

# SUMÁRIO

LÍNGUA PORTUGUESA.....	9
■ <b>COMPREENSÃO E INTERPRETAÇÃO DE TEXTO.....</b>	<b>9</b>
■ <b>TIPOLOGIA E GÊNEROS TEXTUAIS.....</b>	<b>11</b>
■ <b>FIGURAS DE LINGUAGEM.....</b>	<b>19</b>
■ <b>SIGNIFICAÇÃO DE PALAVRAS E EXPRESSÕES.....</b>	<b>22</b>
RELAÇÕES DE SINONÍMIA E DE ANTONÍMIA.....	22
■ <b>ORTOGRAFIA.....</b>	<b>24</b>
ACENTUAÇÃO GRÁFICA.....	25
■ <b>USO DA CRASE.....</b>	<b>25</b>
■ <b>MORFOLOGIA: CLASSES DE PALAVRAS VARIÁVEIS E INVARIÁVEIS E SEUS EMPREGOS NO TEXTO.....</b>	<b>27</b>
LOCUÇÕES VERBAIS (PERÍFRASES VERBAIS).....	39
■ <b>FUNÇÕES DO “QUE” E DO “SE”.....</b>	<b>47</b>
■ <b>ELEMENTOS DE COMUNICAÇÃO E FUNÇÕES DA LINGUAGEM.....</b>	<b>48</b>
■ <b>DOMÍNIO DOS MECANISMOS DE COERÊNCIA TEXTUAL.....</b>	<b>48</b>
■ <b>DOMÍNIO DOS MECANISMOS DE COESÃO TEXTUAL: EMPREGO DE ELEMENTOS DE REFERENCIAÇÃO, SUBSTITUIÇÃO E REPETIÇÃO, DE CONECTORES E DE OUTROS ELEMENTOS DE SEQUENCIAÇÃO TEXTUAL.....</b>	<b>49</b>
EMPREGO DE TEMPOS E MODOS VERBAIS.....	53
■ <b>REESCRITA DE FRASES E PARÁGRAFOS DO TEXTO.....</b>	<b>53</b>
SIGNIFICAÇÃO DAS PALAVRAS.....	53
SUBSTITUIÇÃO DE PALAVRAS OU DE TRECHOS DE TEXTO.....	55
REORGANIZAÇÃO DA ESTRUTURA DE ORAÇÕES E DE PERÍODOS DO TEXTO.....	55
REESCRITA DE TEXTOS DE DIFERENTES GÊNEROS E NÍVEIS DE FORMALIDADE.....	56
■ <b>SINTAXE.....</b>	<b>58</b>
■ <b>CONCORDÂNCIA VERBAL E NOMINAL.....</b>	<b>67</b>
■ <b>REGÊNCIA VERBAL E NOMINAL.....</b>	<b>72</b>
■ <b>COLOCAÇÃO PRONOMINAL.....</b>	<b>74</b>

■ EMPREGO DOS SINAIS DE PONTUAÇÃO E SUA FUNÇÃO NO TEXTO .....	74
■ FUNÇÃO TEXTUAL DOS VOCÁBULOS .....	77
■ VARIAÇÃO LINGUÍSTICA .....	77
■ REDAÇÃO DISCURSIVA .....	78
INFORMÁTICA .....	115
■ CONCEITOS E FUNDAMENTOS BÁSICOS .....	115
CONCEITOS BÁSICOS DE HARDWARE (PLACA-MÃE, MEMÓRIAS, PROCESSADORES (CPU) E DISCO DE ARMAZENAMENTO HDS, CDS E DVDS).....	119
PERIFÉRICOS DE COMPUTADORES .....	121
■ CONHECIMENTO E UTILIZAÇÃO DOS PRINCIPAIS SOFTWARES UTILITÁRIOS (COMPACTADORES DE ARQUIVOS, CHAT, CLIENTES DE E-MAILS, REPRODUTORES DE VÍDEO, VISUALIZADORES DE IMAGEM, ANTIVÍRUS) .....	123
■ BACKUP DE ARQUIVOS .....	130
■ AMBIENTES OPERACIONAIS: UTILIZAÇÃO DOS SISTEMAS OPERACIONAIS WINDOWS 7 E WINDOWS 10 .....	136
IDENTIFICAÇÃO E MANIPULAÇÃO DE ARQUIVOS .....	147
■ CONCEITOS BÁSICOS SOBRE LINUX E SOFTWARE LIVRE .....	158
■ UTILIZAÇÃO DE FERRAMENTAS DE TEXTO, PLANILHA E APRESENTAÇÃO DO PACOTE MICROSOFT OFFICE (WORD, EXCEL E POWERPOINT) - VERSÕES 2010, 2013 E 2016.....	164
■ UTILIZAÇÃO DE FERRAMENTAS DE TEXTO, PLANILHA E APRESENTAÇÃO DO PACOTE LIBREOFFICE (WRITER, CALC E IMPRESS) - VERSÕES 5 E 6.....	195
■ UTILIZAÇÃO E CONFIGURAÇÃO DE E-MAIL NO MICROSOFT OUTLOOK .....	207
■ CONCEITOS DE TECNOLOGIAS RELACIONADAS À INTERNET E INTRANET, BUSCA E PESQUISA NA WEB, MECANISMOS DE BUSCA NA WEB .....	210
■ NAVEGADORES DE INTERNET: INTERNET EXPLORER, MOZILLA FIREFOX, GOOGLE CHROME.....	214
■ SEGURANÇA NA INTERNET, VÍRUS DE COMPUTADORES, SPYWARE, MALWARE, PHISHING E SPAM .....	215
■ TRANSFERÊNCIA DE ARQUIVOS PELA INTERNET .....	226
RACIOCÍNIO LÓGICO E MATEMÁTICO.....	231
■ RACIOCÍNIO LÓGICO E MATEMÁTICO .....	231

RESOLUÇÃO DE PROBLEMAS ENVOLVENDO FRAÇÕES .....	231
CONJUNTOS .....	232
PORCENTAGENS .....	237
SEQUÊNCIAS (COM NÚMEROS, COM FIGURAS, DE PALAVRAS).....	239
<b>■ PROPOSIÇÕES, CONECTIVOS, EQUIVALÊNCIA E IMPLICAÇÃO LÓGICA, ARGUMENTOS VÁLIDOS.....</b>	<b>244</b>
CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS.....	263
<b>■ QUALIDADE NO ATENDIMENTO AO PÚBLICO .....</b>	<b>263</b>
COMUNICABILIDADE .....	263
APRESENTAÇÃO.....	263
ATENÇÃO, CORTESIA E INTERESSE.....	263
PRESTEZA E EFICIÊNCIA .....	263
TOLERÂNCIA.....	263
DISCRIÇÃO .....	263
CONDUTA .....	263
OBJETIVIDADE.....	264
<b>■ TRABALHO EM EQUIPE .....</b>	<b>264</b>
PERSONALIDADE E RELACIONAMENTO .....	266
EFICÁCIA NO COMPORTAMENTO INTERPESSOAL.....	266
FATORES POSITIVOS DO RELACIONAMENTO .....	267
COMPORTAMENTO RECEPTIVO E DEFENSIVO, EMPATIA E COMPREENSÃO MÚTUA, DIVISÃO DO TRABALHO.....	267
RELAÇÕES HUMANAS NO TRABALHO .....	269
<b>■ CONHECIMENTOS BÁSICOS DE ADMINISTRAÇÃO .....</b>	<b>269</b>
CARACTERÍSTICAS DAS ORGANIZAÇÕES FORMAIS: TIPOS DE ESTRUTURA ORGANIZACIONAL, NATUREZA, FINALIDADES E CRITÉRIOS DE DEPARTAMENTALIZAÇÃO .....	269
PROCESSO ORGANIZACIONAL: PLANEJAMENTO, DIREÇÃO, COMUNICAÇÃO, CONTROLE E AVALIAÇÃO .....	273
Comportamento organizacional: Motivação, Liderança , desempenho e Gestão da qualidade .....	276
<b>■ PATRIMÔNIO .....</b>	<b>278</b>
CONCEITO .....	278

COMPONENTES.....	278
VARIAÇÕES E CONFIGURAÇÕES.....	278
■ HIERARQUIA E AUTORIDADE.....	279
■ CONCEITOS EFICIÊNCIA, EFICÁCIA E PRODUTIVIDADE .....	280
■ TÉCNICAS DE ARQUIVAMENTO .....	281
CLASSIFICAÇÃO, ORGANIZAÇÃO, ARQUIVOS CORRENTES E PROTOCOLO .....	281
■ NOÇÕES DE CIDADANIA.....	282
■ NOÇÕES DE USO E CONSERVAÇÃO DE EQUIPAMENTOS DE ESCRITÓRIO .....	283
■ COMPRAS NA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA, LICITAÇÕES E CONTRATOS (LEI Nº 8.666, DE 1993 E LEI Nº 14.133, DE 2021) .....	284
■ NOÇÕES DE SEGURANÇA DO TRABALHO.....	318
NORMAS REGULAMENTADORAS .....	318
EPIS E EPCS.....	318

# CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

## QUALIDADE NO ATENDIMENTO AO PÚBLICO

Uma empresa pode ser definida como um sistema de pessoas e recursos que procura alcançar objetivos. Os recursos estão disponíveis para qualquer organização que tenha capital para investir, diferentemente das pessoas que representam o elemento humano da organização, dotados de uma maior complexidade na sua gestão.

Neste sentido, as pessoas (recursos humanos, capital humano, talentos) levam suas características pessoais, inteligência, expertise, percepções, atitude e habilidades até a empresa que, em contrapartida, precisam gerenciar tais recursos para a promoção do desenvolvimento e aquisição de vantagens para a organização.

Dessa maneira, especialmente nas atividades de serviços, a qualidade no atendimento ao público torna-se crucial para satisfação das necessidades do consumidor final. Atualmente, o atendimento com a máxima qualidade é considerado como um grande diferencial, o qual proporciona a tão sonhada vantagem competitiva.

E como podemos definir essa qualidade no atendimento tanto valorizada?

Atender com qualidade é saber entender as necessidades e exigências dos clientes e assim utilizar da maneira mais eficiente os recursos disponíveis para satisfazer (ou até superar) o desejo do cliente!

Neste sentido, para alcançar a qualidade total e garantir a fidelização, é de suma importância atentar para os seguintes pontos:

### COMUNICABILIDADE

A comunicação deve ser clara e compreensível, objetivando a transmissão integral da mensagem e a eliminação máxima de ruídos.

Deve-se evitar a utilização de termos técnicos e científicos que possam dificultar a compreensão por parte dos clientes e ainda estar atento às solicitações, demonstrando interesse e atenção.

Cordialidade e educação são fatores essenciais na boa comunicação!

Vejam os exemplos práticos: o consumidor vai até a concessionária de veículos para realizar a revisão do seu carro e é atendido com um sorriso e um sonoro bom dia, além de uma explicação de todo o serviço de revisão de forma clara e compreensível, com total transparência nos preços cobrados (evitando “surpresas” na hora do pagamento).

### APRESENTAÇÃO

Como sabemos, a primeira impressão é a que fica! Desse modo, o primeiro atendimento irá formar a imagem da organização perante a percepção do cliente.

Assim, é fundamental transmitir confiabilidade e segurança em todos os aspectos ligados à apresentação inicial, tais como: vestimenta adequada, ambiente de trabalho limpo e organizado, tom de voz agradável, empatia e receptividade.

Para facilitar o entendimento, imagine a seguinte situação: você está sendo atendido em um hotel 5 estrelas em seu primeiro dia de férias como servidor público! Logicamente, até pelo preço pago, você espera que tudo esteja impecável no atendimento para realização do *check-in* (*lobby* agradável e limpo, atendente educado e receptivo, champagne gelada e borbulhando, receptividade).

### ATENÇÃO, CORTESIA E INTERESSE

O responsável pelo atendimento deve prestar atenção única e exclusiva ao cliente, mostrando interesse total em entender e resolver o problema exposto.

O atendimento deve ser prestado de forma profissional e cortês, evitando invadir a intimidade da pessoa. No momento do atendimento, é importante que o cliente se sinta o centro das atenções.

### PRESTEZA E EFICIÊNCIA

Presteza é oferecer um serviço de maneira ágil (rápido, célere) e com foco na resolução do problema, sem deixar de lado a qualidade. Pois nada adianta ser célere e pecar na qualidade oferecida.

A palavra-chave é o foco no cliente, não medindo esforços para que se chegue em uma solução satisfatória e rápida para o problema apresentado.

Desse modo, a eficiência caminha junto com a presteza, ou seja, ao se ofertar um serviço com eficiência máxima, consequentemente ele será célere! É importante o cliente perceber que todos os esforços possíveis estão sendo empenhados para satisfazer a sua necessidade.

### TOLERÂNCIA

No atendimento ao público, são frequentes as situações que podem gerar conflitos. Neste caso, é fundamental ao atendente manter-se calmo e receptivo, sabendo controlar a situação para que não acabe ocorrendo uma discussão. Portanto, é responsabilidade do atendente demonstrar profissionalismo e tolerância para contornar a situação e, assim, chegar em um denominador comum no qual satisfaça os desejos do cliente.

### DISCRIÇÃO

A discrição é um fator essencial no bom atendimento, por isso deve-se evitar comentários e ações que possam ofender os clientes e com isso gerar situações constrangedoras. Nesse quesito, o menos é mais! Não é aconselhável se intrometer em assuntos particulares da pessoa atendida, deixando claro que o papel da organização é ajudar a resolver o problema.

### CONDUTA

Para um bom atendimento é necessário mostrar interesse, demonstrando uma conduta proativa e que passe confiança e credibilidade para o cliente. Ao fim e ao cabo, o cliente tem que se sentir importante e ter a certeza que o seu problema vai ser atendido com o máximo esforço.

## OBJETIVIDADE

Ser objetivo é focar na resolução das necessidades do cliente, evitando ações ou assuntos que protelam desnecessariamente a conclusão do pleito. Aliás, o cliente está ali para ter seu problema solucionado e nada mais que isso.

Desse modo, inferimos que o atendimento ao público se torna peça principal na estratégia da organização na fidelização dos clientes atuais e na conquista de novos consumidores. Como sempre é dito no mercado: é muito mais barato manter o cliente do que conquistar novos.

Exemplificando o exposto acima, a rede McDonald's estabelece em seu manual de boas práticas que seu pessoal de atendimento de balcão deve “mostrar traços como sinceridade, entusiasmo, confiança e senso de humor”.

Para garantir que o atendimento presencial ao público seja o mais prestativo e eficiente, é importante internalizar as ações e planejar o ambiente de modo mais propício para atender as boas práticas do processo de atendimento. Neste sentido, podemos dividir as estratégias em 3 tipos, são elas:

### ● Estratégias verbais

Consiste em ações da comunicação ativa.

Exemplificando: identificar e tratar, quando possível, o cliente pelo seu nome.

### ● Estratégias não verbais

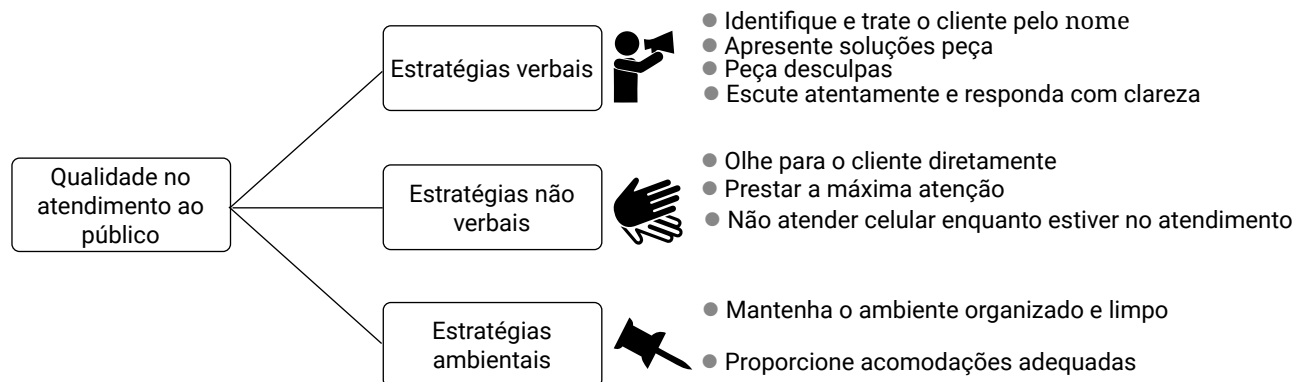
Consiste na postura e ações do corpo.

Exemplificando: sempre prestar a máxima atenção ao cliente, olhando-o diretamente.

### ● Estratégias ambientais

Consiste no preparo mais adequado do ambiente do atendimento.

Exemplificando: manter sempre organizado e limpo o ambiente de trabalho.



Seguindo esse raciocínio, listamos no quadro abaixo as posturas desejadas para um atendimento de qualidade:

CARACTERÍSTICAS DE UM ATENDIMENTO DE QUALIDADE
Acolher com atenção e ouvir atentamente
Proatividade
Foco nas necessidades do cliente
Atenção, cortesia e interesse
Comunicação clara e compreensível
Postura amigável
Empatia
Objetividade
Cumprimento dos prazos estipulados
Paciência e respeito às diversidades

## TRABALHO EM EQUIPE

Primeiramente, é importante diferenciar o conceito de equipe de trabalho para grupo de trabalho.

O **grupo** de trabalho é o agrupamento de pessoas com papéis previamente definidos trabalhando com o mesmo objetivo, mas com uma comunicação deficiente, faltando alinhamento e clareza do todo organizacional. Neste sentido, não há cooperação entre os membros e os líderes ficam isolados.

Já na **equipe** de trabalho existe uma maior sinergia entre os membros, alta colaboração, transparência e contribuição de maneira coesa para que se alcance os objetivos. Neste sentido, todos os participantes assumem riscos de forma conjunta em prol do resultado almejado.

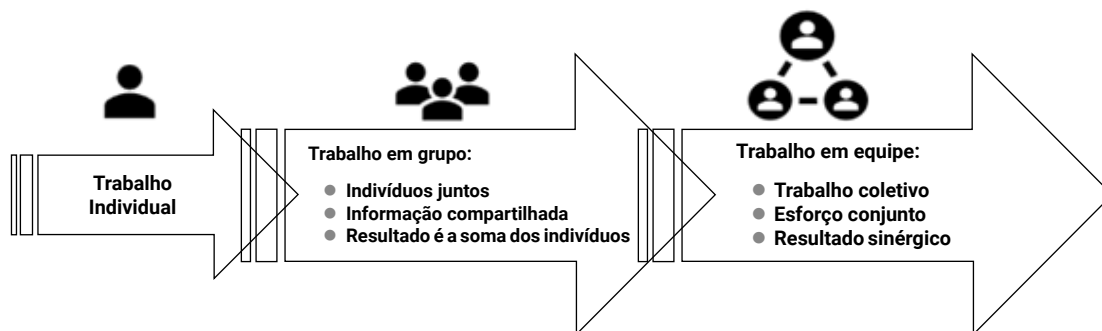
### Importante!

Toda equipe é um grupo, mas nem todo grupo é uma equipe!

As organizações optam pela formação de equipes de trabalho quando as atividades exigem múltiplas habilidades, julgamentos e experiências, tendo como objetivo a maximização da competitividade da organização.

Por outro lado, quando a atividade é simples e repetitiva, o mais adequado é a opção pelo trabalho individual ou então pela formação de pequenos grupos.

Na figura abaixo, podemos perceber as diferenças entre o trabalho individual, o trabalho em grupo e o trabalho em equipe:



Neste sentido, as equipes são formas mais flexíveis e que reagem melhor às mudanças do que os tradicionais grupos, além de facilitar a participação dos membros nos processos decisórios, aumentando, assim, a motivação.

Outra característica importante nas equipes de trabalho é a sua capacidade de gerar uma sinergia positiva por meio do esforço coordenado de seus participantes, contribuindo assim para um melhor desempenho.

### Dica

Sinergia é quando a soma do esforço simultâneo e coletivo é maior do que a soma das partes.

Na figura abaixo, sintetizamos as principais diferenças entre equipe e o grupo de trabalho:

