



CÓD: OP-170DZ-23

UFAPE

UNIVERSIDADE FEDERAL DO AGRESTE DE PERNAMBUCO

Assistente em Administração

EDITAL Nº 1/2023

Língua Portuguesa

1. Compreensão e interpretação de texto.	5
2. Tipologia e gêneros textuais.	5
3. Figuras de linguagem.	6
4. Significação de palavras e expressões. Relações de sinonímia e de antonímia.	9
5. Ortografia.....	10
6. Acentuação gráfica.	11
7. Uso da crase.	11
8. Divisão silábica.....	12
9. Fonética e Fonologia: som e fonema, encontros vocálicos e consonantais e dígrafos.	12
10. Morfologia: classes de palavras variáveis e invariáveis e seus empregos no texto. Locuções verbais (perífrases verbais).	14
11. Funções do que e do se.	21
12. Formação de palavras.....	22
13. Elementos de comunicação.	23
14. Sintaxe: relações sintático-semânticas estabelecidas nas orações, períodos ou parágrafos (período simples e período composto por coordenação e subordinação).	24
15. Concordância verbal e nominal.	29
16. Regência verbal e nominal.....	31
17. Colocação pronominal.....	32
18. Emprego dos sinais de pontuação e sua função no texto.	33
19. Função textual dos vocábulos.....	37
20. Variação linguística.....	37

Matemática e Raciocínio Lógico

1. Funções polinomiais de primeiro e segundo grau e seus gráficos.	49
2. Progressão aritmética. Progressão geométrica.	80
3. Razão e proporção.	84
4. Regra de três simples e composta.	85
5. Porcentagem.....	86
6. Noções de matemática financeira.	88
7. Regra de três simples e composta.	92
8. Resolução de problemas com números racionais, conjuntos, porcentagens, funções exponenciais e logarítmicas.....	92
9. Raciocínio lógico-matemático: sequências lógicas, proposições, conectivos, equivalência e implicação lógica, argumentos válidos.....	98

Noções de Informática

1. Internet (protocolos, computação em nuvem, equipamentos de conexão, intranet, extranet). Navegadores de internet (Google Chrome, Firefox) Utilização e ferramentas de correio eletrônico (e-mail) e redes sociais.	109
2. Aplicativos de escritório (Microsoft Office e Libre Office): editor de texto e planilhas.	118
3. Segurança e proteção de computador: conceitos, princípios básicos, ameaças, antivírus, vírus, firewall.	128

Legislação aplicada ao Serviço Público Federal

1. Regime Jurídico Único dos Servidores (Lei nº 8.112/1990) e alterações posteriores	133
2. Processo administrativo (Lei nº 9.784/1999)	157
3. Lei nº 11.091/2005: dispõe sobre a estruturação do Plano de Carreira dos Cargos Técnico-Administrativos em Educação, no âmbito das Instituições Federais de Ensino vinculadas ao Ministério da Educação, e dá outras providências	163
4. Lei n.º 8.429/1992: das disposições gerais; dos atos de improbidade administrativa	167
5. Código de ética dos servidores (Decreto nº 1.171/1994)	170
6. Arts. 37 a 41 da Constituição Federal/1988	172
7. Estatuto da UFAPE	178
8. Regimento Geral da UFAPE	194
9. Decreto nº 7.602/2011: da Política Nacional de Segurança e Saúde no Trabalho - PNSST	216
10. Sistema Eletrônico de Informações (SEI!): funcionalidades gerais, operações com processos e operações com documentos	217

Conhecimentos Específicos

1. Princípios da Administração: (planejamento, organização, direção e controle)	221
2. desempenho organizacional (produtividade, eficiência, eficácia e efetividade)	227
3. rotinas administrativas e de escritório	230
4. sistemas e métodos	233
5. stakeholders da organização	238
6. responsabilidade social e ambiental	241
7. conceito básicos de sustentabilidade organizacional	247
8. Administração Pública: Princípios, atos e poderes da administração pública	248
9. Gestão da Qualidade	268
10. Gestão de Serviços	273
11. Gestão Orçamentária	274
12. Gestão de Pessoas	276
13. Gestão de Recursos Materiais e Logística	278
14. Comunicação Organizacional	299
15. Noções de Contabilidade: geral, pública	306
16. Matemática Financeira	313
17. Redação oficial e correspondência	315
18. Ética na administração pública	325

Liderança do canal

Quando os conflitos se reduzem e há um aumento de cooperação entre os membros do canal, essas características podem resultar no surgimento de membros que, devido a fatores como, alto poder de barganha, poder legítimo, poder de informação, tornam-se líderes do canal. Por outro lado, alguns autores identificaram um padrão consistente de condições que determinam o surgimento de uma liderança no canal: o líder do canal tende emergir quando o canal de distribuição enfrenta ambientes ameaçadores, aqueles onde a demanda é declinante, a concorrência aumenta e a incerteza é elevada.

Construindo a confiança no canal

Muitos canais estão rumando para a construção da confiança mútua como base para o sucesso das relações entre os membros do canal. Geralmente essa confiança requer que esses membros reconheçam sua interdependência e saibam compartilhar processos e informações.

ESTRATÉGIAS DE DISTRIBUIÇÃO

Em termos gerais, existem três tipos de estratégias de distribuição:

- *Distribuição intensiva* – essa estratégia torna um certo produto disponível no maior número de estabelecimentos de uma região, visando obter maior exposição e ampliar a oportunidade de venda. Produtos com baixo valor unitário e alta frequência de compra são vendidos intensivamente, de modo que os clientes considerem conveniente comprá-los. Assim, por meio da distribuição intensiva, os clientes podem encontrar os produtos no maior número de locais possíveis.

- *Distribuição seletiva* – estratégia que consiste no fato do fabricante vender produtos por meio de mais de um dos intermediários disponíveis em uma região, mas não em todos. Sendo assim, os intermediários escolhidos são considerados os melhores para vender os produtos com base em sua localização, reputação, clientela e outros pontos fortes. A distribuição seletiva é empregada quando os clientes buscam produtos de compra comparada. Cabe ainda destacar que, nesse caso, havendo menos “parceiros” de canal, torna-se possível desenvolver relacionamentos mais estreitos com cada um desses, permitindo que o fabricante obtenha boa cobertura do mercado com mais controle e menos custos, comparado com a distribuição intensiva.

- *Distribuição exclusiva* - ocorre quando o fabricante vende seus produtos por meio de um único intermediário em uma determinada região, onde esse recebe o direito exclusivo de distribuir tais produtos. Esse tipo de estratégia é utilizada quando um determinado produto requer um esforço especializado de venda ou investimentos em estoques e instalações específicas. A distribuição exclusiva é oposta à distribuição intensiva, sendo mais adequada à medida em que se deseja operar apenas com “parceiros” exclusivos de canal que possam apoiar ou servir o produto de forma adequada, ou seja, enfatizando uma determinada imagem que possa caracterizar luxo ou exclusividade.

A definição mais detalhada dos objetivos dos canais de distribuição depende essencialmente de cada organização, da forma com que ela compete no mercado e da estrutura geral da cadeia de suprimentos. Porém, é possível identificar alguns fatores gerais, comum na maioria deles:

- *Assegurar* a rápida disponibilidade do produto no mercado identificado como prioritários, ou seja, o produto precisa estar disponível para a venda nos estabelecimentos varejistas do tipo correto;

- *Intensificar* ao máximo o potencial de vendas do produto sob enfoque, isto é buscar parcerias entre fabricante e varejista que possibilitem a exposição mais adequada da mercadoria nas lojas;

- *Promover* cooperação entre os participantes da cadeia de suprimentos, principalmente relacionada aos fatores mais significativos associados à distribuição física, ou seja, buscar lotes mínimos dos pedidos, uso ou não de paletização ou de tipos especiais de acondicionamentos em embalagens, condições de descarga, restrições de tempo de espera, etc.

- *Assegurar* nível de serviço estabelecido previamente pelos parceiros da cadeia de suprimentos;

- *Garantir* rápido e preciso fluxo de informações entre os parceiros; e

- *Procurar* redução de custos, de maneira integrada, atuando em conjunto com os parceiros, analisando a cadeia de suprimentos na sua totalidade.

Os canais de distribuição podem desempenhar quatro funções básicas, segundo as modernas concepções trazidas pelo *supply chain management*:

- *Indução da demanda* – as empresas da cadeia de suprimentos necessitam gerar ou induzir a demanda de seus serviços ou mercadorias;

- *Satisfação da demanda* – é necessário comercializar os serviços ou mercadorias para satisfazer a demanda;

- *Serviço de pós-venda* – uma vez comercializados os serviços ou mercadorias, precisa-se oferecer os serviços de pós-venda; e

- *Troca de informações* – o canal viabiliza a troca de informações ao longo de toda a cadeia de suprimentos, acrescentando-se também os consumidores que disponibilizam um retorno importante tanto para os fabricantes quanto para os varejistas.

Entre fatores estratégicos importantes no sistema distributivo podem ser levantadas as seguintes questões:

- Se o número, o tamanho e a localização das unidades fabris atendem às necessidades de mercado,

- Se a localização geográfica dos mercados e os seus respectivos custos de abastecimento são compatíveis,

- Se a frequência de compras dos clientes, o número e o tamanho dos pedidos justificam o esforço distributivo,

- Se o custo do pedido e o custo de distribuição estão em bases compatíveis com o mercado,

- Se os métodos de armazenagem e os seus custos são justificáveis com os resultados operacionais gerados,

- Se os métodos de transporte adotados são adequados,

Em conformidade com o potencial do mercado, é importante analisar a demanda de cada mercado atendido pela empresa e se o tipo de sistema de distribuição adotado é adequado.

DISTRIBUIÇÃO FÍSICA

A distribuição física de produtos ou distribuição física são os processos operacionais e de controle que permitem transferir os produtos desde o ponto de fabricação, até o ponto em que a mercadoria é finalmente entregue ao consumidor. (NOVAES, 1994).

Vantagens	Desvantagens
<ul style="list-style-type: none"> • Capacidade de tráfego por qualquer rodovia (flexibilidade operacional) 	<ul style="list-style-type: none"> • Menor capacidade de cargas entre todos os modais;
<ul style="list-style-type: none"> • Usado em qualquer tipo de carga. 	<ul style="list-style-type: none"> • Alto custo de operação
<ul style="list-style-type: none"> • Agilidade no transporte e no acesso às cargas 	<ul style="list-style-type: none"> • Alto risco de roubo/ Frota antiga- acidentes
<ul style="list-style-type: none"> • Não necessita de entrepostos especializados 	<ul style="list-style-type: none"> • Vias com gargalos gerando gastos extras e maior tempo para entrega.
<ul style="list-style-type: none"> • Amplamente disponível 	<ul style="list-style-type: none"> • Alto grau de poluição
<ul style="list-style-type: none"> • Fácil contratação e gerenciamento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Alto valor de transporte.
<ul style="list-style-type: none"> • Adequado para curtas e médias distâncias 	<ul style="list-style-type: none"> • Menos competitivo à longa distância;

Quando usar o Transporte Rodoviário - Mercadorias perecíveis, mercadorias de alto valor agregado, pequenas distâncias (até 400 Km), trajetos exclusivos onde não há vias para outros modais, quando o tempo de trânsito for valor agregado.

Transporte Ferroviário

Transporte ferroviário é aquele realizado sobre linhas férreas, para transportar pessoas e mercadorias. As mercadorias transportadas neste modal são de baixo valor agregado e em grandes quantidades como: minério, produtos agrícolas, fertilizantes, carvão, derivados de petróleo, etc.

Vantagens	Desvantagens
<ul style="list-style-type: none"> • Grande capacidade de cargas 	<ul style="list-style-type: none"> • Alto custo de implantação
<ul style="list-style-type: none"> • Baixo custo de transporte (Inexistência de pedágios) 	<ul style="list-style-type: none"> • Transporte lento devido às suas operações de carga e descarga
<ul style="list-style-type: none"> • Adequado para longas distâncias 	<ul style="list-style-type: none"> • Pouca flexibilidade de equipamentos.
<ul style="list-style-type: none"> • Baixíssimo nível de acidentes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Malha ferroviária insuficiente.
<ul style="list-style-type: none"> • Alta eficiência energética. 	<ul style="list-style-type: none"> • Malha ferroviária sucateada
<ul style="list-style-type: none"> • Melhores condições de segurança da carga. 	<ul style="list-style-type: none"> • Necessita de entrepostos especializados.
<ul style="list-style-type: none"> • Menor poluição do meio ambiente 	<ul style="list-style-type: none"> • Menor flexibilidade no trajeto (nem sempre chega ao destino final, dependendo de outros modais.)

Quando usar o Transporte Ferroviário - Grandes volumes de cargas / Grandes distâncias a transportar (800 km) / Trajetos exclusivos (não há vias para outros modais)

Transporte Aquaviário

Realizado por meio de barcos, navios ou balsas. Engloba tanto o transporte marítimo, utilizando como via de comunicação os mares abertos, como o transporte fluvial, por lagos e rios. É o transporte mais utilizado no comércio internacional.

Vantagens	Desvantagens
<ul style="list-style-type: none"> • Maior capacidade de carga 	<ul style="list-style-type: none"> • Necessidade de transbordo nos portos
<ul style="list-style-type: none"> • Menor custo de transporte (Frete de custo relativamente baixo) 	<ul style="list-style-type: none"> • Longas distâncias dos centros de produção
<ul style="list-style-type: none"> • Apesar de limitado às zonas costeiras, registra grande competitividade para longas distâncias 	<ul style="list-style-type: none"> • Menor flexibilidade nos serviços aliado a frequentes congestionamentos nos portos
<ul style="list-style-type: none"> • Mercadoria de baixo valor agregado. 	<ul style="list-style-type: none"> • É de gerenciamento complexo, exigindo muitos documentos.

Quando usar o Transporte Aquaviário-Grandes volumes de carga / Grandes distâncias a transportar / Trajetos exclusivos (não há vias para outros modais) / Tempo de trânsito não é importante / Encontra-se uma redução de custo de frete.

Tipos de navios:

Navios para cargas gerais ou convencionais:

Navios dotados de porões (holds) e pisos (decks), utilizados para carga seca ou refrigerada, embaladas ou não.

Navios especializados:

Graneleiros (bulk vessels): carga a granel (líquido, gasoso e sólido), sem decks.

Ro-ro (roll-on roll-off): cargas rolantes, veículos entram por rampa, vários decks de diversas alturas.

Navios Multipropósito:

Transportam cargas de navios de cargas gerais e especializados ao mesmo tempo.

Granel sólido + líquido

Minério + óleo

Ro-ro + container

Navios porta-container:

Transportam exclusivamente cargas em container.

Sólido, líquido, gasoso

Desde que seja em container

Tem apenas 01 (um) deck (o principal)

Essa é uma diferença crítica e a necessidade de prever as vendas antes de se estabelecer os níveis desejados de estoques, torna sua administração uma tarefa difícil. Deve se observar também que os erros na fixação dos níveis de estoque podem levar à perda das vendas (caso tenham sido subdimensionados) ou a custos de estocagem excessivos (caso tenham sido superdimensionados), residindo, portanto, na correta determinação dos níveis de estoques, a importância da sua administração. Seu objetivo é garantir que os estoques necessários estejam disponíveis quando necessários para manutenção do ritmo de produção, ao mesmo tempo em que os custos de encomenda e manutenção de estoques sejam minimizados.

Os estoques podem ser classificados como:

- Matéria-prima
- Produtos em processo
- Materiais de embalagem
- Produtos acabados
- Suprimentos

A razão para manutenção de estoques depende fundamentalmente da natureza desses materiais.

Para manutenção dos estoques de matérias primas, são utilizadas justificativas como a facilidade para o planejamento do processo produtivo, a manutenção do melhor preço deste produto, a prevenção quanto à falta de materiais e, eventualmente, a obtenção de descontos por aquisição de grandes quantidades.

Essas razões são contra-argumentadas de várias formas. Atualmente, as modernas técnicas de administração de estoques, o conceito do "Supply Chain Management" que ajuda a reduzir custos, representam alternativas eficientes para evitar-se falta de materiais. Adicionalmente, a realização de contratos futuros pode representar um instrumento eficiente para proteger a empresa de eventual oscilação de preços de seus insumos básicos.

Para manutenção de estoques de materiais em processos, justifica-se a maior flexibilidade do processo produtivo, caso ocorra interrupção em alguma das linhas de produção da empresa. Obviamente, essa questão deve ser substituída pela adoção de processos de produção mais confiáveis, para evitar a ocorrência destas interrupções.

A manutenção de estoques de produtos acabados é justificada por duas razões: garantir atendimentos efetuados para as vendas realizadas e diminuir os custos de mudança na linha de produção.

Técnicas de Administração de estoques

CURVA ABC

Segrega os estoques em três grupos, demonstrando graficamente com eixos de valores e quantidades, que considera os materiais divididos em três grandes grupos, de acordo com seus valores de preço/custo e quantidades, sendo assim materiais "classe A" representam a minoria da quantidade total e a maioria do valor total, "classe C" a maioria da quantidade total e a minoria do valor total, "classe B" valores e quantidades intermediárias.

O controle da "classe A" é mais intenso e o controle da "classe B e C" menos sofisticados.

MODELO DE LOTE ECONÔMICO

Permite determinar a quantidade ótima que minimiza os custos totais de estocagem de pedido para um item do estoque. Considerando os custo de pedir e os custos de manter os materiais.

Sendo os custos de pedir, os fixos, administrativos ao se efetuar e receber um pedido e o custo de manter são os variáveis por unidade da manutenção de um item de estoque por um determinado período (custo de armazenagem) segundo, "oportunidade" de outros investimentos.

Custo total = custo de pedir + custo de manter

PONTO DE PEDIDO

Determina em que ponto os estoques serão pedidos levando em consideração o tempo de entrega dos principais itens.

Ponto de pedido = tempo de reposição em dias x demanda diária
--

SISTEMAS DE GERENCIAMENTO DE ESTOQUES

Os Sistemas básicos utilizados na administração de estoques são:

1. FMS (Flexible Manufacturing System)

Nesse sistema, os computadores comandam as operações das máquinas de produção e, inclusive, comandam a troca de ferramentas das operações de manuseio de materiais, ferramentas, acessórios e estoques. Pode-se incluir no *software* módulos de monitoração do controle estatístico da qualidade. Normalmente, é aplicado em fábricas com grande diversidade de peças de produtos finais montados em lotes. Podemos destacar entre as vantagens do FMS, as seguintes:

- Permite maior produtividade das máquinas, que passam a ter utilização de 80% a 90% do tempo disponível.
- Possibilita maior atenção aos consumidores em função da flexibilidade proporcionada.
- Diminui os tempos de fabricação.
- Em função do aumento da flexibilidade, permite aumentar a variedade dos produtos ofertados.

2. MRP-Material Requirement Planing

O MRP é um sistema completo para emitir ordens de fabricação, de compras, controlar estoques e administrar a carteira de pedidos dos clientes. Opera em base semanal, impondo com isso uma previsão de vendas no mesmo prazo, de modo a permitir a geração de novas ordens de produção para a fábrica. O sistema pode operar com diversas fórmulas para cálculo dos lotes de compras, fabricação e montagem, operando ainda com diversos estoques de material em processo, como estoque de matérias primas, partes, submontagens e produtos acabados. A maior vantagem do MRP consiste em utilizar programas de computadores complexos, levando em consideração todos os fatores relevantes para conseguir o melhor cumprimento de prazos de entrega, com estoques baixos, mesmo que a fábrica tenha muitos produtos em quantidade, de uma semana para outra.

Um ponto fundamental para o correto funcionamento do sistema é a rigorosa disciplina a ser observada pelos funcionários que interagem com o sistema MRP, em relação à informação de dados para computador. Sem essa disciplina, a memória do MRP vai acumulando erros nos saldos em estoques e nas quantidades necessárias.

material estar pronta, pois os itens necessários podem ter um ciclo de fabricação excessivamente longo. Ex.: grandes motores, turbinas e navios.

Enfim, o controle de estoques exerce influência muito grande na rentabilidade da empresa. Eles absorvem capital que poderia estar sendo investido de outras maneiras. Portanto, aumentar a rotatividade do estoque auxilia a liberar ativos e economiza o custo de manutenção e controle que podem absorver de 25 a 40% dos custos totais, conforme mencionado anteriormente.

Gestão patrimonial

O patrimônio é o objeto administrado que serve para propiciar às entidades a obtenção de seus fins. Para que um patrimônio seja considerado como tal, este deve atender a dois requisitos: o elemento ser componente de um conjunto que possua conteúdo econômico avaliável em moeda; e exista interdependência dos elementos componentes do patrimônio e vinculação do conjunto a uma entidade que vise alcançar determinados fins.

Do ponto de vista econômico, o patrimônio é considerado uma riqueza ou um bem suscetível de cumprir uma necessidade coletiva, sendo este observado sob o aspecto qualitativo, enquanto que sob o enfoque contábil observa-se o aspecto quantitativo (Ativo = Passivo + Situação Líquida). Exceção a alguns casos, quando se utiliza o termo “substância patrimonial” é que a contabilidade visualiza o patrimônio de forma qualitativa.

A Lei Complementar nº 101, de 4 de maio de 2000 – conhecida como Lei de Responsabilidade Fiscal – apresentam em seus artigos 44, 45 e 46, medidas destinadas à preservação do patrimônio público. Uma delas estabelece que o resultado da venda de bens móveis e imóveis e de direitos que integram o patrimônio público não poderá mais ser aplicado em despesas correntes, exceto se a lei autorizativa destiná-la aos financiamentos dos regimes de previdência social, geral e própria dos servidores.

Dessa forma, os recursos decorrentes da desincorporação de ativos por venda, que é receita de capital, deverão ser aplicados em despesa de capital, provocando a desincorporação de dívidas (passivo), por meio da despesa de amortização da dívida ou o incremento de outro ativo, com a realização de despesas de investimento, de forma a manter preservado o valor do patrimônio público.

TOMBAMENTO DE BENS

O tombamento dos bens públicos inicia-se com recebimento dos bens móveis pelos órgãos, como visto anteriormente, pela conferência física dos bens pelo Almoarifado. Após registro de entrada do bem no sistema de gerenciamento de material no estoque, o responsável por este encaminhará uma comunicação ao Setor de Patrimônio (com cópia da nota de empenho, documentos fiscais e outros que se fizerem necessários), informando o destino (centros de responsabilidades) dos bens. Se eles permanecerem em estoque, o Setor de Patrimônio deverá aguardar comunicação de saída deste, através de uma Guia de Baixa de Materiais emitida pelo Almoarifado. Caso o bem seja entregue diretamente ao destino final, o Almoarifado encaminhará a Guia de Saída ao Patrimônio, juntamente com os demais documentos do processo de empenho.

O tombamento consiste na formalização da inclusão física de um bem patrimonial no acervo do órgão, com a atribuição de um único número por registro patrimonial, ou agrupando-se uma

sequência de registros patrimoniais quando for por lote, que é denominado “número de tombamento”. Pelo tombamento aplica-se uma conta patrimonial do Plano de Contas do órgão a cada material, de acordo com a finalidade para a qual foi adquirido. O valor do bem a ser registrado é o valor constante do respectivo documento de incorporação (valor de aquisição).

A marcação física caracteriza-se pela aplicação, no bem, de plaqueta de identificação, por colagem ou rebatimento, a qual conterá o número de registro patrimonial.

Na colocação da plaqueta deverão ser observados os seguintes aspectos: local de fácil visualização para efeito de identificação por meio de leitor óptico, preferencialmente na parte frontal do bem; evitar áreas que possam curvar ou dobrar a plaqueta ou que possam acarretar sua deterioração; evitar fixar a plaqueta em partes que não ofereçam boa aderência, por apenas uma das extremidades ou sobre alguma indicação importante do bem.

Os bens patrimoniais recebidos sofrerão marcação física antes de serem distribuídos aos diversos centros de responsabilidade do órgão. Os bens patrimoniais cujas características físicas ou a sua própria natureza impossibilitem a aplicação de plaqueta também terão número de tombamento, mas serão marcados e controlados em separado. Caso o local padrão para a colagem da plaqueta seja de difícil acesso, como, por exemplo, nos arquivos ou estantes encostadas na parede, que não possam ser movimentados devido ao peso excessivo, a plaqueta deverá ser colada no lugar mais próximo ao local padrão. Em caso de perda, descolagem ou deterioração da plaqueta, o responsável pelo setor onde o bem está localizado deverá comunicar, impreterivelmente, o fato ao Setor de Patrimônio.

A seguir, são apresentadas algumas sugestões para fixação de plaquetas (ou adesivos): a) estantes, armários, arquivos e bens semelhantes: a plaqueta deve ser fixada na parte frontal superior direita, no caso de arquivos de aço, e na parte lateral superior direita, no caso de armários, estantes e bens semelhantes, sempre com relação a quem olha o móvel; b) mesas e bens semelhantes: a plaqueta deve ser fixada na parte frontal central, contrária à posição de quem usa o bem, com exceção das estações de trabalho e/ou àqueles móveis que foram projetados para ficarem encostados em paredes, nos quais as plaquetas serão fixadas em parte de fácil visualização; c) motores: a plaqueta deve ser fixada na parte inferior do motor; d) máquinas e bens semelhantes: a plaqueta deve ser fixada no lado externo direito, em relação a quem opera a máquina; e) cadeiras, poltronas e bens semelhantes: neste caso a plaqueta nunca deve ser colocada em partes revestidas por courvin, couro ou tecido, pois estes revestimentos não oferecem segurança. A plaqueta deverá ser fixada na base, nos pés ou na parte mais sólida; f) aparelhos de ar condicionado e bens semelhantes: em aparelhos de ar condicionado, o local indicado é sempre na parte mais fixa e permanente do aparelho, nunca no painel removível ou na carcaça; g) automóveis e bens semelhantes: a plaqueta deve ser fixada na parte lateral direita do painel de direção, em relação ao motorista, na parte mais sólida e não-removível, nunca em acessórios; h) quadros e obras de arte: a colocação da plaqueta, neste caso, deve ser feita de tal forma que não lhes tire a estética, nem diminua seu valor comercial; i) esculturas: nas esculturas a plaqueta deve ser fixada na base. Nos quadros ela deve ser colocada na parte de trás, na lateral direita; j) quadros magnéticos: nos quadros magnéticos a plaqueta deverá ser colocada na parte frontal inferior direita, caso não seja possível a colagem neste local, colar nesta mesma posição na parte posterior do quadro; e k) fixação de plaquetas em outros

emite o respectivo Termo de Transferência de Responsabilidade; emitido o Termo, este será encaminhado ao agente patrimonial da unidade, que providenciará a conferência dos bens e assinatura do Termo; uma vez assinado o Termo, o agente providenciará para que uma das vias seja arquivada no setor onde os bens se encontram e outra encaminhada ao Setor de Patrimônio.

Saída provisória: A saída provisória caracteriza-se pela movimentação de bens patrimoniais para fora da instalação ou dependência onde estão localizados, em decorrência da necessidade de conserto, manutenção ou da sua utilização temporária por outro centro de responsabilidade ou outro órgão, quando devidamente autorizado. Qualquer que seja o motivo da saída provisória, esta deverá ser autorizada pelo dirigente do órgão gestor ou por outro servidor que recebeu delegação para autorizar tal ato. Toda a manutenção de bem incorporado ao patrimônio de um órgão deverá ser solicitada pelos agentes patrimoniais ou responsáveis e resultará na emissão de uma Ordem de Serviço pelo Setor de Manutenção, que tomará todas as providências para proceder à assistência de bem em garantia ou utilizando-se de seus recursos próprios.

Empréstimo: O empréstimo é a operação de remanejamento de bens entre órgãos por um período determinado de tempo, sem envolvimento de transação financeira. O empréstimo deve ser evitado. Porém, se não houver alternativa, os órgãos envolvidos devem manter um rigoroso controle, de modo a assegurar a devolução do bem na mesma condição em que estava na ocasião do empréstimo. Já o empréstimo a terceiros de bens pertencentes ao poder público é vedado, salvo exceções previstas em leis.

Arrendamento a terceiros: O arrendamento a terceiros também deve ser evitado, por não encontrar, a princípio, nenhum respaldo legal.

INVENTÁRIO

O Inventário determina a contagem física dos itens de estoque e em processos, para comparar a quantidade física com os dados contabilizados em seus registros, a fim de eliminar as discrepâncias que possam existir entre os valores contábeis, dos livros, e o que realmente existe em estoque.

O inventário pode ser geral ou rotativo: O inventário geral é elaborado no fim de cada exercício fiscal de cada empresa, com a contagem física de todos os itens de uma só vez. O inventário rotativo é feito no decorrer do ano fiscal da empresa, sem qualquer tipo de parada no processo operacional, concentrando-se em cada grupo de itens em determinados períodos.

Inventário na administração pública: Inventários são a discriminação organizada e analítica de todos os bens (permanentes ou de consumo) e valores de um patrimônio, num determinado momento, visando atender uma finalidade específica. É um instrumento de controle para verificação dos saldos de estoques nos almoxarifados e depósitos, e da existência física dos bens em uso no órgão ou entidade, informando seu estado de conservação, e mantendo atualizados e conciliados os registros do sistema de administração patrimonial e os contábeis, constantes do sistema financeiro. Além disso, o inventário também pode ser utilizado para subsidiar as tomadas de contas indicando saldos existentes, detectar irregularidades e providenciar as medidas cabíveis.

Através do inventário pode-se confirmar a localização e atribuição da carga de cada material permanente, permitindo a atualização dos registros dos bens permanentes bem como o levantamento da situação dos equipamentos e materiais em

uso, apurando a ocorrência de dano, extravio ou qualquer outra irregularidade. Podem-se verificar também no inventário as necessidades de manutenção e reparo e constatação de possíveis ociosidades de bens móveis, possibilitando maior racionalização e minimização de custos, bem como a correta fixação da plaqueta de identificação. Na Administração Pública, o inventário é entendido como o arrolamento dos direitos e comprometimentos da Fazenda Pública, feito periodicamente, com o objetivo de se conhecer a exatidão dos valores que são registrados na contabilidade e que formam o Ativo e o Passivo ou, ainda, com o objetivo de apurar a responsabilidade dos agentes sob cuja guarda se encontram determinados bens. Os diversos tipos de inventários são realizados por determinação de autoridade competente, por iniciativa própria do Setor de Patrimônio e das unidades de controle patrimonial ou de qualquer detentor de carga dos diversos centros de responsabilidade, periodicamente ou a qualquer tempo. Os inventários na Administração Pública devem ser levantados não apenas por uma questão de rotina ou de disposição legal, mas também como medida de controle, tendo em vista que os bens nele arrolados não pertencem a uma pessoa física, mas ao Estado, e precisam estar resguardados quanto a quaisquer danos. Na Administração Pública o inventário é obrigatório, pois a legislação estabelece que o levantamento geral de bens móveis e imóveis terá por base o inventário analítico de cada unidade gestora e os elementos da escrituração sintética da contabilidade (art. 96 da Lei Federal nº 4.320, de 17 de março de 1964).

A fim de manter atualizados os registros dos bens patrimoniais, bem como a responsabilidade dos setores onde se localizam tais bens, a Administração Pública deve proceder ao inventário mediante verificações físicas pelo menos uma vez por ano. Para fins de atualização física e monetária e de controle, a época da inventariação será: anual para todos os bens móveis e imóveis sob-responsabilidade da unidade gestora em 31 de dezembro (confirmação dos dados apresentados no Balanço Geral); e no início e término da gestão, isto é, na substituição dos respectivos responsáveis, no caso de bens móveis.

Os bens serão inventariados pelos respectivos valores históricos ou de aquisição, quando conhecidos, ou pelos valores constantes de inventários já existentes, com indicação da data de aquisição.

Durante a realização de qualquer tipo de inventário, fica vedada toda e qualquer movimentação física de bens localizados nos endereços individuais abrangidos pelos trabalhos, exceto mediante autorização específica das unidades de controle patrimonial, ou do dirigente do órgão, com subsequente comunicação formal a Comissão de Inventário de Bens.

Nas fases do inventário dois pontos devem ser destacados sobre as fases do inventário: o levantamento pode ser físico e/ou contábil: Levantamento físico, material ou de fato é o levantamento efetuado diretamente pela identificação e contagem ou medida dos componentes patrimoniais.

Levantamento contábil é o levantamento pelo apanhado de elementos registrados nos livros e fichas de escrituração. O simples arrolamento não interessa para a contabilidade se não for completado pela avaliação. Sem a expressão econômica, o arrolamento serve apenas para controle da existência dos componentes patrimoniais.

O inventário é dividido em três fases: Levantamento: compreende a coleta de dados sobre todos os elementos ativos e passivos do patrimônio e é subdividido nas seguintes partes: identificação, agrupamento e mensuração. Arrolamento: é o

COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

A comunicação empresarial passa por mudanças profundas. Com globalização, aumentaram as exigências de velocidade e produtividade e, por essa razão, hoje, todos os empregados de uma empresa devem ser bons comunicadores.

- A partir de 1980, quando a disputa no mercado comercial acirrou-se, as empresas criaram um diferencial, sobretudo no que se refere ao estilo da linguagem. Assim iniciou-se um processo de modernização e racionalização da redação comercial ou oficial.

- A qualidade das relações humanas é um ponto crucial de sobrevivência nos negócios. As lideranças perdem força quando os empregados se comunicam de forma confusa e imprecisa, o que gera prejuízo e retrabalho.

- Assim, o redator deve ser preparado para redigir considerando os pormenores da linguagem empresarial. Ao desenvolver bem tal procedimento, o funcionário ajuda a criar uma imagem positiva da empresa.

ENTENDENDO O TEXTO EMPRESARIAL NO CONTEXTO CONTEMPORÂNEO

Para iniciarmos nosso estudo, vamos refletir um pouco sobre a seguinte questão:

Por que as organizações devem modernizar seu estilo e sua linguagem?

Alguém pode argumentar que um texto mal escrito não representa perda financeira substancial para uma empresa. Entretanto, vejamos o que pode ocorrer quando circulam documentos desse tipo:



- Memorandos, relatórios, atas e cartas comerciais fazem parte das atividades desenvolvidas dentro de uma empresa e possibilitam a formalização e o registro da escrita.

- Elas representam o registro formal das informações que circulam interna ou externamente. O investimento na competência comunicativa hoje diferencia as empresas modernas das antiquadas, pois o interlocutor não dispõe mais de tempo nem vontade para decifrar textos mal - elaborados.

O QUE UM TEXTO MAL - ELABORADO ACARRETA

- Desmotivação pela leitura: embromação afasta os leitores.
- Privilégio da troca oral de informações: se os textos não forem bons, as pessoas recorrerão à oralidade. Nesse caso, não há registros formais, o que torna a comunicação temerária.

- Falta de credibilidade: mensagens mal - elaboradas, ambíguas ou obscuras podem comprometer a credibilidade de uma área ou de toda a empresa diante de seus clientes.

- Retrabalho e prejuízos: pode ocorrer tanto para o emissor quanto para o receptor da mensagem. Um zero colocado por distração pode ser fatal. Uma vírgula muda tudo. Um memorando escrito de maneira inadequada pode causar falência.

- Conflitos internos constantes: falta de clareza gera insegurança e interpretações equívocas e perigosos erros de comunicação, o que pode levar à desagregação –algo contrário à sinergia positiva necessária ao sucesso de qualquer ambiente profissional.

- Ineficiência para novos negócios: o poder de persuasão de um texto é seriamente comprometido pela ocorrência de equívocos, o que pode resultar em perdas de lucratividade.

AS VIRTUDES E OS VÍCIOS DO ESTILO EMPRESARIAL

Veremos, a partir de agora as virtudes e os vícios do estilo empresarial para que você melhore sua comunicabilidade no ambiente profissional.



A linguagem funciona como um espelho da qualidade dos produtos ou serviços de uma empresa.

EXEMPLOS DAS VIRTUDES TEXTUAIS

Objetividade

Quando falta objetividade em uma comunicação, a imagem da empresa fica violentamente comprometida. Textos confusos fazem crer que a organização é antiquada, ultrapassada e incapaz de se instalar num mercado altamente competitivo.

O que deve pensar quem emite textos no ambiente empresarial

- O contato direto do leitor com o assunto depende de trabalho intenso do emissor.

Intimidade excessiva

O que é bom numa carta de amor não funciona na redação empresarial. Frases “emocionais” e “desabafos” não cabem no contexto profissional. O equilíbrio do emissor é traduzido pelo uso objetivo e impessoal da linguagem. Evite adjetivos, apelidos e subjetividade.

- Descrédito

O coloquialismo, que cai bem numa conversa entre amigos, pode afugentar consumidores mais exigentes. Comunicações formais sugerem seriedade, objetividade e imparcialidade e previnem a vagueza e a ambiguidade.

- Má impressão

Linguagem informal pode significar desleixo gramatical, erros e texto sem planejamento estrutural. Erros gramaticais sugerem que a empresa emprega pessoal pouco “escolarizado”.

Quanto à correção gramatical, última virtude do texto empresarial, já dedicamos uma aula a este problema.

VÍCIOS DO TEXTO EMPRESARIAL MODERNO

O emissor de redações empresariais deve evitar:

- 1 – Verbosidade — o emissor usa estilo erudito e complicado.
- 2 – Chavões — o emissor emprega expressões gastas, inúteis e irritantes.
- 3 – Coloquialismo/ gírias — o emissor escreve como fala.
- 4 – Jargão técnico descontextualizado — uso de termos técnicos com leigos.

VINTE LEMBRETES PARA O REDATOR DE CARTAS EMPRESARIAIS

- 1- Trate todos os clientes com a máxima cortesia.
- 2- Responda sem demora às cartas recebidas.
- 3- Antes de escrever, reúna todos os dados necessários.
- 4- Vá diretamente ao assunto, pois os clientes são pessoas ocupadas.
- 5- Seja claro e conciso, pois assim economizará o tempo do cliente e o seu próprio.
- 6- Quando tiver de redigir, evite o nervosismo e a preocupação; sem serenidade, é difícil reunir ideias apropriadas.
- 7- Seja original: evite as expressões rotineiras, vagas e confusas.
- 8- Não empregue gíria: não convém ser “natural” demais! Também não use, desnecessariamente, termos técnicos. Afinal, por que complicar?
- 9- Mostre simpatia e compreensão: evite controvérsias e os antagonismos.
- 10- Não se gabe por estar sempre com a razão: você também pode equivocar-se.
- 11- Se for preciso apresentar queixas, evite o tom ofensivo, que pode resultar em reações indesejáveis e prejudiciais. “Não se apanham moscas com vinagre”, diz o ditado.
- 12- Em vez de censurar, peça explicações.
- 13- Consulte seguidamente o dicionário, para certificar-se de que as palavras têm efetivamente o significado que você lhes atribui.
- 14- Use, de preferência, a voz ativa: ela é mais direta, mais eficaz, mais vigorosa.
- 15- Examine cópias de cartas suas e de outros e procure encontrar-lhes uma redação melhor.

- 16- Escreva para expressar-se, não para impressionar.
- 17- Não faça borrões nem rasuras, que enfeiam a carta e depõem contra a organização.
- 18- A quem você está escrevendo? Se possível, forme uma ideia do destinatário. O tom de sua carta pode variar de acordo com o relacionamento ou conhecimento que há entre remetente e destinatário.
- 19- Faça com que suas cartas reflitam uma atitude alegre e espírito de cooperação. Mostre que você tem interesse sincero em ajudar, pois cativa as pessoas.
- 20- Lembre-se: uma carta bem redigida assegura bons negócios.

CARTA EMPRESARIAL

Partes da carta empresarial

A carta empresarial consta das seguintes partes básicas: cabeçalho, texto e fecho.

1 - CABEÇALHO	2 - TEXTO	3 - FECHO
<p>O cabeçalho compreende:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. o timbre; 2. o índice e o número; 3. a data; 4. o endereço; 5. a linha de atenção; 6. a referência ou o assunto; 7. o vocativo. 	<p>É o chamado corpo da carta.</p> <p>O texto compreende:</p> <ul style="list-style-type: none"> a introdução; o desenvolvimento; a conclusão. 	<p>O fecho compreende:</p> <ul style="list-style-type: none"> a despedida (a fórmula de cortesia); a assinatura; as iniciais; a indicação de anexos; o aviso de cópias; o pós-escrito; o aviso de segunda folha.

NOTA – Alguns dos elementos citados, tanto no cabeçalho como no fecho, não aparecem em todas as cartas, tratando-se apenas de componentes eventuais. Nos capítulos respectivos, ver-se-á a necessidade ou a utilidade da presença, na carta, de cada um desses elementos.

O cabeçalho da carta empresarial

Como vimos o cabeçalho compreende: o timbre, o índice e o número, a data, o endereço, a linha de atenção, a referência ou o assunto e o vocativo.

1- TIMBRE

O timbre oferece ao leitor três informações sobre o remetente: a) quem é; b) o que faz; c) qual é o seu endereço. Contém: o nome (razão social) da empresa, a especificação do seu ramo de atividades, o endereço completo do estabelecimento, inclusive número de telefone e telex, denominação telegráfica, etc. Havendo filiais, sucursais, agências, etc., essas indicações também dão dadas.

O timbre requer uma apresentação artística, identificando o ramo de negócios e também a personalidade da empresa. Deve ter sobriedade e simplicidade, pois o exagero de elementos pode fazer com que os fundamentais passem despercebidos.

O timbre não é um catálogo ou um guia telefônico.

Nas cartas de vendas, todavia, admite-se que o timbre apresente ilustrações e mensagens específicas.

Prática mais comum é o uso do logotipo ou um “slogan” de especial impacto no timbre.