



DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ECONÓMICAS E DAS ORGANIZAÇÕES

ACESSO AO ENSINO SUPERIOR PARA MAIORES DE 23 ANOS

Ano Letivo: 2024 / 2025

Data: 20 de junho de 2024 – Duração: 2h00m

LEIA ATENTAMENTE AS INSTRUÇÕES ANTES DE INICIAR A PROVA

- Escreva o seu nome e número de documento de identificação **apenas no local destinado a esse efeito**, sob pena da prova ser desclassificada.
- **As folhas de resposta e de rascunho são entregues no início da prova.** Caso necessite de usar mais do que um destes elementos, deverá solicitá-lo aos membros do júri, presentes na sala.
- Poderá socorrer-se de **lápiz e borracha nos seus rascunhos**.
- **Use apenas esferográfica de cor azul ou preta** nas suas respostas.
- **Não use corretor** de nenhum tipo nas suas respostas.
- **Identifique claramente as suas respostas** e deixe **três linhas de intervalo** entre cada resposta.
- Tenha em atenção a sua **caligrafia**.
- **Reveja as suas respostas antes de entregar a prova.**

Responda a todas as questões incluídas na Secção I da prova.

Secção I

1. Leia atentamente o seguinte texto.

“Inteligência Artificial redefine setor bancário

A tecnologia de IA generativa, liderada por modelos como o ChatGPT, está a transformar o setor bancário de uma forma nunca vista. Segundo o estudo "The age of AI: Banking's new reality", apresentado este ano pela Accenture, a adoção e o aperfeiçoamento da IA generativa estão a ocorrer a uma velocidade sem precedentes na história da inovação tecnológica, com um potencial transformador significativo para os negócios e a sociedade.

O estudo revela que 73% do tempo dos funcionários bancários pode ser potencialmente impactado pela IA generativa, sendo 39% através da automação e 34% através da ampliação das suas capacidades. Esta tecnologia promete melhorar drasticamente a eficiência do modelo operacional bancário, com projeções financeiras a indicar um aumento significativo na produtividade, crescimento da receita e retorno sobre o património para os primeiros adotantes nos próximos três anos.

Transformação de funções bancárias

A IA generativa está destinada a transformar todos os aspetos do setor bancário, explora o documento. Desde a automação de tarefas rotineiras até à ampliação das capacidades dos trabalhadores, todos os papéis dentro de um banco serão beneficiados de alguma forma. Em particular, funções que envolvem uma elevada medida de julgamento ou que exigem uma compreensão profunda das necessidades dos clientes, como os gestores de relacionamento, serão significativamente potenciadas por ferramentas de IA generativa que auxiliam na preparação e condução de reuniões.

Para maximizar os benefícios da IA generativa, o estudo sugere que os bancos devem desenvolver uma estratégia holística que identifique os casos de uso mais promissores e vá além de provas de conceito isoladas para uma implementação escalada e responsável. Isto envolve um plano estratégico que alinha a adoção da IA com os objetivos comerciais do banco e assegura conformidade regulatória.

Inovação contínua	30
A criação de um Centro de Excelência (CoE) em IA generativa é apontada pelos especialistas como crucial. Este grupo dedicado focar-se-á em gerar valor comercial através da implementação da estratégia de IA do banco e na disseminação da tecnologia em toda a organização, com as responsabilidades do CoE a incluírem, segundo os especialistas, desenvolver provas de conceito, padronizar abordagens, ativos, práticas recomendadas e princípios para a implantação de soluções, e apoiar avaliações de fornecedores.	35
Adotar a IA generativa implica uma reinvenção contínua dos processos e funções bancárias. Os bancos que reconhecem o potencial transformador da IA generativa e avançam agressivamente das provas de conceito para a industrialização garantirão uma vantagem competitiva duradoura, defende a Accenture. Por isso, a pergunta não é propriamente se a IA generativa transformará a indústria bancária, mas como e com que rapidez os bancos poderão capturar o valor massivo que ela promete.	40

Marvão, S. (2024, 17 de junho). *Inteligência Artificial redefine setor bancário*. <https://www.jornaldenegocios.pt/negocios-iniciativas/premio-nacional-de-inovacao/detalhe/20240617-1139-inteligencia-artificial-redefine-setor-bancario>.

1.1. Esclareça sucintamente o sentido dos seguintes excertos retirados do texto: (Cotação: 2 valores)

- a) “Esta tecnologia promete melhorar drasticamente a eficiência do modelo operacional bancário.” (linhas 9-10)
- b) “A IA generativa está destinada a transformar todos os aspetos do setor bancário.” (linha 16)
- c) “A criação de um Centro de Excelência (CoE) em IA generativa é apontada pelos especialistas como crucial.” (linhas 32-33)

1.2. Proponha um título alternativo para o texto que leu. Apresente as razões que orientam a sua proposta. Não exceda as 50 palavras. (Cotação: 2 valores)

2. Partindo do seguinte excerto e apresentando exemplos adequados, comente outras áreas de atuação em que a IA está a ser atualmente utilizada e o impacto socioeconómico que pode gerar nas mesmas. Não exceda as 300 palavras. (Cotação: 3 valores)

“Hoje, a IA está a ser utilizada no banco em quatro principais áreas: a personalização da relação com o cliente, utilizando a capacidade preditiva da IA para lhe oferecer produtos, serviços, condições e experiências mais alinhadas com as suas necessidades e contexto, a melhoria da capacidade de gerir riscos, sejam de crédito, fraude ou compliance, a melhoria da eficiência das operações, automatizando toda a carga documental e burocrática, e a utilização do potencial da IA generativa em áreas como o atendimento ao cliente, o suporte técnico, o marketing e o desenvolvimento de IT.”

Marvão, S. (2024, 17 de junho). *Inteligência Artificial redefine setor bancário*.

<https://www.jornaldenegocios.pt/negocios-iniciativas/premio-nacional-de-inovacao/detalhe/20240617-1139-inteligencia-artificial-redefine-setor-bancario>.

Na Secção II, das questões que se seguem, responda apenas a 4 questões (no total) à sua escolha.

Secção II

01. (Cotação: 3,25 valores)

Comente o seguinte excerto na perspetiva do marketing. Tenha em atenção as relações da empresa e o seu papel na nossa sociedade.

“... Em 2024, 79% do top 20 das marcas mais referenciadas pelos consumidores distribuem-se por cinco setores (retalho, alimentação, desporto, tecnologia e telecomunicações), o que poderá significar que os consumidores tendem a mencionar mais as marcas com as quais interagem diariamente..”

Meios & Publicidade (2024, maio). *Marcas de retalho são as mais relevantes para todas as gerações, da Silenciosa à Z.*
<https://www.meiosepublicidade.pt/2024/05/09/marcas-de-retalho-sao-as-mais-relevantes-para-todas-as-geracoes-da-silent-generation-a-z>

02. (Cotação: 3,25 valores)

Tendo em conta o assunto do seguinte excerto, qual pensa ser a influência dos conteúdos no comportamento nos mercados?

“Sendo o consumidor o centro da estratégia de marketing, há que humanizá-la. Se, por um lado, há que ter a intuição de compreender as emoções e necessidades dos consumidores, desenvolvendo a inteligência emocional para construir relacionamentos sólidos, por outro, há que usar estas capacidades e trabalhar a habilidade – cada vez mais ultrapersonalizada – para contar histórias envolventes e criar conteúdo relevante, com recurso não só a mensagens poderosas como a diferentes formatos e canais (podcasts, vídeo, imagem, social, etc.).”

Cruzeiro, A. (2023, julho). *O marketer do futuro*
<https://marketeer.sapo.pt/opiniao-de-afonso-cruzeiro-loreal-portugal-o-marketeer-do-futuro/>

03. (Cotação: 3,25 valores)

Justifique porque as ações de marketing podem ser contrárias a uma lógica económica.

04. (Cotação: 3,25 valores)

Comente o seguinte excerto, tendo em conta a sua perceção como alguém atento ao setor empresarial.

“Fazer marca é marcar, é tocar, é sentimento, é emoção. É o que tentamos não esquecer, sabendo que temos a pressão de vender.”

Marta Castro, Diretora de marketing da Wells in Ferreira, C. (2024, março). Wells quer ser “a marca das mulheres”
<https://eco.sapo.pt/2024/03/18/wells-quer-ser-a-marca-das-mulheres/>

05. (Cotação: 3,25 valores)

Comente a seguinte afirmação:

“Não podemos prever o futuro, mas podemos criá-lo.”

Drucker, P. (1999). Inovação e Gestão - Uma Nova Conceção de Estratégia de Empresa. Editorial Presença.

06. (Cotação: 3,25 valores)

Comente a seguinte afirmação:

“O planeamento de longo prazo não tem relação com decisões futuras, mas com o futuro das decisões presentes.”

Drucker, P. (1992). Gerindo para o Futuro. Editora Difusão Cultural.

07. (Cotação: 3,25 valores)

Comente a seguinte afirmação, relacionando-a com o empreendedorismo.

“Quando você vê um negócio bem-sucedido é porque alguém, algum dia, tomou uma decisão corajosa.”

Drucker, P. (2006). O Homem que Inventou a Administração. Editora Campus.

08. (Cotação: 3,25 valores)

As grandes empresas são obrigadas por lei a publicar anualmente nos meios de comunicação social os relatórios de atividades e contas com a informação financeira devido à elevada responsabilidade social destas entidades.

Indique quais são os principais beneficiários desta informação.