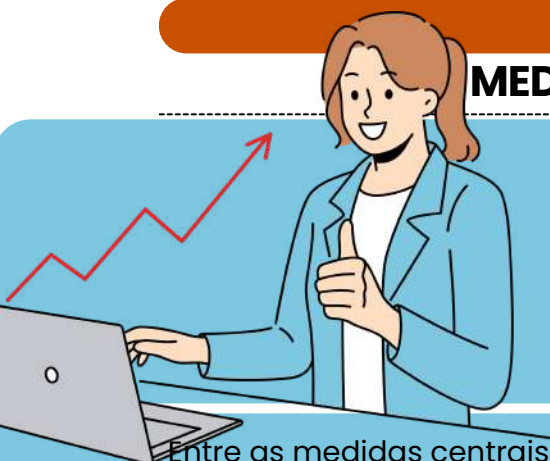
Então, o montante total ao final de 3 anos será de **R\$ 1.150.**

DICA

MEDIDAS DE TENDÊNCIA CENTRAL

MÉDIA PONDERADA

o que é isso?



Entre as medidas centrais, a mais utilizada é a média. Existem vários tipos de média, mas as mais comuns são a **média aritmética simples** e a **média aritmética ponderada**.

Na média aritmética ponderada, são atribuídos **pesos** para cada um dos valores. Quanto **maior for o peso**, maior será a **influência daquele determinado dado** no valor da média aritmética ponderada.

Para calcular a média aritmética ponderada, utilizamos a fórmula:

$$\bar{x} = \frac{p_1 \cdot x_1 + p_2 \cdot x_2 + p_3 \cdot x_3 + \dots + p_n \cdot x_n}{p_1 + p_2 + p_3 + \dots + p_n}$$

Para calcular a média ponderada, calculamos o **produto de cada valor por seu respectivo peso** e, depois, calculamos a soma entre esses produtos e dividimos pela soma dos pesos.

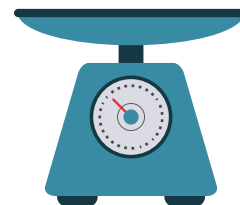
- ✓ $p_1, p_2, p_3, \dots, p_n \longrightarrow$ Pesos
- ✓ $x_1, x_2, x_3, \dots, x_n \longrightarrow$ Valores do conjunto

EXEMPLO NA PRÁTICA:

Durante uma seleção de professores, a prova era dividida em algumas etapas, e cada uma delas tinha um peso. O candidato vencedor seria o que alcançasse maior nota. Vamos encontrar, então, o candidato que possui maior média.



Prova de língua estrangeira $\rightarrow$ **peso 1**
 Prova prática $\rightarrow$ **peso 2**
 Prova específica da área $\rightarrow$ **peso 3**
 Análise de currículo $\rightarrow$ **peso 4**



✓ OS CANDIDATOS ARMANDO E BELCHIOR TIVERAM AS SEGUINTE NOTAS:

CRITÉRIOS	AMANDO	BELCHIOR
LÍNGUA ESTRANGEIRA	10	6
PROVA PRÁTICA	9	7
PROVA ESPECÍFICA	8	8
ANÁLISE DE CURRÍCULO	7	10

Então, calcularemos as médias:

$$\bar{x}_A = \frac{1 \cdot 10 + 2 \cdot 9 + 3 \cdot 8 + 4 \cdot 7}{1 + 2 + 3 + 4}$$

$$\bar{x}_A = \frac{10 + 18 + 24 + 28}{10}$$

$$\bar{x}_A = \frac{80}{10}$$

$$\bar{x}_A = 8,0$$

$$\bar{x}_B = \frac{1 \cdot 6 + 2 \cdot 7 + 3 \cdot 8 + 4 \cdot 10}{1 + 2 + 3 + 4}$$

$$\bar{x}_B = \frac{6 + 14 + 24 + 40}{10}$$

$$\bar{x}_B = \frac{84}{10}$$

$$\bar{x}_B = 8,4$$

O CANDIDATO QUE POSSUI **MAIOR MÉDIA** É O BELCHIOR, LOGO ELE SERÁ CONTRATADO.



DICA

MÍNIMO MÚLTIPLO COMUM (MMC) E O MÁXIMO DIVISOR COMUM (MDC)

MÍNIMO MÚLTIPLO COMUM (MMC)



O Mínimo Múltiplo Comum (MMC) e o Máximo Divisor Comum (MDC) podem ser calculados simultaneamente através da decomposição em fatores primos.



O MMC É OBTIDO PELA MULTIPLICAÇÃO DE TODOS OS FATORES PRIMOS ENCONTRADOS.



1º PASSO: FATORAÇÃO DOS NÚMEROS

A fatoração consiste em representar um número como o produto de números primos, chamados fatores primos.

Exemplo:

$$4 = 2 \times 2 \text{ (forma fatorada)}$$

PASSO A PASSO DA FATORAÇÃO

- 1 Inicie **dividindo o número pelo menor número primo possível (2, 3, 5, 7...)**.
- 2 Pegue o **quociente obtido e divida novamente pelo menor primo possível**.
- 3 **Repita** o processo até o **resultado ser 1**.



2º PASSO – CÁLCULO DO MMC

A decomposição simultânea de dois números permite encontrar a **forma fatorada do mínimo múltiplo comum (MMC)** entre eles.

MMC (Mínimo Múltiplo Comum): usado para encontrar o **menor número que é múltiplo comum de dois ou mais números**.

Exemplo no dia a dia: Dois ônibus saíram da rodoviária juntos. Um faz o trajeto a cada 6 horas e o outro a cada 9 horas. Quando eles sairão juntos novamente?

MÍNIMO MÚLTIPLO COMUM (MMC)

IDEIA DE ENCONTRO FUTURO

$$\begin{array}{r|l} 6, 4 & 2 \\ 3, 2 & 2 \\ 1, 3 & 3 \\ 1, 1 & \hline & 18 \end{array}$$

$$\text{m.m.c.}(6, 9) = 18$$



DICA

CONECTIVOS LÓGICOS II

CONECTIVO "OU"
(DISJUNÇÃO INCLUSIVA)

A disjunção é uma operação lógica em que **a proposição composta é verdadeira se pelo menos uma das proposições simples que a compõem for verdadeira**. Ela só será falsa se ambas as proposições simples forem falsas.



Portanto, na disjunção, **o valor lógico predominante é o verdadeiro**, pois **ela será verdadeira em todos os casos**, exceto quando ambas as proposições simples forem falsas.

EXEMPLO:

No caso da sentença "Estudar é necessário ou ser nomeado é uma glória", **essa proposição composta só será falsa se ambas as proposições simples que a compõem forem falsas**:

- "Estudar é necessário" (Falsa)
- "Ser nomeado é uma glória" (Falsa)

Nesse cenário, ambas as condições são falsas, e, portanto, a sentença composta "Estudar é necessário ou ser nomeado é uma glória" será falsa.

Em todos os outros casos, ou seja, quando pelo menos uma das proposições simples for verdadeira, a sentença composta será verdadeira. Portanto, **a sentença composta reflete a ideia de que apenas uma das condições precisa ser verdadeira para que a sentença seja verdadeira**.



TABELA VERDADE DA DISJUNÇÃO "OU"

SERÁ **VERDADEIRA** QUANDO **PELO MENOS UMA DAS PROPOSIÇÕES FOR VERDADEIRA**

p	q	$p \vee q$
V	V	V
V	F	V
F	V	V
F	F	F



DICA

IMPLICAÇÃO LÓGICA III

IMPLICAÇÃO LÓGICA COMPOSTA

COMO RESOLVER QUESTÕES DE IMPLICAÇÃO LÓGICA COMPOSTA?

A implicação lógica composta **refere-se a uma situação em que várias premissas estão relacionadas por meio de conectivos lógicos, e essas premissas juntas implicam uma conclusão**. Para determinar **se a conclusão é válida, você deve analisar as premissas compostas e aplicar as regras da lógica para verificar se a conclusão segue logicamente das premissas dadas**.

✓ **1. Identifique as Premissas:** Veja todas as proposições dadas na questão.

Normalmente aparecem com letras:

- p: "João estuda"
- q: "João passa na prova"
- r: "João trabalha"

Às vezes a premissa já vem composta, por exemplo:

- $p \rightarrow q$
- $(p \wedge r) \rightarrow q$
- $\neg p \vee q$

👁 Sempre leia devagar e simbolize.

✓ **2. Analise as Conexões Entre as Premissas:** Veja quais conectivos as ligam:

- $\wedge$ (E – conjunção)
- $\vee$ (OU – disjunção)
- $\neg$ (negação)
- $\rightarrow$ (implicação)
- $\leftrightarrow$ (bicondicional)

⚠ A implicação é a queridinha das bancas!

✓ **3. Aplique Tabela-Verdade (quando necessário):** Você não precisa montar a tabela inteira, só entender:

🎯 **Regras que resolvem 80% das questões:**

- **Conjunção** ($p \wedge q$) só é verdadeira quando ambas são verdadeiras.
- **Disjunção** ($p \vee q$) só é falsa quando ambas são falsas.
- **Implicação** ($p \rightarrow q$) só é falsa quando $V \rightarrow F$.
- **Negação** ($\neg p$) inverte.
- **Bicondicional** ($p \leftrightarrow q$) é verdadeira quando ambos têm o mesmo valor.

✓ **4. Teste a Conclusão**

- **A banca pergunta:** A conclusão segue das premissas? A argumentação é válida?
- Para isso, verifique:

👉 Existe alguma situação em que as **P premissas** são **verdadeiras** e a **conclusão é falsa**?

- **Se sim** → **argumento inválido**
- **Se não** → **argumento válido**

DICA

DIAGRAMAS LÓGICOS III



DIAGRAMA DE VENN-EULER II

na prática

EXEMPLO NA PRÁTICA

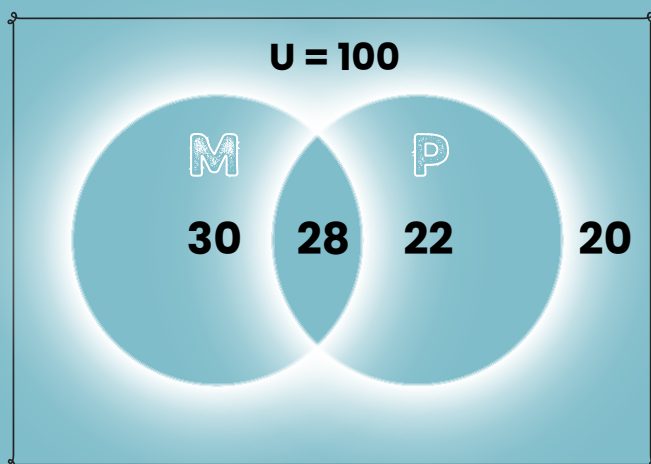
Suponha que foi feita uma pesquisa com 100 pessoas. Dessas pessoas:

- **22** gostam apenas de Português;
- **30** gostam apenas de Matemática;
- **28** gostam tanto de Matemática como Português;
- **20** pessoas não gostam de nenhuma das duas matérias.

Para representar essa situação usando um diagrama de Venn-Euler, primeiro, vamos identificar os conjuntos envolvidos:

- **M**: Conjunto das pessoas que gostam de Matemática.
- **P**: Conjunto das pessoas que gostam de Português.

Agora, podemos usar as informações fornecidas para preencher o diagrama de Venn-Euler:



- **"50 pessoas gostam de Português"**: Isso significa que temos 50 pessoas no conjunto P (Português);
- **"58 pessoas gostam de Matemática"**: Isso significa que temos 58 pessoas no conjunto M (Matemática).

ADMINISTRAÇÃO E CONTROLE

memoriza.



DICA

MATEMÁTICA FINANCEIRA

SISTEMAS DE AMORTIZAÇÃO

A amortização é o método de pagar uma dívida por meio de pagamentos regulares, planejados para que cada parcela cubra a devolução do capital ou o pagamento dos juros sobre o saldo devedor.

OS JUROS SÃO SEMPRE CALCULADOS COM BASE NO SALDO DEVEDOR!

Os diferentes **métodos de amortização** incluem:

- **Pagamento Único:** Um único pagamento no final.
- **Pagamentos Variáveis:** Diversos pagamentos de valores distintos.
- **Sistema Americano:** Pagamento no final com cálculo de juros período a período.
- **Amortização Constante (SAC):** Pagamentos de amortização constantes e iguais em cada período.
- **Sistema Price ou Francês (PRICE):** Pagamentos iguais ao longo do tempo.
- **Amortização Mista (SAM):** Pagamentos calculados como média aritmética entre SAC e Price.
- **Sistema Alemão:** Juros pagos antecipadamente com prestações iguais, exceto o primeiro pagamento que corresponde aos juros iniciais.

✓ Em todos os sistemas de amortização, cada pagamento consiste na soma do valor amortizado com os juros do saldo devedor, ou seja:

$$\text{PAGAMENTO} = \text{AMORTIZAÇÃO} + \text{JUROS}$$

EM TODOS OS NOSSOS CÁLCULOS A SEGUIR, CONSIDERAREMOS UM **EMPRÉSTIMO HIPOTÉTICO DE \$300.000,00**, QUE SERÁ REEMBOLSADO AO LONGO DE **5 MESES** A UMA **TAXA MENSAL DE 4%**.

EM SEGUIDA, FAZEMOS USO DE TABELAS CONSOLIDADAS CONTENDO OS DADOS DE CADA CENÁRIO E INFORMAÇÕES CRUCIAIS SOBRE O SISTEMA DE AMORTIZAÇÃO.

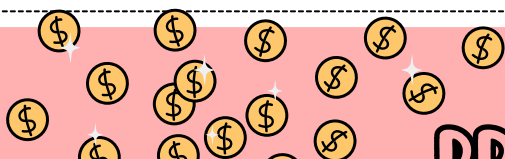
- EM TODAS AS ANÁLISES, SEGUIMOS A MESMA **TABELA BÁSICA** APRESENTADA A SEGUIR, COM OS ELEMENTOS ESPECIFICADOS.

LEMBRANDO QUE A **AMORTIZAÇÃO** SEMPRE **INCIDE** SOBRE O **SALDO DEVEDOR ATUAL**.

N	JUROS	AMORTIZAÇÃO	PAGAMENTO	SALDO DEVEDOR
0				300.000,00
1				
2				
3				
4				
5			300.000,00	0,00
SOMAS				

DICA

PROCESSO DE PLANEJAMENTO ORÇAMENTÁRIO III



PROCESSO LEGISLATIVO ORÇAMENTÁRIO

Os projetos de lei relativos ao PPA, LDO e LOA, bem como os créditos adicionais, serão avaliados por ambas as casas do Congresso. Há uma comissão mista permanente composta por deputados e senadores encarregados de:



Analisar e emitir parecer sobre os projetos de lei acima mencionados, além de revisar as contas apresentadas anualmente pelo Presidente da República.



Examinar e emitir parecer sobre os planos e programas nacionais, regionais e setoriais previstos na Constituição.

ANOMIA ORÇAMENTÁRIA

e que precisamos saber?

A anomia orçamentária **ocorre quando um novo exercício financeiro é iniciado sem a aprovação da Lei Orçamentária**. As situações que podem causar essa anomalia são:

- O Chefe do Executivo **não envia o projeto de lei dentro do prazo estabelecido;**
- O **Projeto é rejeitado pela Casa Legislativa;**
- A **Lei Orçamentária não é votada pelo Congresso Nacional.**

Jurisprudência

- **Informativo 1034:** Normas estaduais que impõem a lei orçamentária antes das Emendas Constitucionais 86/2015 e 100/2019 são consideradas inconstitucionais.
- **Informativo 1015:** É inconstitucional que as normas estaduais estabeleçam um limite diferente do imposto pelo artigo 166 da Constituição Federal para a aprovação de emendas parlamentares impositivas.



DICA

PROCESSO DE PLANEJAMENTO ORÇAMENTÁRIO VIII



CRÉDITO
ORÇAMENTÁRIO INICIAL

A vigência dos créditos adicionais **não pode ultrapassar o exercício financeiro**, exceto nos casos dos créditos especiais e extraordinários, quando houver determinação legal expressa.

DÍVIDA ATIVA

Dívida Ativa é o **montante que a Fazenda Pública possui a receber de terceiros**. Esse tipo de débito pode ter duas origens distintas:

- **Tributária:** quando decorre da **falta de pagamento de tributos**, incluindo correção monetária, juros e multas.
- **Não Tributária:** quando tem **outras origens**.

FUNDOS ESPECIAIS

e que precisamos saber?



Os Fundos Especiais são compostos por **receitas específicas que, por lei, estão vinculadas à realização de determinados serviços ou objetivos**, permitindo a adoção de normas peculiares de aplicação.



Um exemplo é o **Fundo Nacional de Desenvolvimento de Ensino Fundamental e Valorização do Magistério (FUNDEF)**.

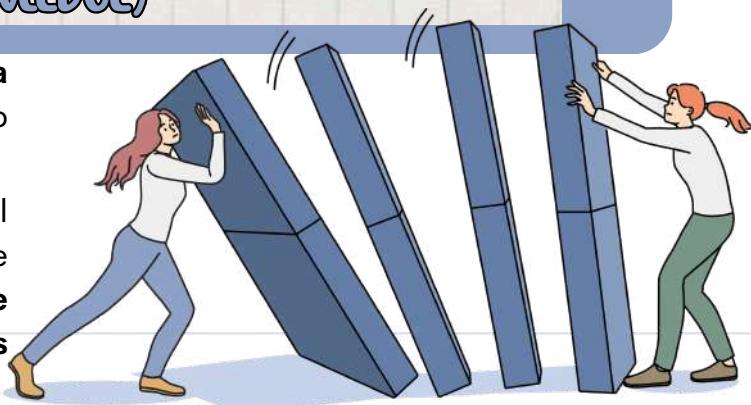
DICA

GESTÃO DE PROJETOS II

GUÍA PMBOK (PROJECT MANAGEMENT BODY OF KNOWLEDGE)

É um **conjunto de práticas padrão para a gestão de projetos** desenvolvido pelo Project Management Institute (PMI).

O guia é uma referência fundamental para profissionais de gerenciamento de projetos e fornece um **conjunto de processos, terminologias e melhores práticas** amplamente aceitas na área.



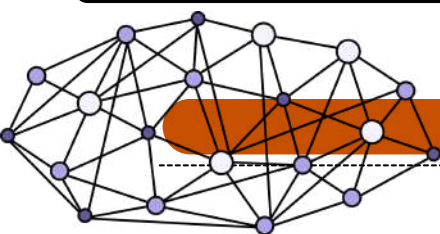
ESTRUTURAÇÃO

A **estrutura do Guia PMBOK** é composta pelos seguintes elementos principais:

- Uma visão geral do PMBOK e uma introdução ao gerenciamento de projetos.
- Contextualização sobre os fatores ambientais que influenciam o gerenciamento de projetos.
- Aborda os diferentes ciclos de vida do projeto e as estruturas organizacionais que influenciam o gerenciamento de projetos.
- Descreve os processos-chave em gerenciamento de projetos, agrupados em cinco grupos de processos: Iniciação, Planejamento, Execução, Monitoramento e Controle, e Encerramento.
- Identifica as dez áreas de conhecimento fundamentais para o gerenciamento de projetos, como Escopo, Tempo, Custos, Qualidade, Recursos Humanos, Comunicação, Riscos, Aquisições e Partes Interessadas.
- Incluem informações adicionais sobre ferramentas e técnicas específicas de gerenciamento de projetos.

O Guia PMBOK é uma referência valiosa para profissionais de gerenciamento de projetos que buscam a certificação PMP (Project Management Professional) oferecida pelo PMI. Além disso, muitas organizações em todo o mundo usam o **PMBOK como base para desenvolver e melhorar seus processos de gerenciamento de projetos.**





DICA

GESTÃO DE RISCOS



MENTAUDADE DE RISCO - COMO MAPEAR RISCOS

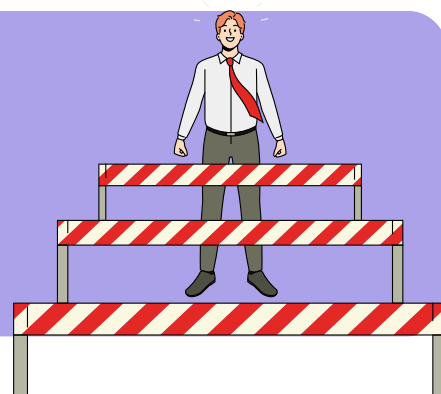


O mapeamento de riscos envolve a **identificação** de **potenciais problemas** que podem ocorrer em cada processo e implementar ações para mitigar esses riscos.

COMO FAZER ISSO?

Identifique as Etapas Críticas do Processo: Analise cada fase do processo e pense em possíveis **falhas** ou **problemas** que poderiam ocorrer em cada etapa.

EXEMPLO: NA PRODUÇÃO DE UM PRODUTO, RISCOS PODEM INCLUIR ATRASOS NO FORNECIMENTO DE MATÉRIA-PRIMA OU FALHAS DE EQUIPAMENTO.



Avalie o Impacto e a Probabilidade: Classifique os riscos de acordo com sua **gravidade** e a **probabilidade** de ocorrerem.

EXEMPLO: UMA FALHA EM UM EQUIPAMENTO CRÍTICO PODE TER UM IMPACTO ALTO, MAS SUA PROBABILIDADE PODE SER BAIXA SE A MANUTENÇÃO FOR REALIZADA REGULARMENTE.



Desenvolva Ações Preventivas: Com base na avaliação, implemente **ações preventivas** para mitigar os riscos mais prováveis e impactantes.

EXEMPLO: UM PLANO DE MANUTENÇÃO PREVENTIVA PARA EVITAR FALHAS DE MÁQUINAS.



Monitore e Reavalie: Periodicamente, revise o **mapa de riscos** e ajuste conforme necessário. Novos riscos podem surgir, e o impacto de riscos antigos pode mudar.

EXEMPLO: APÓS UM NOVO FORNECEDOR SER CONTRATADO, REAVALIE O RISCO DE ATRASOS DE ENTREGA.



DICA

ACCOUNTABILITY E COMPLIANCE

ACCOUNTABILITY

A "accountability" refere-se à capacidade de transparência e prestação de contas. Na gestão pública, é uma ferramenta essencial para manter os ideais democráticos de um país. Ela permite o controle tanto dos processos quanto dos resultados a serem alcançados.

Para entender melhor, a "accountability" pode ser analisada em três dimensões:

INFORMAÇÃO (TRANSPARÊNCIA)

Obrigação dos administradores de prestar contas de sua atuação aos administrados.



JUSTIFICAÇÃO (RESPONSIVIDADE)

Responder pedidos de informações, com responsabilização pelos próprios atos.

PUNIÇÃO (SANÇÃO E COERÇÃO)

Capacidade de exigência de aplicação de sanções e incentivos.



TIPOS DE ACCOUNTABILITY

Existem três tipos de accountability que ajudam a manter o governo responsável:

- **Vertical:** que ocorre entre cidadãos e governos através de eleições e votação;
- **Horizontal:** que ocorre entre os poderes do Estado ou órgãos através de mecanismos de freios e contrapesos;
- **Societal:** que envolve a sociedade controlando e fiscalizando o Estado através de associações de cidadãos, movimentos sociais, Conselhos Temáticos Institucionalizados e a mídia.



DICA

ACCOUNTABILITY E COMPLIANCE

COMPLIANCE

Um programa de compliance eficaz deve seguir alguns princípios fundamentais:

- ♦ **Integridade e Ética:** A organização deve adotar valores éticos como base para sua atuação.
- ♦ **Conformidade com Leis e Regulamentos:** Todas as atividades devem estar de acordo com as normas vigentes.
- ♦ **Prevenção de Riscos e Fraudes:** Implementação de mecanismos que reduzam riscos de corrupção e irregularidades.
- ♦ **Treinamento e Conscientização:** Equipes devem ser capacitadas para entender e aplicar as regras de compliance.
- ♦ **Monitoramento Contínuo:** Auditorias e avaliações constantes para verificar o cumprimento das normas.

Para que o compliance seja **efetivo**, a organização deve **implementar** um **programa estruturado**, que pode seguir os seguintes passos:

📌 **Comprometimento da Alta Administração**

O sucesso do compliance depende do apoio da **liderança**. A alta administração deve incentivar uma cultura organizacional baseada em conformidade e ética.

📌 **Mapeamento de Riscos**

Identificar **áreas mais vulneráveis** e os principais **riscos jurídicos, operacionais e reputacionais**. Exemplos:

- ✓ Corrupção e suborno
- ✓ Lavagem de dinheiro
- ✓ Conflito de interesses
- ✓ Assédio moral e sexual
- ✓ Fraudes financeiras

📌 **Criação de um Código de Conduta e Políticas Internas**

Um Código de Ética e Conduta deve ser desenvolvido, estabelecendo regras claras para os colaboradores, fornecedores e parceiros.

📌 **Treinamento e Comunicação**

A organização deve promover capacitações regulares para que os colaboradores compreendam suas responsabilidades e saibam como agir em situações de risco.

📌 **Canais de Denúncia e Proteção ao Denunciante**

Criar um canal seguro e anônimo para que funcionários e cidadãos possam denunciar irregularidades. Esse canal deve garantir sigilo e proteção contra retaliação.



DICA

TÉCNICAS DE ATENDIMENTO AO PÚBLICO

ATENDIMENTO QUALIFICADO POR CANAIS REMOTOS



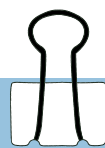
→ O atendimento qualificado por canais remotos refere-se à **capacidade de uma organização de oferecer suporte e assistência aos clientes** por meio de meios de **comunicação não presenciais**, como telefone, e-mail, chat online, videoconferência e mídias sociais.

→ Com o avanço da tecnologia e a crescente digitalização, os canais remotos tornaram-se uma **parte essencial da estratégia de atendimento ao cliente** de muitas empresas.

Existem várias **razões** pelas quais as organizações **adotam o atendimento qualificado por canais remotos**:



- **Personalização e Contextualização:** Com as ferramentas certas, as interações por canais remotos podem ser **personalizadas** e **contextualizadas** para atender às **necessidades específicas** de cada cliente. Isso pode incluir o acesso ao histórico de compras ou interações anteriores para oferecer um serviço mais personalizado.
- **Rastreamento e Análise de Dados:** As interações por canais remotos podem ser facilmente **rastreadas**, **registradas** e **analisadas**, fornecendo insights valiosos sobre as necessidades e preferências dos clientes. Isso pode ajudar as empresas a melhorar seus processos e aprimorar a experiência do cliente.



OS CANAIS REMOTOS OFERECEM AOS CLIENTES A **CONVENIÊNCIA** DE ACESSAR SUPORTE E **ASSISTÊNCIA** SEM SAIR DE CASA.



OS CANAIS REMOTOS PODEM ESTAR **DISPONÍVEIS** 24 HORAS POR DIA, 7 DIAS POR SEMANA, PERMITINDO QUE OS CLIENTES ENTREM EM CONTATO COM A EMPRESA QUANDO FOR MAIS CONVENIENTE PARA ELES.

CANAIS REMOTOS PROPORCIONAM **EFICIÊNCIA** E **ESCALABILIDADE** PARA ATENDER CLIENTES SEM NECESSIDADE DE RECURSOS FÍSICOS EXTRAS.



DICA

TÉCNICAS DE ATENDIMENTO AO PÚBLICO

CUSTOMER-CENTRIC

Na era da transformação digital, os **consumidores** são **independentes**, buscam conhecimento e são influenciados por **avaliações de outros clientes** ao tomar decisões de compra.

Nesse cenário, é **crucial criar uma experiência de interface simplificada, intuitiva e rápida** para os consumidores.

Para alcançar essas etapas conforme o esperado, é preciso **modificar a cultura**, o **modelo mental**, os **processos** e a **estrutura da empresa**, com base em 6 pilares.



- O primeiro pilar é a **liderança**, que deve ter o cliente como foco principal.
- Em seguida, é essencial **compreender** verdadeiramente o **consumidor** e as questões que influenciam suas decisões de compra.
- No terceiro pilar, a empresa deve criar a **experiência** do **cliente** com base nos fatores previamente estabelecidos.
- No quarto pilar, é crucial **fortalecer** a **equipe** que **interage** com o **cliente**, capacitando-a para atender às expectativas.
- No quinto pilar, a equipe deve estar pronta para concentrar-se nas **métricas relevantes**, que refletem os fatores do segundo pilar.
- Por fim, a importância do **feedback** e da **ação imediata**: medir constantemente, agir prontamente e aprimorar os processos continuamente.

DICA

TÉCNICAS DE ATENDIMENTO AO PÚBLICO

MARKETING DIGITAL



➔ O marketing digital oferece diversas **vantagens** em **relação ao marketing tradicional**, como a capacidade de segmentar o público-alvo com mais precisão, mensurar resultados em tempo real, alcançar um público global e ser mais acessível para empresas de todos os tamanhos.

➔ É uma ferramenta poderosa para alcançar **objetivos de marketing**, seja aumentar a visibilidade da marca, gerar leads, aumentar as vendas ou fortalecer o relacionamento com os clientes.

Esse campo do marketing se diferencia do marketing tradicional por utilizar **plataformas online e ferramentas digitais** para alcançar o público-alvo de forma mais direta, mensurável e personalizada.

Os **cinco pilares do marketing digital** são essenciais para fortalecer a presença online de uma empresa e converter potenciais clientes em consumidores leais. Eles incluem:

PLANEJAR

ATIVAR

ATRAIR

CONVERTER

FIDEUZAR

- **Planejamento:** Compreender a empresa, produtos, modelo de negócio e público-alvo, criando personas detalhadas.
- **Atração:** Atrair a atenção do público-alvo por meio de redes sociais, anúncios online, conteúdo em blogs e SEO.
- **Ativação:** Envolvimento dos potenciais clientes, demonstrando expertise, fornecendo conteúdo útil e mostrando como a marca resolve desafios.
- **Conversão:** Estratégias persuasivas para transformar potenciais clientes em vendas, com um site funcional, ofertas atrativas e remarketing.
- **Fidelização:** Investir em programas de lealdade, atendimento de qualidade, conteúdo exclusivo e feedback para manter clientes existentes.

DICA

TÉCNICAS DE ATENDIMENTO AO PÚBLICO

GERAÇÃO DE LEADS

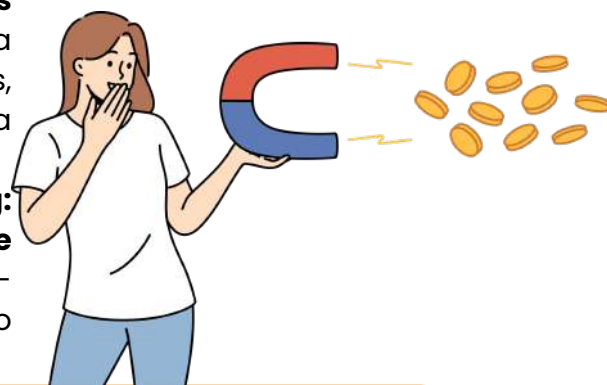
→ "Leads" são **potenciais clientes que demonstraram interesse em produtos ou serviços** de uma empresa ao fornecer suas informações de contato, como nome, e-mail, telefone, entre outros.

→ A geração de leads envolve a **criação de estratégias para atrair e capturar esses leads**, transformando visitantes em prospects qualificados para o seu negócio.

Vejamos algumas **noções fundamentais sobre como gerar leads eficazmente**:

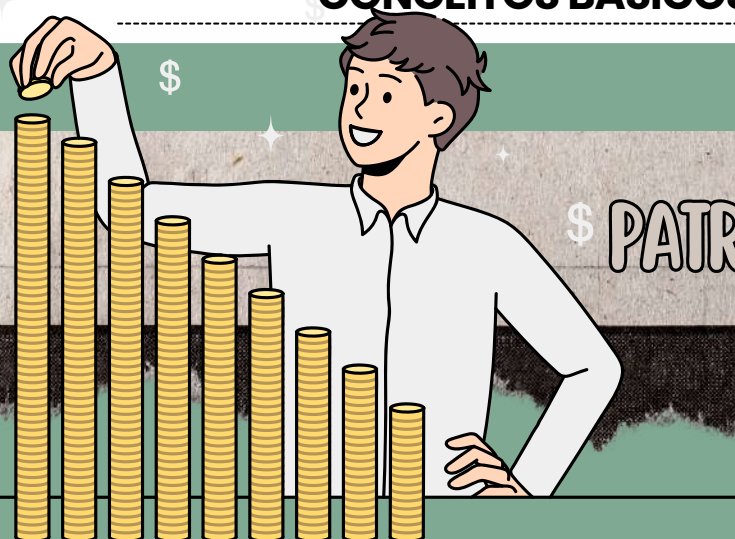
- **Identificação do Público-Alvo:** Entender as **características** demográficas, interesses e comportamentos do público-alvo é crucial para uma estratégia de geração de leads bem-sucedida.
- **Desenvolvimento de Conteúdo Atraente:** Criar **conteúdo relevante e valioso**, como blogs, e-books, webinars, vídeos e infográficos, que resolvam problemas ou forneçam informações úteis para o público-alvo.
- **Landing Pages Otimizadas:** Criar **páginas da web específicas (landing pages) para capturar informações de contato** dos visitantes, garantindo que sejam atrativas, relevantes e contenham formulários de contato claros e fáceis de preencher.

- **Ofertas Irresistíveis:** Oferecer **algo de valor em troca das informações de contato dos visitantes**, como e-books gratuitos, descontos exclusivos ou avaliações gratuitas do produto.
- **Formulários de Contato Estratégicos:** **Simplificar os formulários de contato**, solicitando apenas informações essenciais para aumentar a probabilidade de conversão em leads.
- **Call-to-Actions (CTAs) Eficazes:** **Utilizar CTAs persuasivos em todo o conteúdo digital** para incentivar os visitantes a realizar ações específicas, como baixar um e-book, se inscrever em uma newsletter ou solicitar uma demonstração.
- **Uso de Ferramentas de Automação de Marketing:** **Implementar ferramentas de automação de marketing**, como sistemas CRM e plataformas de e-mail marketing, para automatizar e otimizar o processo de geração e nutrição de leads.



DICA

CONCEITOS BÁSICOS DA CONTABILIDADE IV



\$ PATRIMÔNIO LÍQUIDO

O Patrimônio Líquido é uma medida contábil que representa a situação líquida do patrimônio de uma entidade. Em outras palavras, é o valor restante dos ativos da empresa após a dedução de todos os passivos exigíveis.

- A FÓRMULA PARA O CÁLCULO DO PL É SIMPLES: **BENS + DIREITOS – OBRIGAÇÕES**.

É importante notar que o PL é, estruturalmente, uma **sobra**. Isso significa que, **dos bens e direitos totais da empresa, são deduzidas as dívidas, o que resulta no valor do capital próprio da entidade**.

- É por isso que o Patrimônio Líquido é frequentemente referido como o **CAPITAL PRÓPRIO da empresa**.
- A teoria da entidade determina que o **patrimônio da empresa é composto pelo Capital Próprio mais o Passivo**.

ESQUEMA PARA MELHOR ENTENDIMENTO

BALANÇO PATRIMONIAL

ATIVOS

Bens + Direitos

PASSIVOS

Obrigações

PATRIMÔNIO LÍQUIDO

Capital próprio



O PATRIMÔNIO TOTAL DE UMA EMPRESA É COMPOSTO POR **RECURSOS DE TERCEIROS (PASSIVO) E DOS PROPRIETÁRIOS (PL)**.

ADMINISTRAÇÃO

memoriza.

DICA

MATEMÁTICA FINANCEIRA



DESCONTO SIMPLES COMERCIAL OU POR FORA



O desconto simples comercial considera a **taxa sobre o valor nominal**, o que é simples e direto. Não leva em conta o efeito acumulado de juros.



É CALCULADO USANDO A FÓRMULA:

$$D=N \cdot i \cdot t \quad | \quad A=N \cdot (1-i \cdot t)$$

Onde:

- **Dc** é o valor do desconto comercial.
- **N** é o valor nominal do título.
- **i** é a taxa de desconto por período.
- **t** é o número de períodos (geralmente em anos).
- **A** é o valor atual

EXEMPLO DESCONTO SIMPLES COMERCIAL OU POR FORA

Um título de valor nominal R\$1.000 é descontado comercialmente a uma taxa de 2% ao mês por um período de 3 meses. Qual é o valor do desconto (DC) e o valor atual (A) do título?

Resolução:

- **Valor nominal (N)** = R\$1.000
- **Taxa (i)** = 2% ao mês = 0,02
- **Tempo (t)** = 3 meses

Fórmula do desconto comercial: **$Dc=N \cdot i \cdot t$**

$$Dc= 1000 \cdot 0.02 \cdot 3$$

$$Dc=1000 \cdot 0.06$$

$$Dc=R\$60$$

Fórmula do valor atual: **$A=N \cdot (1-i \cdot t)$**

$$A=1000 \cdot (1-0.06)$$

$$A=1000 \cdot 0.94$$

$$A=R\$940$$

- O valor do desconto é R\$60 e o valor atual do título é R\$940.

DICA

PROCESSO DE PLANEJAMENTO ORÇAMENTÁRIO IV



PLANO PLURIANUAL



O Plano Plurianual (PPA) é uma **peça orçamentária que estabelece as prioridades e metas de longo prazo da Administração**. De modo regionalizado, o PPA pode dispor sobre as **diretrizes, objetivos e metas para despesas de capital e outras despesas de duração continuada** (com duração igual ou superior a dois exercícios).

O não envio do PPA pelo Chefe do Executivo implica em crime de **responsabilidade**, conforme disposto no art. 165, § 9º, da Constituição Federal. Cabe à lei complementar dispor sobre o exercício financeiro, a vigência, os prazos, a elaboração e a organização do PPA, da LDO e da Lei Orçamentária Anual (LOA).

o que precisamos saber?



ATO DAS DISPOSIÇÕES CONSTITUCIONAIS TRANSITÓRIAS (ADCT)

É **aplicado quando não há lei complementar**. De acordo com o artigo 35, §2º, I, do ADCT, o projeto do Plano Plurianual (PPA) **deve ser encaminhado até quatro meses antes do encerramento do primeiro exercício financeiro e devolvido para sanção até o encerramento da sessão legislativa**.

Portanto, **o PPA terá vigência nos três últimos anos do mandato do Presidente e no primeiro ano do mandato do Presidente seguinte**.

O **prazo para o envio é o mesmo da Lei Orçamentária Anual (LOA)**, que é até 31 de agosto, e a aprovação deve ocorrer até o final da sessão legislativa, que é em 22 de dezembro. Consequentemente, conclui-se que **o PPA é válido por quatro anos**.

DICA

PROCESSO DE PLANEJAMENTO ORÇAMENTÁRIO VII



CRÉDITO
ORÇAMENTÁRIO INICIAL

Entendemos por crédito orçamentário inicial ou ordinário o **crédito aprovado pela lei orçamentária anual, que consta dos orçamentos fiscal, da seguridade social e de investimento das empresas estatais.**

o que precisamos saber?

A Lei Orçamentária Anual (LOA) é **composta por créditos orçamentários que contêm dotações financeiras para a execução dos programas governamentais, criados pela combinação de categorias classificatórias e contas.** A dotação representa o valor disponível no crédito orçamentário e define o limite de recursos financeiros autorizados.

TIPOS DE CRÉDITOS ORÇAMENTÁRIOS

Os créditos orçamentários **são autorizações constantes na Lei Orçamentária para a realização de despesas.**

Créditos Adicionais

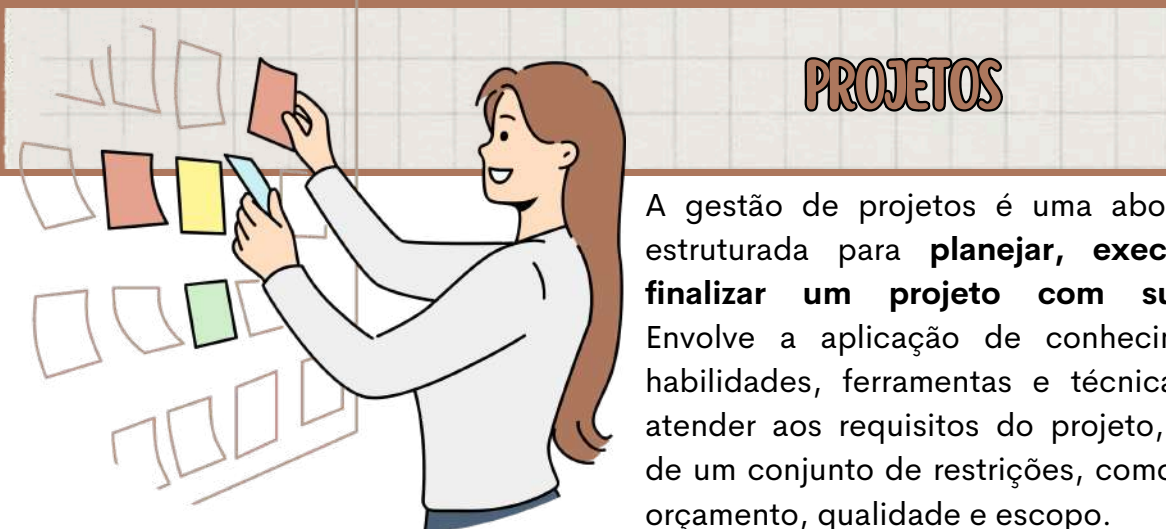
Os créditos adicionais são autorizações de despesas não incluídas ou insuficientemente dotadas na lei de orçamento. Eles podem ser classificados da seguinte forma:

- ✓ **Suplementares:** destinam-se a reforçar a dotação orçamentária.
- ✓ **Especiais:** destinam-se a despesas para as quais não há dotação orçamentária específica.
- ✓ **Extraordinários:** destinam-se a despesas urgentes e imprevisíveis, como em caso de guerra ou calamidade pública.



DICA

GESTÃO DE PROJETOS I

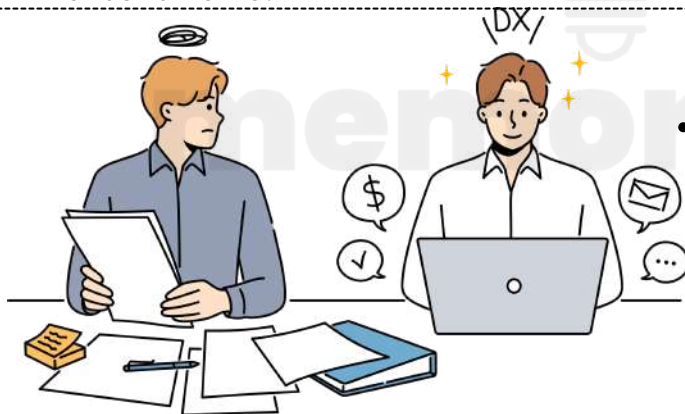


PROJETOS

A gestão de projetos é uma abordagem estruturada para **planejar, executar e finalizar um projeto com sucesso**. Envolve a aplicação de conhecimentos, habilidades, ferramentas e técnicas para atender aos requisitos do projeto, dentro de um conjunto de restrições, como prazo, orçamento, qualidade e escopo.

DEFINIÇÃO PROJETO

- Um projeto é um **esforço temporário com início e fim definidos**, realizado para criar um produto, serviço ou resultado exclusivo.
- Projetos geralmente passam por **fases específicas, desde a concepção até a conclusão**. Essas fases compõem o ciclo de vida do projeto.
- A gestão de projetos envolve uma série de **processos inter-relacionados**, incluindo iniciação, planejamento, execução, monitoramento e controle, e encerramento.



ESTRUTURAS ORGANIZACIONAIS

- As organizações podem adotar diferentes estruturas para a gestão de projetos, como **organizações funcionais, matriciais ou projetizadas**, dependendo da natureza e complexidade dos projetos.

- Diversas ferramentas e técnicas são utilizadas na gestão de projetos, incluindo **diagramas de Gantt, análise de redes (PERT/CPM), avaliação de riscos, entre outras**.
- O uso de software especializado, como o **Microsoft Project, o Jira e o Trello**, pode facilitar o planejamento, monitoramento e controle de projetos.

A gestão de projetos frequentemente envolve **processos de melhoria contínua**, onde lições aprendidas são **documentadas e aplicadas em projetos futuros**.



DICA

GESTÃO DE RISCOS

INDICADORES DE DESEMPENHO

O **controle** e a **medição** do desempenho são fundamentais para garantir que as estratégias planejadas estejam sendo efetivas e para possibilitar ajustes quando necessário.



Ao integrar efetivamente indicadores de desempenho no processo de gestão, uma organização pode não apenas **monitorar seu progresso, mas também impulsionar uma cultura de aprendizado contínuo e melhoria.**

Os **indicadores de desempenho** desempenham um papel vital nesse processo.

- **Alinhamento com Objetivos:**

- Cada indicador deve estar alinhado com os objetivos estratégicos da organização. Dessa forma, as métricas refletem diretamente o progresso em direção às metas estabelecidas.

- **Relevância:**

- Escolha indicadores que sejam realmente relevantes para o sucesso da organização. Evite métricas excessivas ou que não estejam diretamente ligadas aos resultados desejados.

- **Periodicidade:**

- Estabeleça a periodicidade com que os indicadores serão avaliados. Isso pode variar de acordo com a natureza da métrica e a velocidade das mudanças no ambiente organizacional.

- **Comparação e Análise:**

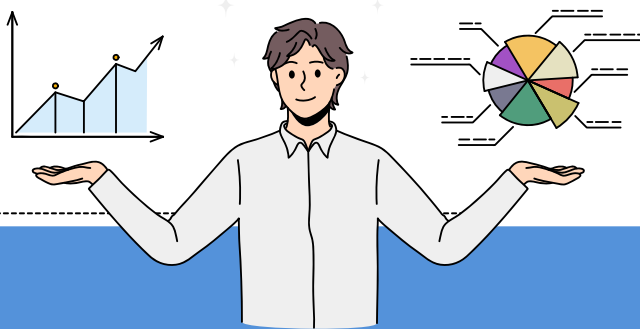
- Compare os resultados alcançados com as metas planejadas e analise variações. Essa análise crítica é essencial para entender o que está funcionando bem e o que precisa ser ajustado.

- **Comunicação:**

- Mantenha uma comunicação transparente sobre os indicadores de desempenho em toda a organização. Isso ajuda a criar um entendimento compartilhado dos objetivos e do progresso.

- **Ajustes Estratégicos:**

- Use os insights obtidos por meio dos indicadores para fazer ajustes estratégicos quando necessário. Isso contribui para a adaptação contínua e melhoria do desempenho organizacional.



DICA

ACCOUNTABILITY E COMPLIANCE

COMPLIANCE

➔ O termo compliance vem do verbo inglês *to comply*, que significa **cumprir, obedecer**, estar em **conformidade**. No **contexto organizacional**, compliance refere-se ao conjunto de **normas, procedimentos e políticas** que garantem que uma organização atue dentro das leis, regulamentos internos e externos, além de padrões éticos e boas práticas.

➔ Empresas e órgãos públicos adotam compliance para **minimizar riscos jurídicos, financeiros e reputacionais**, assegurando que todas as atividades sejam realizadas de forma transparente, ética e responsável.



COMO FUNCIONA NO SETOR PÚBLICO?

No **setor público, compliance** é essencial para assegurar a correta **aplicação de recursos públicos**, evitando desperdícios e garantindo que as políticas públicas sejam executadas de forma eficiente e transparente.

- **✓ Prevenção de riscos legais e financeiros:** Reduz a chance de sanções, multas e litígios.
- **✓ Melhoria da reputação:** Organizações que seguem padrões de compliance ganham credibilidade e confiança do público.
- **✓ Eficiência operacional:** Processos mais claros e bem definidos aumentam a produtividade e reduzem desperdícios.
- **✓ Transparência e prestação de contas (accountability):** Facilita auditorias e fiscalização de órgãos reguladores.

Embora essencial, a **implementação de compliance** pode enfrentar **desafios**, como:

🚧 **Resistência interna:** Alguns funcionários podem ver as regras como um obstáculo burocrático.

🚧 **Falta de recursos:** Pequenas empresas ou órgãos públicos podem ter dificuldades para investir em compliance.

🚧 **Mudanças constantes na legislação:** Exige atualização frequente das políticas internas.



A superação desses desafios requer conscientização, planejamento estratégico e engajamento da alta administração.

DICA

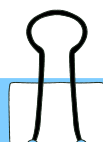
TÉCNICAS DE ATENDIMENTO AO PÚBLICO



PADRÕES DE QUALIDADE NO ATENDIMENTO AOS CLIENTES

→ O atendimento ao cliente **evoluiu para focar em compreender necessidades, superar expectativas e encantar**, não apenas vender. Investir em qualidade é crucial. Desafios surgem, como encontrar soluções, responder adequadamente e persuadir, exigindo flexibilidade e criatividade na abordagem personalizada para cada cliente.

Dado todos os motivos mencionados, selecionamos os **principais princípios (ou mantras!)** do atendimento ao cliente.



- Quer descobrir o que o seu cliente está procurando? **Converse com ele!** Isso permitirá que você e sua equipe compreendam o que motiva o **consumidor a buscar um produto específico**, quando e por quê. Faça perguntas, identifique preferências e mostre empatia.
- Após entender as necessidades do cliente, é crucial **definir o perfil dele**. Uma **abordagem personalizada** aumenta consideravelmente a chance de atrair a atenção do consumidor.
- Os clientes esperam que você **ofereça as melhores soluções e dicas**, portanto, **demonstrar conhecimento e compreensão** de seus desejos é fundamental para se destacar no mercado.

- Um sorriso acolhedor e **atendimento prestativo** são essenciais para encantar os clientes, gerar receptividade e resolver problemas com inovação.
- Mesmo após cumprir suas obrigações, é essencial **acompanhar o cliente até o final da jornada**, seja relacionado a uma compra, um problema ou uma questão específica. Demonstre interesse contínuo, pois isso não é mais um diferencial, mas uma necessidade.
- A falta de interesse pode levar o cliente a procurar seus concorrentes.
- Após a compra, mantenha-se disponível para **orientar o cliente pós-venda e ofereça um canal de comunicação** para esclarecimentos. Essa abordagem constrói confiança e fortalece o relacionamento.



DICA

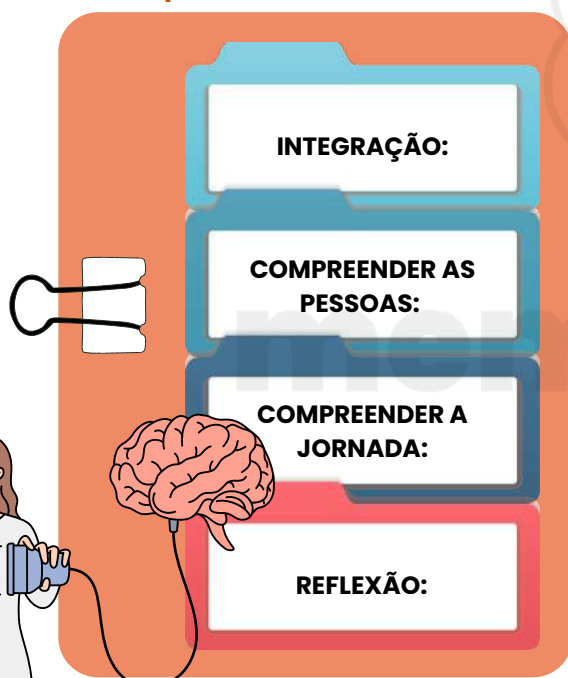
TÉCNICAS DE ATENDIMENTO AO PÚBLICO



CLIENTECENTRISMO

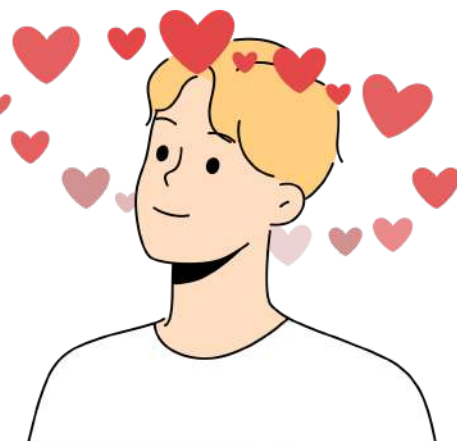
- ➔ O clientecentrismo é uma abordagem empresarial que **prioriza as necessidades e experiências dos clientes** em todas as decisões e estratégias da organização.
- ➔ Busca garantir a satisfação do cliente para o sucesso a longo prazo, oferecendo produtos de qualidade, experiências positivas e suporte excepcional.

Princípios-chave do clientecentrismo:



- É crucial que todas as **áreas da empresa incorporem a cultura de idolatrar o cliente**. Não adianta ter uma ótima experiência de compra no site se surgirem problemas no Gateway durante o pagamento. Ou pior ainda, ter o cliente esperando por horas no atendimento.
- **Quem realmente é o seu público-alvo, ou públicos-alvo? O que eles gostam? Como consomem?** Se a empresa não conhece seu público, fica impossível colocá-lo no centro de tudo, não é mesmo? Portanto, é necessário **pesquisar**, ter humildade e compreender suas necessidades. É fundamental ter essa informação clara e alinhada.

- Todos passamos por uma jornada ao **consumir**. É algo **intrínseco ao ser humano**. Alguns pesquisam mais, outros menos. Alguns preferem vídeos, outros gostam de ler opiniões. Mas o fato é que **a jornada de consumo ocorrerá e é essencial estar bem posicionado quando o cliente decidir comprar**. É crucial estar presente em todas as etapas dessa jornada.
- A **empresa precisa ter fãs** em vez de simplesmente **consumidores**. Uma resposta sincera pode ser o ponto de partida para as mudanças necessárias rumo ao Customer-centric.



DICA

TÉCNICAS DE ATENDIMENTO AO PÚBLICO

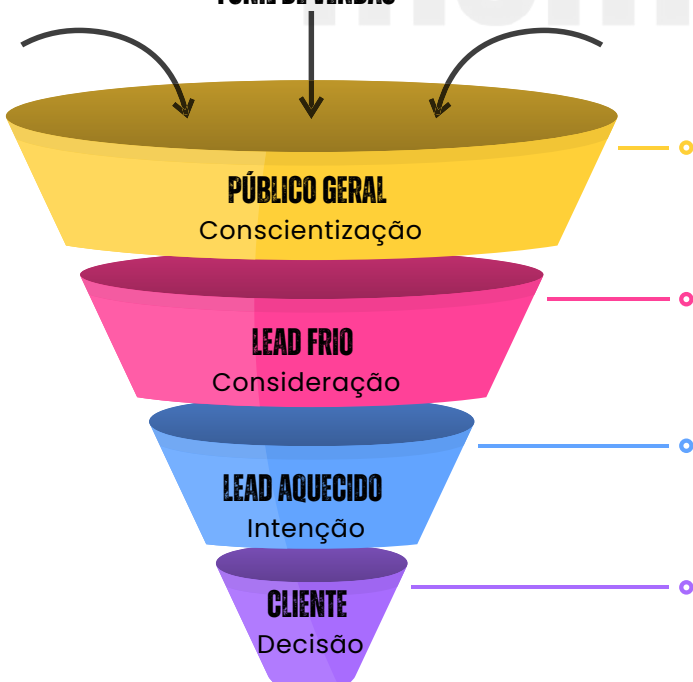
O LEAD E O FUNIL DE VENDAS



Começo crucial no Funil de Vendas, o **lead** marca o início de um relacionamento duradouro entre o consumidor e o seu negócio. No entanto, mesmo sendo um lead, ele ainda não está pronto para tomar uma decisão de compra. Por isso, é essencial nutri-lo e educá-lo ao longo do tempo com informações personalizadas para transformá-lo em cliente em breve.

O **Funil de Vendas** é um modelo que ilustra as fases pelas quais um consumidor passa desde o primeiro contato com a sua marca até a compra de um produto. Composto por três etapas, a etapa central é crucial para preparar os leads para se tornarem compradores.

FUNIL DE VENDAS



• **Topo de Funil:**

O objetivo é **atrair consumidores** para o negócio e conscientizá-los sobre os problemas que precisam de solução.

- Invista em mídias pagas e orgânicas para atrair o público, pois quanto mais pessoas entram no Topo, mais vendas podem ser concluídas no Fundo de Funil.

• **Meio de Funil:**

Nesta fase, os **consumidores atraídos pelo Topo de Funil** devem ser convertidos em leads, gerando consideração e intenção de compra.

- Transforme os visitantes em leads com formulários de captura de e-mail e forneça conteúdo via e-mail para prepará-los para a compra.

• **Fundo de Funil:**

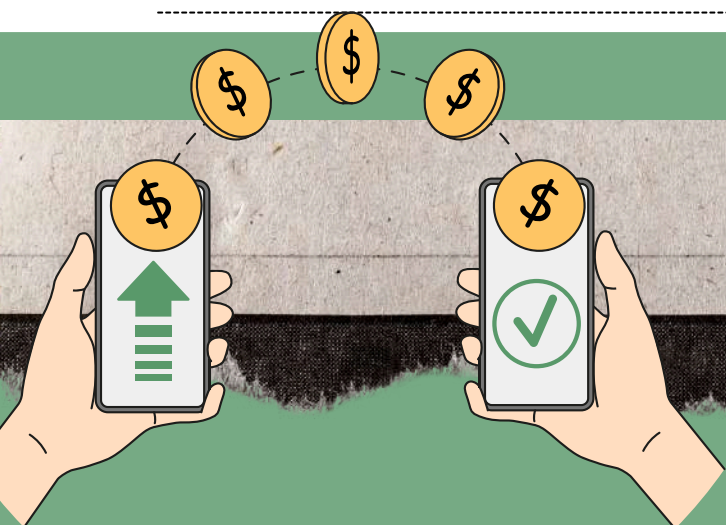
O objetivo é **converter o lead em cliente**, levando-o a finalizar a compra.

- Após passar pelo Meio de Funil, o lead chega a esta etapa aquecido e pronto para comprar.

O **lead frio** ainda não está pronto para comprar, enquanto o **lead aquecido** só precisa de um pequeno **impulso final**.

DICA

CONCEITOS BÁSICOS DA CONTABILIDADE V



CLASSIFICAÇÃO CONTÁBIL
DE CONTAS

Com a Lei nº 6.404/1976, também conhecida como "Lei das Sociedades Anônimas", os **ativos e passivos são classificados em grupos** com base nos elementos do Patrimônio que registraram e agrupam-se para facilitar a análise da situação financeira da companhia.

- O Patrimônio Líquido é classificado como **parte do passivo, como uma obrigação da empresa** junto aos sócios.
- A teoria da propriedade justifica essa contabilidade, destacando que o sócio não empresta dinheiro para a empresa, mas sim, **aplica no capital social dela comprando suas ações e espera que ocorra a valorização de seu investimento com o crescimento da empresa.**
- Podemos inferir que o **passivo está dividido em duas categorias: exigível (dívidas com terceiros) e não exigível (dívidas com sócios).** Para entender melhor este conceito, é importante contextualizar a estrutura do patrimônio no Balanço Patrimonial.



PATRIMÔNIO

ATIVO

BENS
"Coisas"

Tangíveis e
Intangíveis

DIREITOS
"Haveres"

A receber ou
a recuperar

PASSIVO

**Obrigações
com
terceiros**
"Passível
exigível"

**Obrigações
com os
sócios**
"Não exigível"
**Patrimônio
Líquido**

CHEGAMOS AO FIM



Parabéns, você acaba de conhecer a nossa amostra para o concurso da **Transpetro!**

Esperamos que esta breve demonstração tenha despertado seu interesse e mostrado como nosso material pode ajudá-lo a **conquistar sua** tão sonhada **aprovação**.

Se você deseja se **destacar** frente à concorrência, você precisa **estudar** com o **material do Memoriza.ai**

Agora é com você: **quer ser aprovado** e tomar **posse** no concurso ainda em 2025?

Então...

→ [clique aqui para conhecer o material completo](#)

Professor
Carlos Fagundes
Sócio Fundador do MA



Obstáculo é aquilo que
você vê quando tira os
olhos do seu **propósito**.

→ [Acesse nosso Instagram](#)