



CÓD: OP-064MA-24
7908403554270

MINEIROS-GO

PREFEITURA MUNICIPAL DE MINEIROS - GOIÁS - GO

Auxiliar de Secretaria

EDITAL DE CONCURSO PÚBLICO Nº 001/2024



ATENÇÃO

- A Opção não está vinculada às organizadoras de Concurso Público. A aquisição do material não garante sua inscrição ou ingresso na carreira pública,
- Sua apostila aborda os tópicos do Edital de forma prática e esquematizada,
- Dúvidas sobre matérias podem ser enviadas através do site: www.apostilasopcao.com.br/contatos.php, com retorno do professor no prazo de até 05 dias úteis.,
- É proibida a reprodução total ou parcial desta apostila, de acordo com o Artigo 184 do Código Penal.



Apostilas Opção, a Opção certa para a sua realização.

COMO ACESSAR O SEU BÔNUS

Se você comprou essa apostila em nosso site, o bônus já está liberado na sua área do cliente. Basta fazer login com seus dados e aproveitar.

Mas caso você não tenha comprado no nosso site, siga os passos abaixo para ter acesso ao bônus:



Acesse o endereço apostilaopcao.com.br/bonus.



Digite o código que se encontra atrás da apostila (**conforme foto ao lado**).



Siga os passos para realizar um breve cadastro e acessar o **bônus**.



Língua Portuguesa

1. Compreensão e interpretação de texto	7
2. Tipologias textuais	7
3. Variedades linguísticas e contexto	8
4. Elementos da comunicação e funções da linguagem	9
5. Ortografia oficial vigente	10
6. Acentuação gráfica e tônica	10
7. Pontuação	11
8. Significação de palavras: antonímia, sinonímia, homonímia, paronímia. Denotação e conotação	15
9. Estrutura e formação das palavras	15
10. Classes de palavras: variáveis e invariáveis (classificação e uso)	16
11. Sintaxe: oração e período, tipos de sujeito, tipos de predicado, processos de coordenação e subordinação	23
12. Regência nominal e verbal	27
13. Crase	27
14. Concordância nominal e verbal	28
15. Coesão e coerência textuais	30

Matemática

1. Aritmética; Cálculo Numérico e Algébrico, Conjuntos, Conjuntos Numéricos	37
2. Porcentagem	43
3. Relações e Funções, Gráficos de funções; Função do 1º grau; Função do 2º grau; Função Modular; Função Exponencial; Logaritmos; Função Logarítmica; Função Trigonométrica	44
4. Progressões	77
5. Geometria Plana; Geometria de Posição Espacial; Geometria Métrica Espacial; Geometria Analítica	81
6. Trigonometria	93
7. Matrizes; Determinantes; Sistemas Lineares	99
8. Análise Combinatória	110
9. Probabilidade	112
10. Números Complexos	114
11. Polinômios	121
12. Equações Polinomiais ou Algébricas	125
13. Noções de Estatísticas e problemas envolvendo Raciocínio Lógico. Gráficos e Tabelas	126
14. Sequências Lógicas envolvendo Números, Letras e Figuras	129
15. Regra de três simples e compostas, Proporcionalidade	131
16. Equação do 1º grau, Equação do 2º grau, Inequação do 1º grau, Inequação do 2º grau	133
17. Juros simples e Juros compostos	136
18. Matrizes e determinantes	138
19. Plano cartesiano	138
20. Equação exponencial	138
21. Equação logarítmica	138
22. Equação trigonométrica	138
23. Semelhança de polígonos	138

24. Relações métricas no triângulo retângulo	139
25. Teorema de Pitágoras	139

Conhecimentos em Informática

1. Hardware e componentes, periféricos de um computador; dispositivos de armazenamento, entrada e saída.	141
2. Operações sobre arquivos, dispositivos de armazenamento e serviços de armazenamento em nuvem	141
3. Sistemas Operacionais Windows e Linux	142
4. Conceitos de software, Conceitos e modos de utilização de aplicativos para edição de textos, planilhas e apresentações: ambiente Microsoft Office e BR Office	156
5. Redes de computadores.	173
6. Conceitos e noções básicas de utilização de serviços relacionados à internet, navegadores, redes sociais em contexto de uso profissional e correio eletrônico (e-mail), Princípios e boas práticas de segurança da informação, backup e segurança digital	174
7. Princípios relativos à organização e gerenciamento de dados, informações, arquivos, pastas e programas	183
8. Utilização e configuração de impressoras.	186

Conhecimentos Específicos

Auxiliar de Secretaria

1. Comunicação interna e externa. Atendimento com qualidade (público interno e externo)	203
2. Comunicação Não Violenta	208
3. Relacionamento interpessoal e trabalho em equipe	208
4. Ética no Serviço Público	212
5. Princípios e conceitos da Administração Pública: legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência.	218
6. Organização Administrativa: Administração direta e indireta, centralizada e descentralizada, autarquias e fundações.	225
7. O servidor público: cargo, emprego e função pública. Contratação no serviço público: concurso público, processo seletivo temporário, contratação para cargos em comissão, admissão e demissão	229
8. Serviços públicos.	250
9. Processos de licitação, compras e contratos administrativos na Administração Pública. Lei nº 14.133/21 – Licitações: conceito, princípios e objeto; obrigatoriedade, dispensa, inexigibilidade e vedação; modalidades; procedimento, revogação e anulação	261
10. Orçamento público: Conceito e princípios orçamentários	334
11. Noções sobre correspondência oficial e comercial: tipos de documentos, abreviações e formas de tratamento. Manual de redação da presidência	348
12. Transparência da Administração Pública	357
13. Cidadania e controle social	377
14. Lei nº 8.429/92 atualizada (Lei de Improbidade Administrativa)	379
15. Lei nº 10.520/2002 (Lei do Pregão).	394

Conteúdo Digital

Legislação

1. Lei Orgânica do Município de Mineiros: Estrutura e Funções do Governo Municipal; Direitos e Deveres dos Municípios; Disposições Gerais e Administrativas	01
2. Estatuto do Servidor Público do Município de Mineiros (Lei nº 1360/2008 e suas alterações): Direitos, deveres e responsabilidades dos servidores públicos; Regime disciplinar e processo administrativo disciplinar; Regimes de trabalho, remuneração e benefícios	17
3. Constituição Federal: Princípios fundamentais	35
4. Direitos e garantias fundamentais	35
5. Organização do Estado	39
6. Dos Poderes	52

Conteúdo Digital

- Para estudar o Conteúdo Digital acesse sua “Área do Cliente” em nosso site, ou siga os passos indicados na página 2 para acessar seu bônus.

<https://www.apostilasopcao.com.br/customer/account/login/>

LÍNGUA PORTUGUESA

COMPREENSÃO E INTERPRETAÇÃO DE TEXTO

Compreender e interpretar textos é essencial para que o objetivo de comunicação seja alcançado satisfatoriamente. Com isso, é importante saber diferenciar os dois conceitos. Vale lembrar que o texto pode ser verbal ou não-verbal, desde que tenha um sentido completo.

A **compreensão** se relaciona ao entendimento de um texto e de sua proposta comunicativa, decodificando a mensagem explícita. Só depois de compreender o texto que é possível fazer a sua interpretação.

A **interpretação** são as conclusões que chegamos a partir do conteúdo do texto, isto é, ela se encontra para além daquilo que está escrito ou mostrado. Assim, podemos dizer que a interpretação é subjetiva, contando com o conhecimento prévio e do repertório do leitor.

Dessa maneira, para compreender e interpretar bem um texto, é necessário fazer a decodificação de códigos linguísticos e/ou visuais, isto é, identificar figuras de linguagem, reconhecer o sentido de conjunções e preposições, por exemplo, bem como identificar expressões, gestos e cores quando se trata de imagens.

Dicas práticas

1. Faça um resumo (pode ser uma palavra, uma frase, um conceito) sobre o assunto e os argumentos apresentados em cada parágrafo, tentando traçar a linha de raciocínio do texto. Se possível, adicione também pensamentos e inferências próprias às anotações.

2. Tenha sempre um dicionário ou uma ferramenta de busca por perto, para poder procurar o significado de palavras desconhecidas.

3. Fique atento aos detalhes oferecidos pelo texto: dados, fonte de referências e datas.

4. Sublinhe as informações importantes, separando fatos de opiniões.

5. Perceba o enunciado das questões. De um modo geral, questões que esperam **compreensão do texto** aparecem com as seguintes expressões: *o autor afirma/sugere que...; segundo o texto...; de acordo com o autor...* Já as questões que esperam **interpretação do texto** aparecem com as seguintes expressões: *conclui-se do texto que...; o texto permite deduzir que...; qual é a intenção do autor quando afirma que...*

TIPOLOGIAS TEXTUAIS

A partir da estrutura linguística, da função social e da finalidade de um texto, é possível identificar a qual tipo e gênero ele pertence. Antes, é preciso entender a diferença entre essas duas classificações.

Tipos textuais

A tipologia textual se classifica a partir da estrutura e da finalidade do texto, ou seja, está relacionada ao modo como o texto se apresenta. A partir de sua função, é possível estabelecer um padrão específico para se fazer a enunciação.

Veja, no quadro abaixo, os principais tipos e suas características:

TEXTO NARRATIVO	Apresenta um enredo, com ações e relações entre personagens, que ocorre em determinado espaço e tempo. É contado por um narrador, e se estrutura da seguinte maneira: apresentação > desenvolvimento > clímax > desfecho
TEXTO DISSERTATIVO-ARGUMENTATIVO	Tem o objetivo de defender determinado ponto de vista, persuadindo o leitor a partir do uso de argumentos sólidos. Sua estrutura comum é: introdução > desenvolvimento > conclusão.
TEXTO EXPOSITIVO	Procura expor ideias, sem a necessidade de defender algum ponto de vista. Para isso, usa-se comparações, informações, definições, conceitualizações etc. A estrutura segue a do texto dissertativo-argumentativo.
TEXTO DESCRITIVO	Expõe acontecimentos, lugares, pessoas, de modo que sua finalidade é descrever, ou seja, caracterizar algo ou alguém. Com isso, é um texto rico em adjetivos e em verbos de ligação.
TEXTO INJUNTIVO	Oferece instruções, com o objetivo de orientar o leitor. Sua maior característica são os verbos no modo imperativo.

Gêneros textuais

A classificação dos gêneros textuais se dá a partir do reconhecimento de certos padrões estruturais que se constituem a partir da função social do texto. No entanto, sua estrutura e seu estilo não são tão limitados e definidos como ocorre na tipologia textual, podendo se apresentar com uma grande diversidade. Além disso, o padrão também pode sofrer modificações ao longo do tempo, assim como a própria língua e a comunicação, no geral.

Alguns exemplos de gêneros textuais:

- Artigo
- Bilhete
- Bula
- Carta

- Conto
- Crônica
- E-mail
- Lista
- Manual
- Notícia
- Poema
- Propaganda
- Receita culinária
- Resenha
- Seminário

Vale lembrar que é comum enquadrar os gêneros textuais em determinados tipos textuais. No entanto, nada impede que um texto literário seja feito com a estruturação de uma receita culinária, por exemplo. Então, fique atento quanto às características, à finalidade e à função social de cada texto analisado.

VARIETADES LINGÜÍSTICAS E CONTEXTO

É possível encontrar no Brasil diversas variações linguísticas, como na linguagem regional. Elas reúnem as variantes da língua que foram criadas pelos homens e são reinventadas a cada dia.

Delas surgem as variações que envolvem vários aspectos históricos, sociais, culturais, geográficos, entre outros.

Nenhuma língua é usada de maneira uniforme por todos os seus falantes em todos os lugares e em qualquer situação. Sabe-se que, numa mesma língua, há formas distintas para traduzir o mesmo significado dentro de um mesmo contexto.

As variações que distinguem uma variante de outra se manifestam em quatro planos distintos, a saber: fônico, morfológico, sintático e lexical.

Variações Morfológicas

Ocorrem nas formas constituintes da palavra. As diferenças entre as variantes não são tantas quanto as de natureza fônica, mas não são desprezíveis. Como exemplos, podemos citar:

– uso de substantivos masculinos como femininos ou vice-versa: *duzentas* gramas de presunto (*duzentos*), *a* champanha (o champanha), tive *muita dó dela (muito dó)*, *mistura do cal* (da cal).

– a omissão do “s” como marca de plural de substantivos e adjetivos (típicos do falar paulistano): *os amigo e as amiga*, *os livro indicado*, *as noite fria*, *os caso mais comum*.

– o enfraquecimento do uso do modo subjuntivo: Espero que o Brasil *reflete* (reflita) sobre o que aconteceu nas últimas eleições; Se eu *estava* (estivesse) lá, não deixava acontecer; Não é possível que ele *esforçou* (tenha se esforçado) mais que eu.

– o uso do prefixo *hiper-* em vez do sufixo *-íssimo* para criar o superlativo de adjetivos, recurso muito característico da linguagem jovem urbana: um cara *hiper-humano* (em vez de *humaníssimo*), uma prova *hiperdifícil* (em vez de *difícilíssima*), um carro *hiperpossante* (em vez de *possantíssimo*).

– a conjugação de verbos irregulares pelo modelo dos regulares: ele *entreviu* (entreviou), se ele *manter* (mantiver), se ele *ver* (vir) o recado, quando ele *repor* (repuser).

– a conjugação de verbos regulares pelo modelo de irregulares: *vareia* (varia), *negoceia* (negocia).

Variações Fônicas

Ocorrem no modo de pronunciar os sons constituintes da palavra. Entre esses casos, podemos citar:

– a redução de proparoxítonas a paroxítonas: *Petrópolis* (*Petrópolis*), *fórfi* (*fósforo*), *porva* (*pólvora*), todas elas formas típicas de pessoas de baixa condição social.

– A pronúncia do “l” final de sílaba como “u” (na maioria das regiões do Brasil) ou como “l” (em certas regiões do Rio Grande do Sul e Santa Catarina) ou ainda como “r” (na linguagem caipira): *quintau*, *quintar*, *quintal*; *pastéu*, *paster*, *pastel*; *faróu*, *farór*, *farol*.

– deslocamento do “r” no interior da sílaba: *largato*, *preguntar*, *estrupo*, *cardeneta*, típicos de pessoas de baixa condição social.

– a queda do “r” final dos verbos, muito comum na linguagem oral no português: *falá*, *vendê*, *curti* (em vez de *curtir*), *compô*.

– o acréscimo de vogal no início de certas palavras: eu me *alembro*, o pássaro *avoá*, formas comuns na linguagem clássica, hoje frequentes na fala caipira.

– a queda de sons no início de palavras: *ocê*, *cê*, *ta*, *tava*, *ma-relo* (amarelo), *margoso* (amargoso), características na linguagem oral coloquial.

Variações Sintáticas

Correlação entre as palavras da frase. No domínio da sintaxe, como no da morfologia, não são tantas as diferenças entre uma variante e outra. Como exemplo, podemos citar:

– a substituição do pronome relativo “cujo” pelo pronome “que” no início da frase mais a combinação da preposição “de” com o pronome “ele” (=dele): É um amigo *que* eu já conhecia a família dele (em vez de *cuja família eu já conhecia*).

– a mistura de tratamento entre *tu* e *você*, sobretudo quando se trata de verbos no imperativo: *Entra*, que eu quero falar *com você* (em vez de *contigo*); *Fala baixo* que a sua (em vez de *tua*) voz me irrita.

– ausência de concordância do verbo com o sujeito: *Eles chegaram* tarde (em grupos de baixa extração social); *Faltou* naquela semana muitos alunos; *Comentou-se* os episódios.

– o uso de pronomes do caso reto com outra função que não a de sujeito: *encontrei ele* (em vez de *encontrei-o*) na rua; não irão sem *você e eu* (em vez de *mim*); nada houve entre *tu* (em vez de *ti*) e *ele*.

– o uso do pronome *lhe* como objeto direto: não *lhe* (em vez de “o”) *convidei*; eu *lhe* (em vez de “o”) *vi* ontem.

– a ausência da preposição adequada antes do pronome relativo em função de complemento verbal: são pessoas *que* (em vez de: *de que*) eu gosto muito; este é o melhor filme *que* (em vez de *a que*) eu assisti; *você é a pessoa que* (em vez de *em que*) eu mais confio.

Variações Léxicas

Conjunto de palavras de uma língua. As variantes do plano do léxico, como as do plano fônico, são muito numerosas e caracterizam com nitidez uma variante em confronto com outra. São exemplos possíveis de citar:

– as diferenças lexicais entre Brasil e Portugal são tantas e, às vezes, tão surpreendentes, que têm sido objeto de piada de lado a lado do Oceano. Em Portugal chamam de *cueca* aquilo que no Brasil chamamos de *calcinha*; o que chamamos de *fila* no Brasil, em Portugal chamam de *bicha*; *café da manhã* em Portugal se diz *pequeno almoço*; *camisola* em Portugal traduz o mesmo que chamamos de *suéter*, *malha*, *camiseta*.

– a escolha do adjetivo *maior* em vez do advérbio *muito* para formar o grau superlativo dos adjetivos, características da linguagem jovem de alguns centros urbanos: *maior* legal; *maior* difícil; Esse amigo é um carinha *maior* esforçado.

Designações das Variantes Lexicais:

– **Arcaísmo:** palavras que já caíram de uso. Por exemplo, um *bobalhão* era chamado de *coió* ou *bocó*; em vez de *refrigerante* usava-se *gasosa*; algo muito bom, de qualidade excelente, era *supimpa*.

– **Neologismo:** contrário do arcaísmo. São palavras recém-criadas, muitas das quais mal ou nem entraram para os dicionários. A na computação tem vários exemplos, como *escanear*, *deletar*, *printar*.

– **Estrangeirismo:** emprego de palavras emprestadas de outra língua, que ainda não foram aportuguesadas, preservando a forma de origem. Nesse caso, há muitas expressões latinas, sobretudo da linguagem jurídica, tais como: *habeas-corpus* (literalmente, “tenhas o corpo” ou, mais livremente, “estejas em liberdade”), *ipso facto* (“pelo próprio fato de”, “por isso mesmo”).

As palavras de origem inglesas são várias: *feeling* (“sensibilidade”, capacidade de percepção), *briefing* (conjunto de informações básicas).

– **Jargão:** vocabulário típico de um campo profissional como a medicina, a engenharia, a publicidade, o jornalismo. *Furo* é notícia dada em primeira mão. Quando o furo se revela falso, foi uma *barriga*.

– **Gíria:** vocabulário especial de um grupo que não deseja ser entendido por outros grupos ou que pretende marcar sua identidade por meio da linguagem. Por exemplo, *levar um lero* (conversar).

– **Preciosismo:** é um léxico excessivamente erudito, muito raro: *procrastinar* (em vez de adiar); *cinesiforo* (em vez de motorista).

– **Vulgarismo:** o contrário do preciosismo, por exemplo, de *saco cheio* (em vez de *aborrecido*), *se ferrou* (em vez de *se deu mal*, *arruinou-se*).

Tipos de Variação

As variações mais importantes, são as seguintes:

– **Sociocultural:** Esse tipo de variação pode ser percebido com certa facilidade.

– **Geográfica:** é, no Brasil, bastante grande. Ao conjunto das características da pronúncia de uma determinada região dá-se o nome de sotaque: sotaque mineiro, sotaque nordestino, sotaque gaúcho etc.

– **De Situação:** são provocadas pelas alterações das circunstâncias em que se desenrola o ato de comunicação. Um modo de falar compatível com determinada situação é incompatível com outra

– **Histórica:** as línguas se alteram com o passar do tempo e com o uso. Muda a forma de falar, mudam as palavras, a grafia e o sentido delas. Essas alterações recebem o nome de *variações históricas*.

ELEMENTOS DA COMUNICAÇÃO E FUNÇÕES DA LINGUAGEM

A linguagem é uma ferramenta fundamental para a comunicação humana. Ela está presente em todas as esferas da sociedade e é utilizada de diferentes formas, de acordo com as condições de produção e recepção social. Nesse contexto, a norma ortográfica é uma das convenções mais importantes, pois é responsável por padronizar a escrita da língua portuguesa e garantir a sua compreensão por diferentes públicos.

— Finalidade da linguagem

A linguagem é utilizada para diferentes finalidades, que variam de acordo com a situação comunicativa. Em um contexto formal, por exemplo, a linguagem é utilizada para transmitir informações objetivas e claras. Já em um contexto informal, a linguagem pode ser utilizada para estabelecer vínculos afetivos e emocionais entre os interlocutores.

— Função da linguagem

A função da linguagem está relacionada à intenção do falante ao utilizar a linguagem em determinado contexto. De acordo com Roman Jakobson, há seis funções da linguagem: emotiva, conativa, referencial, metalinguística, fática e poética.

A função emotiva da linguagem é aquela em que o emissor expressa suas emoções e sentimentos. A função conativa da linguagem é aquela em que o emissor busca influenciar o receptor a fazer algo. A função referencial da linguagem é aquela em que o emissor transmite informações objetivas sobre o mundo. A função metalinguística da linguagem é aquela em que o emissor utiliza a linguagem para falar sobre a própria linguagem. A função fática da linguagem é aquela em que o emissor busca estabelecer e manter o contato com o receptor. E, por fim, a função poética da linguagem é aquela em que o emissor utiliza a linguagem de forma artística, valorizando a sonoridade, a beleza e a criatividade.

— Funcionamento da norma ortográfica

A norma ortográfica é um conjunto de regras que padroniza a escrita da língua portuguesa. Ela é fundamental para garantir a compreensão dos textos escritos por diferentes públicos, bem como para a preservação da língua. No entanto, a norma ortográfica não é imutável e pode sofrer alterações ao longo do tempo.

A ortografia é baseada em um sistema de grafias e sons, ou seja, cada letra representa um som específico na língua. Essa relação entre grafias e sons é chamada de correspondência fonema-grafema. Além disso, a norma ortográfica estabelece regras para a acentuação, pontuação, uso de maiúsculas e minúsculas, entre outras convenções.

— A apropriação da norma ortográfica

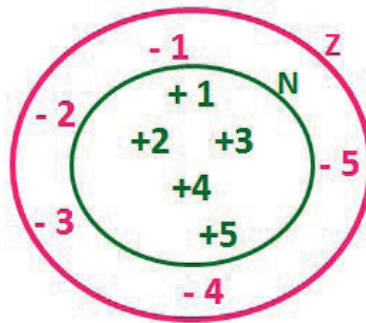
A norma ortográfica é um conjunto de regras que estabelecem a escrita correta das palavras. Ela é fundamental para garantir a compreensão do texto e a comunicação entre as pessoas. Porém, é importante ressaltar que a norma ortográfica não é um fim em si mesma, mas um meio para a comunicação efetiva. Assim, a sua apropriação deve ser entendida como um processo que visa facilitar a compreensão do texto e não como um fim em si mesmo.

MATEMÁTICA

ARITMÉTICA; CÁLCULO NUMÉRICO E ALGÉBRICO. CONJUNTOS, CONJUNTOS NUMÉRICOS

Conjunto dos números inteiros - z

O conjunto dos números inteiros é a reunião do conjunto dos números naturais $N = \{0, 1, 2, 3, 4, \dots, n, \dots\}$ ($N \subset Z$); o conjunto dos opostos dos números naturais e o zero. Representamos pela letra Z.



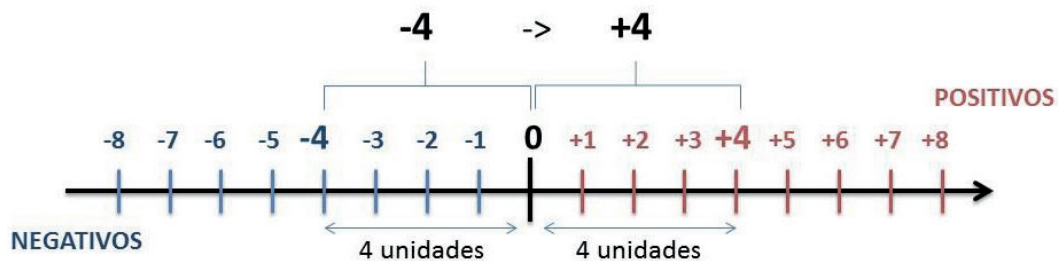
$N \subset Z$ (N está contido em Z)

Subconjuntos:

SÍMBOLO	REPRESENTAÇÃO	DESCRIÇÃO
*	Z^*	Conjunto dos números inteiros não nulos
+	Z_+	Conjunto dos números inteiros não negativos
* e +	Z^*_+	Conjunto dos números inteiros positivos
-	Z_-	Conjunto dos números inteiros não positivos
* e -	Z^*_-	Conjunto dos números inteiros negativos

Observamos nos números inteiros algumas características:

- **Módulo:** distância ou afastamento desse número até o zero, na reta numérica inteira. Representa-se o módulo por $| \cdot |$. O módulo de qualquer número inteiro, diferente de zero, é sempre positivo.
- **Números Opostos:** dois números são opostos quando sua soma é zero. Isto significa que eles estão a mesma distância da origem (zero).



Somando-se temos: $(+4) + (-4) = (-4) + (+4) = 0$

Operações

• **Soma ou Adição:** Associamos aos números inteiros positivos a ideia de ganhar e aos números inteiros negativos a ideia de perder.

ATENÇÃO: O sinal (+) antes do número positivo pode ser dispensado, mas o sinal (-) antes do número negativo nunca pode ser dispensado.

• **Subtração:** empregamos quando precisamos tirar uma quantidade de outra quantidade; temos duas quantidades e queremos saber quanto uma delas tem a mais que a outra; temos duas quantidades e queremos saber quanto falta a uma delas para atingir a outra. A subtração é a operação inversa da adição. O sinal sempre será do maior número.

ATENÇÃO: todos parênteses, colchetes, chaves, números, ..., entre outros, precedidos de sinal negativo, tem o seu sinal invertido, ou seja, é dado o seu oposto.

Exemplo:

(FUNDAÇÃO CASA – AGENTE EDUCACIONAL – VUNESP) Para zelar pelos jovens internados e orientá-los a respeito do uso adequado dos materiais em geral e dos recursos utilizados em atividades educativas, bem como da preservação predial, realizou-se uma dinâmica elencando “atitudes positivas” e “atitudes negativas”, no entendimento dos elementos do grupo. Solicitou-se que cada um classificasse suas atitudes como positiva ou negativa, atribuindo (+4) pontos a cada atitude positiva e (-1) a cada atitude negativa. Se um jovem classificou como positiva apenas 20 das 50 atitudes anotadas, o total de pontos atribuídos foi

- (A) 50.
- (B) 45.
- (C) 42.
- (D) 36.
- (E) 32.

Resolução:

50-20=30 atitudes negativas
 20.4=80
 30.(-1)=-30
 80-30=50

Resposta: A

• **Multiplicação:** é uma adição de números/ fatores repetidos. Na multiplicação o produto dos números *a* e *b*, pode ser indicado por ***a x b***, ***a . b*** ou ainda ***ab*** sem nenhum sinal entre as letras.

• **Divisão:** a divisão exata de um número inteiro por outro número inteiro, diferente de zero, dividimos o módulo do dividendo pelo módulo do divisor.

ATENÇÃO:

- 1) No conjunto Z, a divisão não é comutativa, não é associativa e não tem a propriedade da existência do elemento neutro.
- 2) Não existe divisão por zero.
- 3) Zero dividido por qualquer número inteiro, diferente de zero, é zero, pois o produto de qualquer número inteiro por zero é igual a zero.

Na multiplicação e divisão de números inteiros é muito importante a **REGRA DE SINAIS:**

Sinais iguais (+) (+); (-) (-) = resultado sempre positivo .
Sinais diferentes (+) (-); (-) (+) = resultado sempre negativo .

Exemplo:

(PREF.DE NITERÓI) Um estudante empilhou seus livros, obtendo uma única pilha 52cm de altura. Sabendo que 8 desses livros possui uma espessura de 2cm, e que os livros restantes possuem espessura de 3cm, o número de livros na pilha é:

- (A) 10
- (B) 15
- (C) 18
- (D) 20
- (E) 22

Resolução:

São 8 livros de 2 cm: $8 \cdot 2 = 16$ cm
 Como eu tenho 52 cm ao todo e os demais livros tem 3 cm, temos:

$52 - 16 = 36$ cm de altura de livros de 3 cm

$36 : 3 = 12$ livros de 3 cm

O total de livros da pilha: $8 + 12 = 20$ livros ao todo.

Resposta: D

• **Potenciação:** A potência a^n do número inteiro *a*, é definida como um produto de *n* fatores iguais. O número *a* é denominado a *base* e o número *n* é o *expoente*. $a^n = a \times a \times a \times a \dots \times a$, *a* é multiplicado por *a* *n* vezes. Tenha em mente que:

– Toda potência de **base positiva** é um número **inteiro positivo**.

– Toda potência de **base negativa e expoente par** é um número **inteiro positivo**.

– Toda potência de **base negativa e expoente ímpar** é um número **inteiro negativo**.

Propriedades da Potenciação

1) Produtos de Potências com bases iguais: Conserva-se a base e somam-se os expoentes. $(-a)^3 \cdot (-a)^6 = (-a)^{3+6} = (-a)^9$

2) Quocientes de Potências com bases iguais: Conserva-se a base e subtraem-se os expoentes. $(-a)^8 : (-a)^6 = (-a)^{8-6} = (-a)^2$

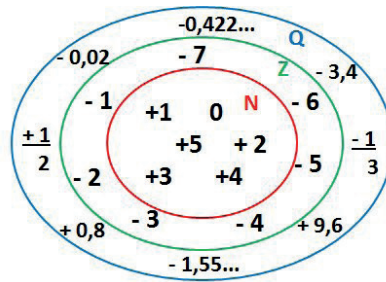
3) Potência de Potência: Conserva-se a base e multiplicam-se os expoentes. $[(-a)^5]^2 = (-a)^{5 \cdot 2} = (-a)^{10}$

4) Potência de expoente 1: É sempre igual à base. $(-a)^1 = -a$ e $(+a)^1 = +a$

5) Potência de expoente zero e base diferente de zero: É igual a 1. $(+a)^0 = 1$ e $(-b)^0 = 1$

Conjunto dos números racionais – Q

Um número racional é o que pode ser escrito na forma $\frac{m}{n}$, onde *m* e *n* são números inteiros, sendo que *n* deve ser diferente de zero. Frequentemente usamos *m/n* para significar a divisão de *m* por *n*.



N C Z C Q (N está contido em Z que está contido em Q)

Subconjuntos:

SÍMBOLO	REPRESENTAÇÃO	DESCRIÇÃO
*	Q^*	Conjunto dos números racionais não nulos
+	Q_+	Conjunto dos números racionais não negativos
* e +	Q^*_+	Conjunto dos números racionais positivos
-	Q_-	Conjunto dos números racionais não positivos
* e -	Q^*_-	Conjunto dos números racionais negativos

Representação decimal

Podemos representar um número racional, escrito na forma de fração, em número decimal. Para isso temos duas maneiras possíveis:

1º) O numeral decimal obtido possui, após a vírgula, um número finito de algarismos. Decimais Exatos:

$$\frac{2}{5} = 0,4$$

2º) O numeral decimal obtido possui, após a vírgula, infinitos algarismos (nem todos nulos), repetindo-se periodicamente Decimais Periódicos ou Dízimas Periódicas:

$$\frac{1}{3} = 0,333...$$

Representação Fracionária

É a operação inversa da anterior. Aqui temos duas maneiras possíveis:

1) Transformando o número decimal em uma fração numerador é o número decimal sem a vírgula e o denominador é composto pelo numeral 1, seguido de tantos zeros quantas forem as casas decimais do número decimal dado. Ex.:

$$0,035 = 35/1000$$

2) Através da fração geratriz. Aí temos o caso das dízimas periódicas que podem ser simples ou compostas.

– *Simple*s: o seu período é composto por um mesmo número ou conjunto de números que se repete infinitamente. Exemplos:

* 0,444...
Período: 4 (1 algarismo)

$$0,444... = \frac{4}{9}$$

* 0,313131...
Período: 31 (2 algarismos)

$$0,313131... = \frac{31}{99}$$

* 0,278278278...
Período: 278 (3 algarismos)

$$0,278278278... = \frac{278}{999}$$

Procedimento: para transformarmos uma dízima periódica simples em fração basta utilizarmos o dígito 9 no denominador para cada quantos dígitos tiver o período da dízima.

– *Composta*: quando a mesma apresenta um ante período que não se repete.

a)

Parte não periódica com o período da dízima menos a parte não periódica

$$0,58\overline{33} \dots = \frac{583 - 58}{900} = \frac{525}{900} = \frac{525 : 75}{900 : 75} = \frac{7}{12}$$

Simplificando

Parte não periódica com 2 algarismos

Período com 1 algarismo

2 algarismos zeros

1 algarismo 9

Procedimento: para cada algarismo do período ainda se coloca um algarismo 9 no denominador. Mas, agora, para cada algarismo do antiperíodo se coloca um algarismo zero, também no denominador.

b)

Números que não se repetem e período

$$6,37\overline{777} \dots = \frac{637 - 63}{90} = \frac{574}{90}$$

Números que não se repetem

Período igual a 7
1 algarismo -> 1 nove

1 algarismo que não se repete depois da vírgula -> 1 zero

$$6 \frac{34}{90} \rightarrow \text{temos uma fração mista, transformando } - a \rightarrow (6.90 + 34) = 574, \text{ logo : } \frac{574}{90}$$

Procedimento: é o mesmo aplicado ao item “a”, acrescido na frente da parte inteira (fração mista), ao qual transformamos e obtemos a fração geratriz.

Exemplo:

(PREF. NITERÓI) Simplificando a expressão abaixo

Obtém-se $\frac{1,3333\dots + \frac{3}{2}}{1,5 + \frac{4}{3}}$:

- (A) $\frac{1}{2}$
- (B) 1
- (C) $\frac{3}{2}$
- (D) 2
- (E) 3

CONHECIMENTOS EM INFORMÁTICA

HARDWARE E COMPONENTES, PERIFÉRICOS DE UM COMPUTADOR;DISPOSITIVOS DE ARMAZENAMENTO, ENTRADA E SAÍDA

Hardware

Hardware refere-se a parte física do computador, isto é, são os dispositivos eletrônicos que necessitamos para usarmos o computador. Exemplos de hardware são: CPU, teclado, mouse, disco rígido, monitor, scanner, etc.

Software

Software, na verdade, são os programas usados para fazer tarefas e para fazer o hardware funcionar. As instruções de software são programadas em uma linguagem de computador, traduzidas em linguagem de máquina e executadas por computador.

O software pode ser categorizado em dois tipos:

- Software de sistema operacional
- Software de aplicativos em geral

• Software de sistema operacional

O software de sistema é o responsável pelo funcionamento do computador, é a plataforma de execução do usuário. Exemplos de software do sistema incluem sistemas operacionais como Windows, Linux, Unix, Solaris etc.

• Software de aplicação

O software de aplicação é aquele utilizado pelos usuários para execução de tarefas específicas. Exemplos de software de aplicativos incluem Microsoft Word, Excel, PowerPoint, Access, etc.

Para não esquecer:

HARDWARE	É a parte física do computador
SOFTWARE	São os programas no computador (de funcionamento e tarefas)

Periféricos

Periféricos são os dispositivos externos para serem utilizados no computador, ou mesmo para aprimora-lo nas suas funcionalidades. Os dispositivos podem ser essenciais, como o teclado, ou aqueles que podem melhorar a experiência do usuário e até mesmo melhorar o desempenho do computador, tais como design, qualidade de som, alto falantes, etc.

Tipos:

PERIFÉRICOS DE ENTRADA	Utilizados para a entrada de dados;
PERIFÉRICOS DE SAÍDA	Utilizados para saída/visualização de dados

• Periféricos de entrada mais comuns.

- O teclado é o dispositivo de entrada mais popular e é um item essencial. Hoje em dia temos vários tipos de teclados ergonômicos para ajudar na digitação e evitar problemas de saúde muscular;
- Na mesma categoria temos o scanner, que digitaliza dados para uso no computador;
- O mouse também é um dispositivo importante, pois com ele podemos apontar para um item desejado, facilitando o uso do computador.

• Periféricos de saída populares mais comuns

- Monitores, que mostra dados e informações ao usuário;
- Impressoras, que permite a impressão de dados para material físico;
- Alto-falantes, que permitem a saída de áudio do computador;
- Fones de ouvido.

Sistema Operacional

O software de sistema operacional é o responsável pelo funcionamento do computador. É a plataforma de execução do usuário. Exemplos de software do sistema incluem sistemas operacionais como Windows, Linux, Unix, Solaris etc.

• Aplicativos e Ferramentas

São softwares utilizados pelos usuários para execução de tarefas específicas. Exemplos: Microsoft Word, Excel, PowerPoint, Access, além de ferramentas construídas para fins específicos.

OPERAÇÕES SOBRE ARQUIVOS, DISPOSITIVOS DE ARMAZENAMENTO E SERVIÇOS DE ARMAZENAMENTO EM NUVEM

O armazenamento de dados na nuvem é quando guardamos informações na internet através de um provedor de serviços na nuvem que gerencia o armazenamento dos dados¹.

Com este serviço, são eliminados custos com infraestrutura de armazenamento físico de dados. Além disso, pode-se acessar documentos em qualquer lugar ou dispositivo (todos sincronizados).

Estes provedores de armazenamento cobram um valor proporcional ao tamanho da necessidade, mantendo os dados seguros.

Você pode acessar seus dados na nuvem através de protocolos como o SOAP (Simple Object Access Protocol), protocolo destinado à circulação de informações estruturadas entre plataformas distribuídas e descentralizadas ou usando uma API (Application Programming Interface, traduzindo, Interface de Programação de Aplicações) que integra os sistemas que tem linguagens diferentes de maneira rápida e segura.

¹ <https://centraldefavoritos.com.br/2018/12/31/armazenamento-de-dados-na-nuvem-cloud-storage/>

Benefícios do armazenamento na nuvem

- Diminuição do custo de hardware para armazenamento, só é pago o que realmente necessita e ainda é fácil e rápido aumentar o espaço caso necessite;
- As empresas pagam pela capacidade de armazenamento que realmente precisam²;
- Implantação rápida e fácil;
- Possibilidade de expandir ou diminuir o espaço por sazonalidade;
- Quem contrata gerencia a nuvem diretamente;
- A empresa contratada cuida da manutenção do sistema, backup e replicação dos dados, aquisição de dispositivos para armazenamentos extras;
- É uma ferramenta de gestão de dados, pois, estes são armazenados de forma organizada. Com uma conexão estável, o acesso e compartilhamento é fácil e rápido.

Desvantagens

- O acesso depende exclusivamente da internet, portanto, a conexão deve ser de qualidade;
- Companhias de grande porte precisam ter políticas de segurança para preservar a integridade dos arquivos;
- Geralmente, os servidores estão no exterior, o que sujeita seus dados à legislação local.

Tipos de armazenamento em nuvem

Primeiramente, é preciso determinar o tipo de implantação de nuvem, ou a arquitetura de computação em nuvem, na qual os serviços cloud contratados serão implementados pela sua gestão de TI³.

Há três diferentes maneiras de implantar serviços de nuvem:

- **Nuvem pública:** pertence a um provedor de serviços cloud terceirizado pelo qual é administrada. Esse provedor fornece recursos de computação em nuvem, como servidores e armazenamento via web, ou seja, todo o hardware, software e infraestruturas de suporte utilizados são de propriedade e gerenciamento do provedor de nuvem contratado pela organização.
- **Nuvem privada:** se refere aos recursos de computação em nuvem usados exclusivamente por uma única empresa, podendo estar localizada fisicamente no datacenter local da empresa, ou seja, uma nuvem privada é aquela em que os serviços e a infraestrutura de computação em nuvem utilizados pela empresa são mantidos em uma rede privada.
- **Nuvem híbrida:** trata-se da combinação entre a nuvem pública e a privada, que estão ligadas por uma tecnologia que permite o compartilhamento de dados e aplicativos entre elas. O uso de nuvens híbridas na computação em nuvem ajuda também a otimizar a infraestrutura, segurança e conformidade existentes dentro da empresa.

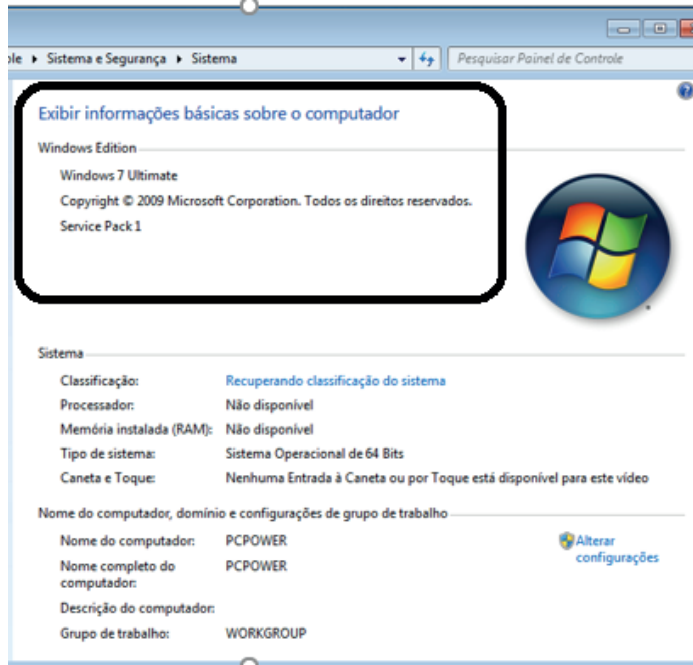
Software para armazenamento em nuvem

Software de armazenamento cloud são sites, alguns deles vinculados a provedores de e-mail e aplicações de escritório, como o Google Drive (Google), o One Drive (Microsoft) e o Dropbox. A maioria dos sites disponibiliza o serviço gratuitamente e o usuário paga apenas se contratar planos para expandir a capacidade.

² <http://www.infortrendbrasil.com.br/cloud-storage/>
³ <https://ecoit.com.br/computacao-em-nuvem/>

SISTEMAS OPERACIONAIS WINDOWS E LINUX

WINDOWS 7

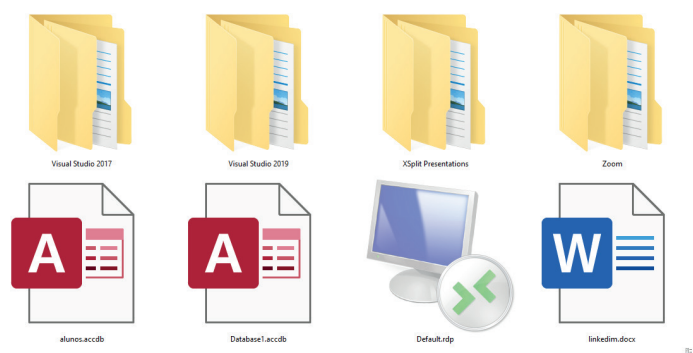


Conceito de pastas e diretórios

Pasta algumas vezes é chamada de diretório, mas o nome “pasta” ilustra melhor o conceito. Pastas servem para organizar, armazenar e organizar os arquivos. Estes arquivos podem ser documentos de forma geral (textos, fotos, vídeos, aplicativos diversos).

Lembrando sempre que o Windows possui uma pasta com o nome do usuário onde são armazenados dados pessoais.

Dentro deste contexto temos uma hierarquia de pastas.



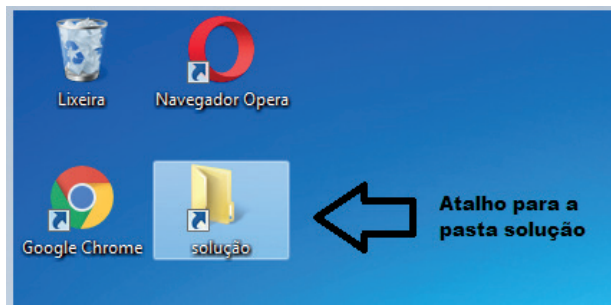
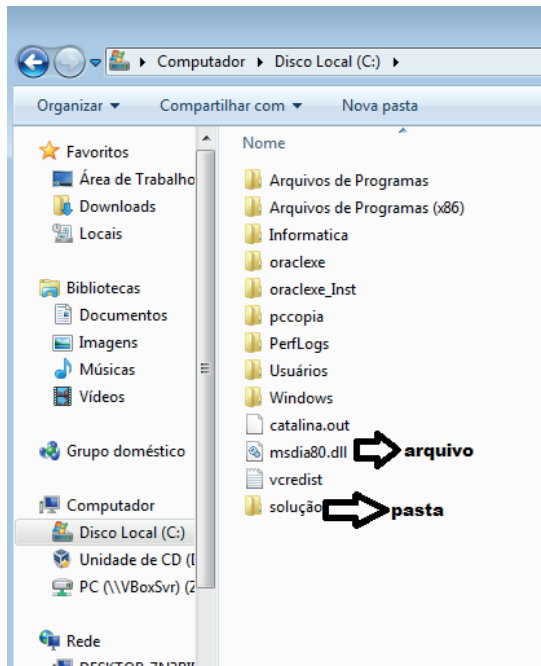
No caso da figura acima, temos quatro pastas e quatro arquivos.

Arquivos e atalhos

Como vimos anteriormente: pastas servem para organização, vimos que uma pasta pode conter outras pastas, arquivos e atalhos.

- **Arquivo** é um item único que contém um determinado dado. Estes arquivos podem ser documentos de forma geral (textos, fotos, vídeos e etc.), aplicativos diversos, etc.

- **Atalho** é um item que permite fácil acesso a uma determinada pasta ou arquivo propriamente dito.



Área de trabalho do Windows 7



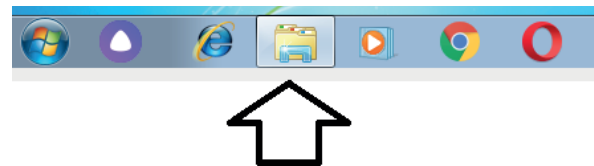
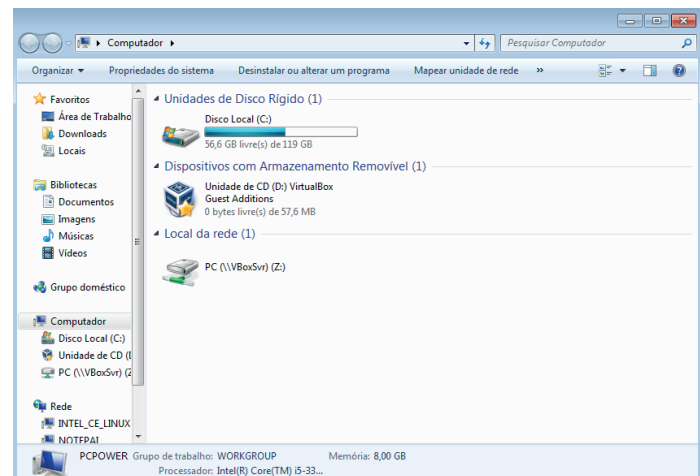
Área de transferência

A área de transferência é muito importante e funciona em segundo plano. Ela funciona de forma temporária guardando vários tipos de itens, tais como arquivos, informações etc.

- Quando executamos comandos como “Copiar” ou “Ctrl + C”, estamos copiando dados para esta área intermediária.
- Quando executamos comandos como “Colar” ou “Ctrl + V”, estamos colando, isto é, estamos pegando o que está gravado na área de transferência.

Manipulação de arquivos e pastas

A caminho mais rápido para acessar e manipular arquivos e pastas e outros objetos é através do “Meu Computador”. Podemos executar tarefas tais como: copiar, colar, mover arquivos, criar pastas, criar atalhos etc.



Uso dos menus



CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

Auxiliar de Secretaria

COMUNICAÇÃO INTERNA E EXTERNA; ATENDIMENTO COM QUALIDADE (PÚBLICO INTERNO E EXTERNO)

DEFINIÇÃO: a comunicação interna é um setor dentro de uma organização que se encarrega da corrente de informações entre seus colaboradores, seja dentro de um mesmo departamento (intradepartamental), ou entre eles (interdepartamental), por meio de canais oficiais. O processo de gestar o fluxo de informações é elaborado de forma planejada e com objetivos bem definidos. A depender do porte, das metas e dos valores da organização, essa área pode ser representada por:

- Um departamento constituído;
- Um time de colaboradores dentro da equipe de Recursos Humanos;
- Um único funcionário especializado em comunicação;
- As próprias lideranças e seus funcionários, informalmente.

Os canais de comunicação formal: são instrumentos que transmitem informação de um nível de autoridade para o outro e entre os departamentos. Isso quer dizer que as redes de comunicação formal propiciam a retroalimentação mínima para cumprimento da tarefa de comunicar, levando à prevenção de desperdícios de produção, à eliminação do trabalho inútil (retrabalho e sobrecarga de função) e aprimoramento da eficiência e da eficácia geral, dando grande apoio ou fortalecendo tanto à hierarquia de poder como à estrutura organizacional global.

Os principais objetivos da comunicação interna

- Divulgar as ações da empresa de forma direta e transparente;
- Difundir os conhecimentos adquiridos pelos empregados, diretores e proprietários;
- Consolidar o cumprimento de normas, condutas éticas e valores da instituição a todos os colaboradores;
- Promover a cultura de temas como inclusão social, responsabilidade socioambiental e prevenção e cuidados com doenças físicas e mentais;
- Promover engajamento e envolver a equipe de trabalho da empresa nas metas da organização.

Os benefícios da comunicação interna

- Transmite informações rápidas e precisas;
- Transmite credibilidade e transparência;
- Alinha os colaboradores aos valores da organização;
- Reforça a cultura da organização;
- Traz conhecimento da organização e sentimento de pertencimento às equipes;
- Possibilita e troca de conhecimento;
- Aumenta a produtividade;
- Integra os novos funcionários e garante menor perda de funcionários.

Os principais tipos de comunicação interna

– **Comunicação escrita:** é utilizada para o alinhamento dos acontecimentos da empresa. É desempenhada por placas informativas, quadros de avisos, intranet, blogs internos e e-mail.

– **Comunicação oral:** em geral, esse tipo de comunicação ocorre por meio de reuniões e palestras. Nessas situações, o debate de ideias e a troca de *feedbacks* são meios de aproximação das relações entre os funcionários.

– **Comunicação horizontal:** é o tipo de comunicação que se dá entre colegas de trabalho que compartilham nível hierárquico semelhante dentro da organização.

– **Comunicação vertical:** direcionada aos líderes da organização, envolve desenvolvimento de planejamentos estratégicos e aborda assuntos restritos.

– **Comunicação diagonal:** essencial para envolvimento dos diferentes níveis hierárquicos da organização. É utilizada quando há necessidade de informar novidades.

Os instrumentos de comunicação interna

– **Manual do colaborador:** consiste em um guia rápido para novos funcionários. É adequado para comunicar valores e também o que se espera da postura do profissional. No manual, o colaborador tem acesso a detalhes sobre os benefícios da empresa, suas normas e responsabilidades.

– **Mural:** por meio deste instrumento, os colaboradores podem expor bilhetes, metas e estratégias da empresa. O mural ocupa lugar estratégico e é visível para todos. Sua função é auxiliar na hora de deixar lembretes, levantar as metas da equipe e reforçar as estratégias da empresa. Com o advento da tecnologia, essa ferramenta vem sendo substituída por opções virtuais, como grupos em aplicativos de conversa.

– **Intranet:** rede corporativa com acesso permitido aos seus funcionários.

– **Redes sociais internas:** são plataformas *online* que reúnem gestores e colaboradores de uma empresa, possibilitando um contato rápido, direto, prático e dinâmico, além de *feedbacks* mais ágeis e também o compartilhamento de informações. Servem para otimizar fluxos de trabalho e reuniões.

– **E-mail:** por meio dessa ferramenta, pode-se agendar reuniões, receber informações importantes e contar novidades sobre a organização.

– **Reuniões:** em dados contextos, conversar pela *internet* pode gerar ruídos. Por isso, as reuniões tradicionais não são descartadas da empresa, já que servem para alinhamento da equipe e planejamento de possíveis assuntos.

– **Newsletter:** instrumento educativo digital ou impresso, apresenta informações úteis. Tem como outra finalidade também a valorização e a motivação dos funcionários.

QUALIDADE NO ATENDIMENTO AO PÚBLICO INTERNO E EXTERNO

O atendimento ao cliente é a interação direta entre um consumidor que faz uma compra e um representante da empresa que a está vendendo. A maioria dos varejistas vê essa interação direta como um fator crítico para garantir a satisfação do comprador e incentivar a repetição de negócios.

Ainda hoje, quando grande parte do atendimento ao cliente é feito por sistemas automatizados de autoatendimento, a opção de falar com um ser humano é vista como necessária para a maioria das empresas. É um aspecto fundamental no atendimento humanizado.

Nos bastidores da maioria das empresas estão pessoas que nunca encontram ou cumprimentam as pessoas que compram seus produtos. Os representantes de atendimento ao cliente são os que têm contato direto com os compradores. As percepções dos compradores sobre a empresa e o produto são moldadas em parte por sua experiência em lidar com essa pessoa.

Por esse motivo, muitas empresas trabalham arduamente para aumentar os níveis de satisfação de seus clientes.

O custo da satisfação do cliente

Durante décadas, as empresas de muitos setores procuraram reduzir os custos de pessoal automatizando seus processos o máximo possível.

No atendimento ao cliente, isso tem levado muitas empresas a implementar sistemas online e por telefone que tiram o máximo de dúvidas ou resolvem o máximo de problemas sem a presença humana.

Mas, no final, há questões de atendimento ao cliente para as quais a interação humana é indispensável, criando uma vantagem competitiva.

A Amazon é um exemplo de empresa que está fazendo de tudo para automatizar uma operação vasta e complexa. Precisa, já que entregou 4,2 bilhões de pacotes nas portas dos clientes em 2020.

No entanto, a Amazon ainda oferece atendimento ao cliente 24 horas por dia, por telefone, além de serviços de e-mail e chat ao vivo.

A maioria das empresas bem-sucedidas reconhece a importância de fornecer um excelente atendimento ao cliente. A interação cortês e empática com um representante de atendimento ao cliente treinado pode significar a diferença entre perder ou reter um cliente.

Principais componentes do bom atendimento ao cliente

Proprietários de pequenos negócios bem-sucedidos entendem instintivamente a necessidade de um bom atendimento ao cliente. Grandes empresas estudam o assunto em profundidade e têm algumas conclusões básicas sobre os principais componentes:

- A atenção oportuna às questões levantadas pelos clientes é crítica. Exigir que um cliente espere na fila ou fique em espera prejudica uma interação antes de começar.
- O atendimento ao cliente deve ser um processo de etapa única para o consumidor.
- Se um cliente ligar para uma linha de apoio, o representante deve, sempre que possível, acompanhar o problema até à sua resolução.
- Se um cliente precisar ser transferido para outro departamento, o representante original deve acompanhar o cliente para garantir que o problema foi resolvido.

ATENDIMENTO INTERNO

O atendimento ao cliente interno envolve tudo o que uma organização pode fazer para ajudar seus funcionários a cumprir suas obrigações, atingir suas metas e desfrutar de seu trabalho. Abrange como diferentes departamentos se comunicam uns com os outros e como os indivíduos interagem com seus colegas, subordinados e superiores. É um aspecto vital dos negócios modernos, pois cria o ambiente no qual uma empresa tem mais chances de sucesso.

Por que o atendimento ao cliente interno é importante?

A importância do atendimento ao cliente interno não pode ser exagerada, especialmente para um departamento como o de recursos humanos, onde as interações internas são parte integrante de suas tarefas diárias. Existem vários benefícios em cultivar um bom atendimento ao cliente interno como uma de suas metas de negócios, por isso é fácil entender por que é um aspecto tão valorizado dos negócios modernos.

Os benefícios incluem:

- Aumentando a produtividade da equipe.
- Aumentar a satisfação dos funcionários com sua experiência de trabalho.
- Criação de canais de comunicação claros.
- Estimular a fidelidade dos funcionários.
- Resolver problemas mais rapidamente.
- Melhorar o atendimento ao cliente externo.

Existem muitas dicas e práticas recomendadas de atendimento ao cliente que podem ser implementadas em uma empresa para desenvolver um excelente atendimento ao cliente interno. A criação de um programa que consiste em todos ou na maioria desses elementos pode ter um grande impacto na produtividade e no moral da equipe.

ATENDIMENTO EXTERNO

Muito provavelmente, você pode se lembrar vividamente de experiências boas e ruins ao interagir com o atendimento ao cliente externo pessoalmente ou por telefone. Você interage com a equipe externa de atendimento ao cliente ao fazer reservas para jantar, verificar um livro na biblioteca ou comprar um carro novo, para citar apenas alguns exemplos encontrados na vida cotidiana. O trabalho de um representante externo de atendimento ao cliente é ajudá-lo – o cliente – dentro dos parâmetros da política da empresa.

Atendimento ao cliente externo é o negócio de ajudar indivíduos e entidades fora da organização a obter bens, produtos, informações e serviços. Os usuários finais podem ser compradores, patronos de cinema, turistas, clientes empresariais ou empresas interessadas em contratar serviços. O atendimento ao cliente externo avalia as necessidades do usuário final e estabelece processos e protocolos para atender a essas expectativas.

A pessoa média não distingue entre atendimento ao cliente externo e atendimento ao cliente em geral. No entanto, os termos são mais sutis nos negócios. As grandes organizações tendem a ser muito claras sobre os papéis e as funções dos papéis de atendimento ao cliente externo versus interno. Ambas as áreas são essenciais para o bom funcionamento e sucesso de uma organização.

Atendimento ao Cliente Externo x Interno

O atendimento externo existe para prestar os mais diversos tipos de atendimento àqueles que estão fora da organização. Por outro lado, o atendimento ao cliente interno refere-se ao atendi-

mento, suporte e assistência estendidos aos funcionários e partes interessadas filiadas à organização. O help desk de TI e os recursos humanos, por exemplo, se esforçam para fornecer um atendimento eficiente ao cliente interno. Departamentos e equipes que dependem uns dos outros são provedores e receptores de atendimento ao cliente interno.

Importância do Atendimento ao Cliente Externo

O Advertising Specialty Institute, ou ASI, afirma que o atendimento ao cliente externo trata de atender e exceder as necessidades e desejos dos clientes. Exemplos de bom atendimento ao cliente externo incluem saudar calorosamente um hóspede do hotel, servir alegremente os clientes do restaurante, emitir um reembolso sem complicações e processar um pedido com eficiência. Empresas que valorizam o relacionamento com o cliente vão além para conhecer seus clientes e atender seus desejos e expectativas de qualidade.

A ASI observa ainda que um bom atendimento ao cliente interno e externo anda de mãos dadas. Clientes internos, como funcionários, parceiros de negócios e acionistas, têm maior probabilidade de serem bons embaixadores da empresa e prestar atendimento ao cliente com um sorriso se estiverem genuinamente felizes e leais à empresa.

Receita e Rentabilidade

A qualidade do atendimento ao cliente externo afeta o comportamento do consumidor e os resultados de uma empresa em todos os setores industriais. A menos que um monopólio venda um produto muito necessário e tenha uma vantagem no mercado, o atendimento ao cliente externo desempenha um papel fundamental na lucratividade. Clientes satisfeitos que gostam e confiam na empresa continuarão voltando e comprando.

De acordo com a Ameritas – uma seguradora de vida que se orgulha de seu excelente atendimento ao cliente – os benefícios de um ótimo atendimento ao cliente externo são mensuráveis. Por exemplo, de acordo com Ameritas:

- 97% dos clientes satisfeitos compartilham suas experiências de atendimento ao cliente.
- 70% dos compradores gastam mais dinheiro se obtiverem um bom atendimento ao cliente.
- 59% mudarão para uma nova empresa para obter um melhor atendimento ao cliente.

Lealdade do consumidor

As qualidades de atendimento ao cliente externo mais valorizadas pelos clientes são eficiência, cortesia, empatia e uma conexão pessoal. Fornecer um ótimo serviço cria uma base de clientes leais que oferece uma proteção contra concorrentes famintos que entram no mercado.

Mesmo que os preços em uma pequena empresa sejam um pouco mais altos do que os encontrados em um grande varejista, os clientes podem pagar mais para obter assistência imediata, informações confiáveis, atenção pessoal e uma garantia confiável.

Os clientes que são ignorados, maltratados ou frustrados por suas interações com o atendimento ao cliente externo provavelmente comprarão na próxima vez que precisarem comprar um item idêntico ou semelhante. Com a crescente popularidade do merchandising online, os clientes têm infinitas opções quando se

trata de gastar seu dinheiro. Uma equipe externa de atendimento ao cliente ineficaz, inacessível, mal treinada ou rude pode levar uma empresa à falência com o tempo.

COMUNICAÇÃO E ATENDIMENTO TELEFÔNICO

Hoje, muitas pessoas preferem e-mails e mensagens de texto a telefonemas para comunicação relacionada ao trabalho. Por quê? Fazer ligações de negócios pode ser um pouco estressante.

De acordo com Darlene Price, presidente da Well Said, Inc. e autora de Well Said! Apresentações e conversas que geram resultados, o medo de falar ao telefone e a dúvida sobre o que dizer e como dizer impedem que muitos potenciais chamadores disquem números.

Ao contrário de e-mails e mensagens, onde você pode editar suas palavras a qualquer momento, usar um telefone para comunicação comercial é uma experiência em tempo real. Os primeiros 20 segundos da sua chamada podem ser a chave para o sucesso. Usando apenas a combinação de suas palavras e tom de voz, você pode aumentar ou diminuir suas chances de obter o resultado desejado dessa interação.

Embora possa ser mais conveniente entrar em contato com alguém por meio de tecnologias digitais, o telefone ainda é uma forma mais pessoal de conduzir uma conversa de negócios. Nada pode substituir o som de uma voz humana.

Fora do domínio das mensagens de texto e e-mails, muitas entrevistas de emprego e reuniões de negócios ainda são conduzidas inteiramente por telefone. Por isso é importante saber falar com impacto usando esse meio de comunicação.

Como conduzir uma conversa de negócios ao telefone

- Prepare-se para uma chamada
- Apresente-se
- Indique o principal motivo da sua chamada
- Ouça ativamente sem interromper
- Pratique sua etiqueta de telefone comercial
- Agradeça

Prepare-se para uma chamada

Qual é a primeira coisa que você deve fazer antes de fazer uma ligação comercial? Reserve um momento para se preparar. Aqui estão alguns passos para fazer isso de forma eficaz:

- Identifique o motivo pelo qual você está ligando. Saber o objetivo de sua ligação comercial evitará que você fique nervoso ao falar com alguém que mal conhece. Quer vender algo, pedir ajuda ou obter alguma informação? Pense por um minuto sobre o objetivo que deseja alcançar com esta ligação.
 - Anote os pontos-chave que você precisa cobrir. Para manter sua ligação sob controle, prepare algumas anotações sobre os assuntos que deseja discutir durante a conversa, bem como quaisquer perguntas que precise fazer. Alguns pontos também podem ajudá-lo a se sentir mais confiante e a manter o controle da conversa.
 - Prepare as informações de suporte necessárias. Esteja perto de um dispositivo com internet para que você possa pesquisar dados extras rapidamente.

Apresente-se

Ao fazer chamadas, diga “Alô” e apresente-se à pessoa do outro lado da linha. Para seguir a etiqueta profissional ao telefone, comece com seu primeiro nome, bem como seu sobrenome, cargo ou nome da empresa, se necessário. Por exemplo:

“Olá. Meu nome é Brian e estou ligando de [nome da empresa].”

É educado começar uma conversa com conversa fiada, especialmente se você conhece bem a pessoa. Mas não seja muito tagarela. Lembre-se de que você tem tempo limitado na ligação, portanto, concentre-se no objetivo específico da conversa e vá direto ao ponto. Se você não conhece a pessoa, troque gentilezas como um breve «Como você está hoje?» ou “Espero que você esteja bem hoje”.

Indique o principal motivo da sua chamada

Após a saudação telefônica profissional, declare o objetivo de sua ligação de maneira educada e direta. Por exemplo:

“Recebi seu e-mail ontem, então estou ligando para acompanhar.”

“Estou ligando de [nome da empresa]. Gostaria de falar com você sobre sua compra recente.”

Explicar o motivo de sua ligação fornece foco e direção para a conversa. Além disso, isso vai te ajudar a prender a atenção da pessoa e mostrar que você está preparado para a palestra. Mantenha um ritmo constante e fale sem muitas pausas e palavras de preenchimento como “um” e “uh”.

Ouça ativamente sem interromper

Embora você possa se esforçar para atingir o objetivo principal de sua ligação comercial, certifique-se de manter uma conversa bidirecional em vez de um monólogo. Dê à pessoa com quem você está falando tempo para responder e fazer qualquer pergunta que ela possa ter. Ouça atentamente e use acenos verbais como “Uh huh,” “Parece interessante,” “Bom,” “Sim, eu entendo,” “Isso mesmo,” “Entendo,” “Você poderia me falar mais sobre,” etc.

Pratique sua etiqueta de telefone comercial

É tão fácil ficar preocupado quando você precisa fazer uma ligação importante. Mas se você permitir que a ansiedade domine suas emoções, não terá sucesso na comunicação empresarial. Em primeiro lugar, certifique-se de manter a calma e falar claramente. Escolha suas palavras com cuidado, evitando gírias e jargões. Para saber mais sobre isso, confira nosso artigo sobre como dominar o inglês comercial para gerentes.

Para falar ao telefone de maneira profissional, preste atenção especial ao seu tom de voz. Fale em um tom normal ou um pouco mais alto, mantendo-o natural, positivo e convidativo. Tente pronunciar as palavras com clareza e minimize seu sotaque.

Se você precisar colocar a pessoa em espera, peça permissão para fazer isso e explique o motivo. Você pode dizer algo como:

“[Nome], tudo bem se eu colocar você em espera por alguns segundos enquanto checo com [Nome] sobre esse problema?”

Para seguir a etiqueta do telefone no trabalho, nunca deixe alguém em espera por mais de 30 segundos e sempre verifique novamente após 15 segundos. Quando você finalmente voltar à ligação, agradeça à outra pessoa por esperar. Se for uma longa espera, deixe claro para eles que você não quer desperdiçar seu tempo esperando e prometa ligar de volta. Se você precisar colocar alguém no viva-voz, avise que está prestes a fazê-lo e mencione quem mais está perto de você.

Agradeça

A polidez nunca será antiquada. Termine sua ligação agradecendo a pessoa por seu tempo.

“Muito obrigado por falar comigo. Tenha um bom dia.”

Do ponto de vista comercial, uma conversa telefônica malsucedida pode custar produtividade, tempo e até dinheiro. Se você quer que seus atendimentos tragam bons resultados, você deve se preparar para cada um deles. Tente manter a conversa o mais leve e positiva possível e não se esqueça da etiqueta comercial ao telefone.

Com mais confiança e um pouco de prática, você não terá problemas para conduzir uma conversa de negócios — seja com um cliente, parceiro de negócios ou colega.

MEIOS DE COMUNICAÇÃO

O termo “comunicação” foi derivado das palavras latinas “communis” e “comunicar”. O significado literal do termo é compartilhar algo ou torná-lo comum. Nós nos comunicamos com os outros no dia a dia. A comunicação é necessária para compartilhar mensagens, valores, ideias etc.

Um bom comunicador tem os seguintes princípios:

- Deve se manter organizado.
- Deve fazer uso de áudio e imagens para se tornar mais claro para o público.
- Não deve assumir o papel de autoritário e impor suas palavras aos ouvintes.
- Deve ajustar-se aos meios de comunicação.

Tipos de Comunicação

Basicamente, a comunicação é de dois tipos – verbal e não-verbal. Qualquer tipo de comunicação que faz uso da linguagem é denominado comunicação verbal. Esta linguagem pode ser falada ou escrita na natureza.

Assim, o termo comunicação verbal é dividido em dois subgrupos – oral e escrita. Por outro lado, a comunicação não verbal faz uso da linguagem gestual e da linguagem corporal para comunicar a mensagem ou ideia aos outros.

O processo de comunicação

O processo de comunicação ocorre quando o remetente se compromete a compartilhar a mensagem com o destinatário. O processo de comunicação envolve cinco componentes – o remetente, o destinatário, o canal, a mensagem, o feedback.

É bastante evidente que, para compartilhar uma mensagem, um remetente e um destinatário são os requisitos importantes. Qualquer pessoa que envia uma mensagem é chamada de remetente. Ele/ela vem no início do processo de comunicação. Enquanto, por outro lado, qualquer pessoa que recebe a mensagem é considerada um receptor. Ele/ela fica do outro lado do processo.

Cada mensagem que um remetente envia e um destinatário recebe passa por um canal. Este canal também é conhecido como o meio da mensagem. O canal desempenha um papel muito importante na determinação da necessidade da mensagem. Também ajuda a formar a mensagem para que ela se encaixe adequadamente no canal. Por exemplo, em uma conversa telefônica, o telefone atua como o canal da mensagem.

Às vezes, devido a questões técnicas no canal, a mensagem que é enviada mostra alguma falha ao ser recebida pelo receptor. Isso é chamado de ruído. Quando há ruído em um canal, o receptor pode não receber a mensagem correta. Por isso é muito importante que o canal esteja em condições adequadas para que a mensagem seja enviada e recebida sem qualquer impedimento.