



# BONITO - MS

CÂMARA MUNICIPAL DE BONITO  
- MATO GROSSO DO SUL

Auxiliar de Administração I

**CONCURSO PÚBLICO 01/2024**

CÓD: SL-194JH-24  
7908433258018

## Língua Portuguesa

1. Leitura, compreensão e interpretação de texto .....	7
2. Vocabulário: sentido denotativo e conotativo, sinonímia, antonímia, homonímia, paronímia e polissemia .....	10
3. Ortografia: emprego das letras, das palavras e da acentuação gráfica.....	10
4. Pontuação: emprego de todos os sinais de pontuação .....	15
5. Classes de palavras: Pronomes - classificação, emprego e colocação pronominal (próclise, ênclise e mesóclise); Verbos - emprego dos modos e tempos, flexões dos verbos irregulares, abundantes e defectivos e vozes verbais; Preposições - relações semânticas estabelecidas pelas preposições e locuções prepositivas; Conjunções - classificação, relações estabelecidas por conjunções, locuções conjuntivas; Substantivos - classificação e flexões; Adjetivos - classificação e flexões .....	18
6. Termos da oração: identificação e classificação. Processos sintáticos de coordenação e subordinação. Classificação dos períodos e orações.....	31
7. Concordância nominal e verbal .....	34
8. Regência nominal e verbal.....	35
9. Emprego do acento indicativo de crase .....	37

## Legislação Municipal

1. Lei Orgânica do Município de Bonito/MS .....	47
2. Estatuto dos Servidores Públicos do Município de Bonito/MS.....	71
3. Regimento Interno da Câmara Municipal de Bonito/MS.....	92

## Conhecimentos Específicos Auxiliar de Administração I

1. Técnicas de atendimento ao público interno e externo.....	117
2. Relacionamento pessoal e interpessoal.....	121
3. Atendimento pessoal e telefônico. ....	124
4. Conduta pessoal e profissional. ....	127
5. Comunicação verbal.....	127
6. Apresentação pessoal. ....	128
7. Ética profissional.....	128
8. Recepção e despacho de documentos.....	130
9. Noções básicas de conservação e preservação de documentos. Protocolos em geral, recebimento, envio e registro. Técnicas de arquivamento.....	131
10. Uso de equipamentos de escritório.....	143
11. Correspondência oficial: recebimentos e envios. Conhecimentos de documentos rotineiros, tais como: ofícios, memorandos, requisições, relatórios, atas, portarias, declarações, atestados, avisos, despachos, portarias, requerimentos, e demais correspondências.....	146
12. Conhecimentos sobre administração de materiais.....	173
13. Noções de administração em geral.....	193
14. Funções administrativas: planejamento, organização, direção e controle. ....	200
15. Noções de gestão em processos, projetos e recursos humanos.....	206

---

## ÍNDICE

---

16. Conhecimentos básicos em licitações e contratos.....	211
17. Noções básicas de Informática. ....	272

# LÍNGUA PORTUGUESA

## LEITURA, COMPREENSÃO E INTERPRETAÇÃO DE TEXTO

### Definição Geral

Embora correlacionados, esses conceitos se distinguem, pois sempre que compreendemos adequadamente um texto e o objetivo de sua mensagem, chegamos à interpretação, que nada mais é do que as conclusões específicas. Exemplificando, sempre que nos é exigida a compreensão de uma questão em uma avaliação, a resposta será localizada no próprio no texto, posteriormente, ocorre a interpretação, que é a leitura e a conclusão fundamentada em nossos conhecimentos prévios.

### Compreensão de Textos

Resumidamente, a compreensão textual consiste na análise do que está explícito no texto, ou seja, na identificação da mensagem. É assimilar (uma devida coisa) intelectualmente, fazendo uso da capacidade de entender, atinar, perceber, compreender. Compreender um texto é apreender de forma objetiva a mensagem transmitida por ele. Portanto, a compreensão textual envolve a decodificação da mensagem que é feita pelo leitor. Por exemplo, ao ouvirmos uma notícia, automaticamente compreendemos a mensagem transmitida por ela, assim como o seu propósito comunicativo, que é informar o ouvinte sobre um determinado evento.

### Interpretação de Textos

É o entendimento relacionado ao conteúdo, ou melhor, os resultados aos quais chegamos por meio da associação das ideias e, em razão disso, sobressai ao texto. Resumidamente, interpretar é decodificar o sentido de um texto por indução.

A interpretação de textos compreende a habilidade de se chegar a conclusões específicas após a leitura de algum tipo de texto, seja ele escrito, oral ou visual.

Grande parte da bagagem interpretativa do leitor é resultado da leitura, integrando um conhecimento que foi sendo assimilado ao longo da vida. Dessa forma, a interpretação de texto é subjetiva, podendo ser diferente entre leitores.

### Exemplo de compreensão e interpretação de textos

Para compreender melhor a compreensão e interpretação de textos, analise a questão abaixo, que aborda os dois conceitos em um texto misto (verbal e visual):

FGV > SEDUC/PE > Agente de Apoio ao Desenvolvimento Escolar Especial > 2015  
Português > Compreensão e interpretação de textos

A imagem a seguir ilustra uma campanha pela inclusão social.



“A Constituição garante o direito à educação para todos e a inclusão surge para garantir esse direito também aos alunos com deficiências de toda ordem, permanentes ou temporárias, mais ou menos severas.”

A partir do fragmento acima, assinale a afirmativa **incorreta**.

- (A) A inclusão social é garantida pela Constituição Federal de 1988.  
(B) As leis que garantem direitos podem ser mais ou menos severas.  
(C) O direito à educação abrange todas as pessoas, deficientes ou não.  
(D) Os deficientes temporários ou permanentes devem ser incluídos socialmente.  
(E) “Educação para todos” inclui também os deficientes.

### Comentário da questão:

Em “A” o texto é sobre direito à educação, incluindo as pessoas com deficiência, ou seja, inclusão de pessoas na sociedade. = afirmativa correta.

Em “B” o complemento “mais ou menos severas” se refere à “deficiências de toda ordem”, não às leis. = afirmativa incorreta.

Em “C” o advérbio “também”, nesse caso, indica a inclusão/adição das pessoas portadoras de deficiência ao direito à educação, além das que não apresentam essas condições. = afirmativa correta.

Em “D” além de mencionar “deficiências de toda ordem”, o texto destaca que podem ser “permanentes ou temporárias”. = afirmativa correta.

Em “E” este é o tema do texto, a inclusão dos deficientes. = afirmativa correta.

Resposta: Logo, a Letra B é a resposta Certa para essa questão, visto que é a única que contém uma afirmativa incorreta sobre o texto.

**IDENTIFICANDO O TEMA DE UM TEXTO**

O tema é a ideia principal do texto. É com base nessa ideia principal que o texto será desenvolvido. Para que você consiga identificar o tema de um texto, é necessário relacionar as diferentes informações de forma a construir o seu sentido global, ou seja, você precisa relacionar as múltiplas partes que compõem um todo significativo, que é o texto.

Em muitas situações, por exemplo, você foi estimulado a ler um texto por sentir-se atraído pela temática resumida no título. Pois o título cumpre uma função importante: antecipar informações sobre o assunto que será tratado no texto.

Em outras situações, você pode ter abandonado a leitura porque achou o título pouco atraente ou, ao contrário, sentiu-se atraído pelo título de um livro ou de um filme, por exemplo. É muito comum as pessoas se interessarem por temáticas diferentes, dependendo do sexo, da idade, escolaridade, profissão, preferências pessoais e experiência de mundo, entre outros fatores.

Mas, sobre que tema você gosta de ler? Esportes, namoro, sexualidade, tecnologia, ciências, jogos, novelas, moda, cuidados com o corpo? Perceba, portanto, que as temáticas são praticamente infinitas e saber reconhecer o tema de um texto é condição essencial para se tornar um leitor hábil. Vamos, então, começar nossos estudos?

Propomos, inicialmente, que você acompanhe um exercício bem simples, que, intuitivamente, todo leitor faz ao ler um texto: reconhecer o seu tema. Vamos ler o texto a seguir?

**CACHORROS**

Os zoólogos acreditam que o cachorro se originou de uma espécie de lobo que vivia na Ásia. Depois os cães se juntaram aos seres humanos e se espalharam por quase todo o mundo. Essa amizade começou há uns 12 mil anos, no tempo em que as pessoas precisavam caçar para se alimentar. Os cachorros perceberam que, se não atacassem os humanos, podiam ficar perto deles e comer a comida que sobrava. Já os homens descobriram que os cachorros podiam ajudar a caçar, a cuidar de rebanhos e a tomar conta da casa, além de serem ótimos companheiros. Um colaborava com o outro e a parceria deu certo.

Ao ler apenas o título “Cachorros”, você deduziu sobre o possível assunto abordado no texto. Embora você imagine que o texto vai falar sobre cães, você ainda não sabia exatamente o que ele falaria sobre cães. Repare que temos várias informações ao longo do texto: a hipótese dos zoólogos sobre a origem dos cães, a associação entre eles e os seres humanos, a disseminação dos cães pelo mundo, as vantagens da convivência entre cães e homens.

As informações que se relacionam com o tema chamamos de subtemas (ou ideias secundárias). Essas informações se integram, ou seja, todas elas caminham no sentido de estabelecer uma unidade de sentido. Portanto, pense: sobre o que exatamente esse texto fala? Qual seu assunto, qual seu tema? Certamente você chegou à conclusão de que o texto fala sobre a relação entre homens e cães. Se foi isso que você pensou, parabéns! Isso significa que você foi capaz de identificar o tema do texto!

Fonte: <https://portuguesrapido.com/tema-ideia-central-e-ideias-secundarias/>

**IDENTIFICAÇÃO DE EFEITOS DE IRONIA OU HUMOR EM TEXTOS VARIADOS****Ironia**

Ironia é o recurso pelo qual o emissor diz o contrário do que está pensando ou sentindo (ou por pudor em relação a si próprio ou com intenção depreciativa e sarcástica em relação a outrem).

A ironia consiste na utilização de determinada palavra ou expressão que, em um outro contexto diferente do usual, ganha um novo sentido, gerando um efeito de humor.

Exemplo:



Na construção de um texto, ela pode aparecer em três modos: ironia verbal, ironia de situação e ironia dramática (ou satírica).

***Ironia verbal***

Ocorre quando se diz algo pretendendo expressar outro significado, normalmente oposto ao sentido literal. A expressão e a intenção são diferentes.

Exemplo: Você foi tão bem na prova! Tirou um zero incrível!

***Ironia de situação***

A intenção e resultado da ação não estão alinhados, ou seja, o resultado é contrário ao que se espera ou que se planeja.

Exemplo: Quando num texto literário uma personagem planeja uma ação, mas os resultados não saem como o esperado. No livro “Memórias Póstumas de Brás Cubas”, de Machado de Assis, a personagem título tem obsessão por ficar conhecida. Ao longo da vida, tenta de muitas maneiras alcançar a notoriedade sem suces-

so. Após a morte, a personagem se torna conhecida. A ironia é que planejou ficar famoso antes de morrer e se tornou famoso após a morte.

#### Ironia dramática (ou satírica)

A ironia dramática é um efeito de sentido que ocorre nos textos literários quando o leitor, a audiência, tem mais informações do que tem um personagem sobre os eventos da narrativa e sobre intenções de outros personagens. É um recurso usado para aprofundar os significados ocultos em diálogos e ações e que, quando captado pelo leitor, gera um clima de suspense, tragédia ou mesmo comédia, visto que um personagem é posto em situações que geram conflitos e mal-entendidos porque ele mesmo não tem ciência do todo da narrativa.

Exemplo: Em livros com narrador onisciente, que sabe tudo o que se passa na história com todas as personagens, é mais fácil aparecer esse tipo de ironia. A peça como Romeu e Julieta, por exemplo, se inicia com a fala que relata que os protagonistas da história irão morrer em decorrência do seu amor. As personagens agem ao longo da peça esperando conseguir atingir seus objetivos, mas a plateia já sabe que eles não serão bem-sucedidos.

#### Humor

Nesse caso, é muito comum a utilização de situações que pareçam cômicas ou surpreendentes para provocar o efeito de humor.

Situações cômicas ou potencialmente humorísticas compartilham da característica do efeito surpresa. O humor reside em ocorrer algo fora do esperado numa situação.

Há diversas situações em que o humor pode aparecer. Há as tirinhas e charges, que aliam texto e imagem para criar efeito cômico; há anedotas ou pequenos contos; e há as crônicas, frequentemente acessadas como forma de gerar o riso.

Os textos com finalidade humorística podem ser divididos em quatro categorias: anedotas, cartuns, tiras e charges.

Exemplo:



#### ANÁLISE E A INTERPRETAÇÃO DO TEXTO SEGUNDO O GÊNERO EM QUE SE INSCREVE

Compreender um texto trata da análise e decodificação do que de fato está escrito, seja das frases ou das ideias presentes. Interpretar um texto, está ligado às conclusões que se pode chegar ao conectar as ideias do texto com a realidade. Interpretação trabalha com a subjetividade, com o que se entendeu sobre o texto.

Interpretar um texto permite a compreensão de todo e qualquer texto ou discurso e se amplia no entendimento da sua ideia principal. Compreender relações semânticas é uma competência imprescindível no mercado de trabalho e nos estudos.

Quando não se sabe interpretar corretamente um texto pode-se criar vários problemas, afetando não só o desenvolvimento profissional, mas também o desenvolvimento pessoal.

#### Busca de sentidos

Para a busca de sentidos do texto, pode-se retirar do mesmo os **tópicos frasais** presentes em cada parágrafo. Isso auxiliará na apreensão do conteúdo exposto.

Isso porque é ali que se fazem necessários, estabelecem uma relação hierárquica do pensamento defendido, retomando ideias já citadas ou apresentando novos conceitos.

Por fim, concentre-se nas ideias que realmente foram explicitadas pelo autor. Textos argumentativos não costumam conceder espaço para divagações ou hipóteses, supostamente contidas nas entrelinhas. Deve-se ater às ideias do autor, o que não quer dizer que o leitor precise ficar preso na superfície do texto, mas é fundamental que não sejam criadas suposições vagas e inespecíficas.

#### Importância da interpretação

A prática da leitura, seja por prazer, para estudar ou para se informar, aprimora o vocabulário e dinamiza o raciocínio e a interpretação. A leitura, além de favorecer o aprendizado de conteúdos específicos, aprimora a escrita.

Uma interpretação de texto assertiva depende de inúmeros fatores. Muitas vezes, apressados, descuidamo-nos dos detalhes presentes em um texto, achamos que apenas uma leitura já se faz suficiente. Interpretar exige paciência e, por isso, sempre releia o texto, pois a segunda leitura pode apresentar aspectos surpreendentes que não foram observados previamente. Para auxiliar na busca de sentidos do texto, pode-se também retirar dele os **tópicos frasais** presentes em cada parágrafo, isso certamente auxiliará na apreensão do conteúdo exposto. Lembre-se de que os parágrafos não estão organizados, pelo menos em um bom texto, de maneira aleatória, se estão no lugar que estão, é porque ali se fazem necessários, estabelecendo uma relação hierárquica do pensamento defendido, retomando ideias já citadas ou apresentando novos conceitos.

Concentre-se nas ideias que de fato foram explicitadas pelo autor: os textos argumentativos não costumam conceder espaço para divagações ou hipóteses, supostamente contidas nas entrelinhas. Devemos nos ater às ideias do autor, isso não quer dizer que você precise ficar preso na superfície do texto, mas é fundamental que não criemos, à revelia do autor, suposições vagas e inespecíficas. Ler com atenção é um exercício que deve ser praticado à exaustão, assim como uma técnica, que fará de nós leitores proficientes.

#### Diferença entre compreensão e interpretação

A compreensão de um texto é fazer uma análise objetiva do texto e verificar o que realmente está escrito nele. Já a interpretação imagina o que as ideias do texto têm a ver com a realidade. O leitor tira conclusões subjetivas do texto.

**VOCABULÁRIO: SENTIDO DENOTATIVO E CONOTATIVO, SINONÍMIA, ANTONÍMIA, HOMONÍMIA, PARONÍMIA E POLISSEMIA**

**Visão Geral:** o significado das palavras é objeto de estudo da semântica, a área da gramática que se dedica ao sentido das palavras e também às relações de sentido estabelecidas entre elas.

**Denotação e conotação**

Denotação corresponde ao sentido literal e objetivo das palavras, enquanto a conotação diz respeito ao sentido figurado das palavras. Exemplos:

“O gato é um animal doméstico.”  
 “Meu vizinho é um gato.”

No primeiro exemplo, a palavra gato foi usada no seu verdadeiro sentido, indicando uma espécie real de animal. Na segunda frase, a palavra gato faz referência ao aspecto físico do vizinho, uma forma de dizer que ele é tão bonito quanto o bichano.

**Hiperonímia e hiponímia**

Dizem respeito à hierarquia de significado. Um hiperônimo, palavra superior com um sentido mais abrangente, engloba um hipônimo, palavra inferior com sentido mais restrito.

Exemplos:

- Hiperônimo: mamífero – hipônimos: cavalo, baleia.
- Hiperônimo: jogo – hipônimos: xadrez, baralho.

**Polissemia e monossímia**

A polissemia diz respeito ao potencial de uma palavra apresentar uma multiplicidade de significados, de acordo com o contexto em que ocorre. A monossímia indica que determinadas palavras apresentam apenas um significado. Exemplos:

- “Língua”, é uma palavra polissêmica, pois pode por um idioma ou um órgão do corpo, dependendo do contexto em que é inserida.
- A palavra “decalitro” significa medida de dez litros, e não tem outro significado, por isso é uma palavra monossêmica.

**Sinonímia e antonímia**

A sinonímia diz respeito à capacidade das palavras serem semelhantes em significado. Já antonímia se refere aos significados opostos. Desse modo, por meio dessas duas relações, as palavras expressam proximidade e contrariedade.

Exemplos de palavras sinônimas: morrer = falecer; rápido = veloz.

Exemplos de palavras antônimas: morrer x nascer; pontual x atrasado.

**Homonímia e paronímia**

A homonímia diz respeito à propriedade das palavras apresentarem: semelhanças sonoras e gráficas, mas distinção de sentido (palavras homônimas), semelhanças homófonas, mas distinção gráfica e de sentido (palavras homófonas) semelhanças gráficas, mas distinção sonora e de sentido (palavras homógrafas). A paronímia se refere a palavras que são escritas e pronunciadas de forma parecida, mas que apresentam significados diferentes. Veja os exemplos:

– Palavras homônimas: caminho (itinerário) e caminho (verbo caminhar); morro (monte) e morro (verbo morrer).

– Palavras homófonas: apressar (tornar mais rápido) e apreçar (definir o preço); arrochar (apertar com força) e arroxar (tornar roxo).

– Palavras homógrafas: apoio (suporte) e apoiar (verbo apoiar); boto (golfinho) e boto (verbo botar); choro (pranto) e choro (verbo chorar).

– Palavras parônimas: apóstrofe (figura de linguagem) e apóstrofo (sinal gráfico), comprimento (tamanho) e cumprimento (saudação).

**ORTOGRAFIA: EMPREGO DAS LETRAS, DAS PALAVRAS E DA ACENTUAÇÃO GRÁFICA**

A ortografia oficial prescreve a maneira correta de escrever as palavras, baseada nos padrões cultos do idioma. Procure sempre usar um bom dicionário e ler muito para melhorar sua escrita.

**Alfabeto**

O alfabeto passou a ser formado por 26 letras: A – B – C – D – E – F – G – H – I – J – K – L – M – N – O – P – Q – R – S – T – U – V – W – X – Y – Z.. As letras “k”, “w” e “y” não eram consideradas integrantes do alfabeto (agora são). Essas letras são usadas em unidades de medida, nomes próprios, palavras estrangeiras e outras palavras em geral. Exemplos: km, kg, watt, playground, William, Kafka, kafkiano.

**Vogais:** a, e, i, o, u, y, w.

**Consoantes:** b, c, d, f, g, h, j, k, l, m, n, p, q, r, s, t, v, w, x, z.

**Alfabeto:** a, b, c, d, e, f, g, h, i, j, k, l, m, n, o, p, q, r, s, t, u, v, w, x, y, z.

**Observações:**

A letra “Y” possui o mesmo som que a letra “I”, portanto, ela é classificada como vogal.

A letra “K” possui o mesmo som que o “C” e o “QU” nas palavras, assim, é considerada consoante. Exemplo: Kwait / Kiwi.

Já a letra “W” pode ser considerada vogal ou consoante, dependendo da palavra em questão, veja os exemplos:

No nome próprio Wagner o “W” possui o som de “V”, logo, é classificado como consoante.

Já no vocábulo “web” o “W” possui o som de “U”, classificando-se, portanto, como vogal.

**Emprego da letra H**

Esta letra, em início ou fim de palavras, não tem valor fonético; conservou-se apenas como símbolo, por força da etimologia e da tradição escrita. Grafam-se, por exemplo, **hoje**, porque esta palavra vem do latim *hodie*.

**Emprega-se o H:**

- Inicial, quando etimológico: hábito, hélice, herói, hérnia, hesitar, haurir, etc.
- Medial, como integrante dos dígrafos ch, lh e nh: chave, boliche, telha, flecha, companhia, etc.
- Final e inicial, em certas interjeições: ah!, ih!, hem?, hum!, etc.

# LEGISLAÇÃO MUNICIPAL

## LEI ORGÂNICA DO MUNICÍPIO DE BONITO/MS

### TÍTULO I DA ORGANIZAÇÃO MUNICIPAL

#### CAPÍTULO I DO MUNICÍPIO

##### SEÇÃO I DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 1º. O Município de Bonito, pessoa jurídica de direito público interno, no pleno uso da sua autonomia política, administrativa e financeira, reger-se-á por esta Lei Orgânica, votada e aprovada pela sua Câmara Municipal.

Art. 2º. São poderes do Município, independentes e harmônicos entre si, o Legislativo e o Executivo.

Parágrafo único - São símbolos do Município o Brasão, a Bandeira e o Hino, representativos de sua cultura e história. (NR)

Art. 3º. Constituem bens do Município todas as coisas móveis e imóveis, direitos e ações que a qualquer título lhe pertençam.

Art. 4º. A sede do Município dá-lhe o nome e tem a categoria de cidade.

##### SEÇÃO II DA DIVISÃO ADMINISTRATIVA DO MUNICÍPIO

Art. 5º. O Município poderá dividir-se, para fins administrativos, em Distritos a serem criados, organizados, suprimidos ou fundidos por lei após consulta plebiscitária à população diretamente interessada, observada a legislação estadual e o atendimento aos requisitos estabelecidos no art. 6º desta Lei Orgânica.

§ 1º A criação do Distrito poderá efetuar-se mediante fusão de dois ou mais Distritos, que serão suprimidos, sendo dispensada, nessa hipótese, a verificação dos requisitos do artigo 6º desta Lei Orgânica.

§ 2º A extinção do Distrito somente se efetuará mediante consulta plebiscitária à população da área interessada.

§ 3º O Distrito terá o nome da respectiva sede, cuja categoria será a de vila.

Art. 6º. São requisitos para a criação de Distrito:

I- população, eleitorado e arrecadação não inferiores à quinta parte exigida para a criação de Município;

II- existência, na povoação sede, de pelo menos, cinquenta moradias, escola pública, posto de saúde e posto policial.

Parágrafo único - A comprovação do atendimento às exigências enumeradas neste artigo far-se-á mediante:

I- declaração de estimativa de população emitida pela Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

II- certidão, emitida pelo Tribunal Regional Eleitoral, certificando o número de eleitores;

III- certidão, emitida pelo agente municipal de estatística ou pela repartição fiscal do Município, certificando o número de moradias;

IV- certidão dos órgãos fazendários do Estado e do Município certificando a arrecadação na respectiva área territorial;

V- certidão emitida pela Prefeitura ou pelas Secretarias de Educação, de Saúde e de Segurança Pública do Estado, certificando a existência de escola pública e de postos de saúde e policial na povoação-sede.

Art. 7º. Na fixação das divisas distritais serão observadas as seguintes normas:

I- evitar-se-ão, tanto quanto possível, formas assimétricas, estrangulamentos e alongamentos exagerados;

II- dar-se-á preferência para a delimitação, às linhas naturais, facilmente identificáveis;

III- na existência de linhas naturais, utilizar-se-á linha reta, cujos extremos, pontos naturais ou não, sejam facilmente identificáveis e tenham condições de fixidez;

IV- é vedada a interrupção de continuidade territorial do Município, ou Distrito de origem.

Parágrafo único - As divisas distritais serão descritas trecho a trecho, salvo, para evitar duplicidade, nos trechos que coincidirem com os limites municipais.

Art. 8º. A alteração de divisão administrativa do Município somente pode ser feita quadrienalmente, no ano anterior ao das eleições municipais.

Art. 9º. A instalação do Distrito far-se-á perante o Juiz de Direito da Comarca, na sede do Distrito.

#### CAPÍTULO II DA COMPETÊNCIA DO MUNICÍPIO

##### SEÇÃO I DA COMPETÊNCIA PRIVATIVA

Art. 10. Ao Município compete prover a tudo quanto diga respeito ao seu peculiar interesse e ao bem-estar de sua população, cabendo-lhe, privativamente, dentre outras, as seguintes atribuições:

I- legislar sobre assuntos de interesse local;

II- complementar a legislação federal e estadual, no que couber;

III- elaborar o plano diretor de desenvolvimento Integrado, com o objetivo de ordenar as funções sociais da cidade e garantir o bem-estar de seus habitantes;

IV- criar, organizar e suprimir distritos, observada a legislação estadual;

V- manter, com a cooperação técnica e financeira da União e do Estado, programas de educação pré-escolar e do ensino fundamental;

VI- elaborar as diretrizes orçamentárias, o orçamento anual e o plano plurianual;

VII - instituir e arrecadar tributos, bem como aplicar as suas rendas;

VIII- fixar, fiscalizar e cobrar tarifas ou preços públicos;

IX- dispor sobre organização, administração e execução dos serviços locais;

X - dispor sobre administração, utilização e alienação dos bens públicos;

XI- organizar o quadro e estabelecer o regime jurídico dos servidores públicos;

XII- organizar e prestar, diretamente, ou sob regime de concessão ou permissão, os serviços públicos locais;

XIII- planejar o uso e a ocupação do solo em seu território, especialmente em sua zona urbana;

XIV - estabelecer normas de edificação, loteamento, arruamento e zoneamento urbano rural, bem como as limitações urbanísticas convenientes a ordenação do seu território, observando a lei federal;

XV- conceder e renovar licença para localização e funcionamento de estabelecimentos industriais, comerciais, prestadores de serviços e quaisquer outros;

XVI- cassar a licença que houver concedido ao estabelecimento que se tornar prejudicial à saúde, à higiene, ao sossego alheio, à segurança, aos outros bons costumes ou ao meio ambiente, fazendo cessar a atividade ou determinando o fechamento do estabelecimento;

XVII- estabelecer servidões administrativas necessárias a realização de seus serviços, inclusive à dos seus concessionários;

XVIII- adquirir bens, inclusive por meio de desapropriação;

XIX- regular a disposição, o traçado e as demais condições dos bens públicos de uso comum;

XX- regulamentar a utilização dos logradouros públicos, especialmente no perímetro urbano, e determinar o itinerário e os pontos de parada dos transportes coletivos;

XXI- fixar os locais de estacionamento de táxis e demais veículos;

XXII- conceder, permitir ou autorizar os serviços de transporte coletivo e de táxis, fixando as respectivas tarifas;

XXIII- fixar e sinalizar as zonas de silêncio, trânsito e tráfego em condições especiais;

XXIV- disciplinar os serviços de carga e descarga e fixar a tonelagem máxima permitida a veículos que circulem em vias públicas municipais;

XXV- tornar obrigatória a utilização da estação rodoviária, quando houver;

XXVI- sinalizar as vias urbanas e estradas municipais, bem como regulamentar e fiscalizar a sua utilização;

XXVII- prover sobre a limpeza das vias e logradouros públicos, remoção e destino do lixo domiciliar e de outros resíduos de qualquer natureza;

XXVIII- ordenar as atividades urbanas, fixando condições e horários para funcionamento de estabelecimentos industriais, comerciais e de serviços, observadas as normas federais pertinentes;

XXIX- dispor sobre os serviços funerais e de cemitérios, encarregando-se da administração daqueles que forem públicos e fiscalizando os pertencentes a entidades privadas;

XXX- regulamentar, licenciar, permitir, autorizar e fiscalizar a fixação de cartazes e anúncios, bem como a utilização de qualquer outros meios de publicidade e propaganda, nos locais sujeitos ao poder de polícia municipal;

XXXI- prestar assistência nas emergências médico-hospitalar de pronto socorro, por seus próprios serviços ou mediante convênio com instituição especializada;

XXXII- organizar e manter os serviços de fiscalização necessários ao exercício do seu poder de polícia administrativa;

XXXIII- fiscalizar, nos locais de vendas, peso, medidas e as condições sanitárias dos gêneros alimentícios;

XXXIV- dispor sobre o depósito e venda de animais e mercadorias apreendidos em decorrência de transgressão da legislação municipal;

XXXV- dispor sobre o registro, vacinação e captura de animais com a finalidade precípua de erradicar as moléstias de que possam ser portadores ou transmissores;

XXXVI- estabelecer e impor penalidades por infração de suas leis e regulamentos;

XXXVII - promover os seguintes serviços:

a) mercados, feiras e matadouros;

b) construção e conservação de estradas e caminhos municipais;

c) transportes coletivos estritamente municipais;

d) iluminação pública;

XXXVIII - regulamentar o serviço de carros de aluguel, inclusive o uso de taxímetro;

XXXIX- assegurar a expedição de certidões requeridas às repartições administrativas municipais, para defesa de direitos e esclarecimentos de situações, estabelecendo os prazos de atendimento;

XL - instituir, executar e apoiar programas educacionais e culturais que propiciem o pleno desenvolvimento da criança e do adolescente;

XLI - amparar, de modo especial, os idosos e os portadores de deficiência;

XLII - publicar na imprensa local e da região, os seus atos, leis, balancetes mensais, o balanço anual de suas contas e o orçamento anual;

XLIII - instituir a guarda municipal destinada à proteção de seus bens, serviços e instalações, conforme dispuser a lei;

§ 1º As normas de loteamento e arruamento a que se referem o inciso XIX deste artigo deverão exigir reserva de áreas destinadas a:

a) zonas verdes e demais logradouros públicos;

b) vias de tráfego e de passagem de canalizações públicas, de esgotos e de águas pluviais nos fundos dos vales;

c) passagem de canalizações públicas de esgoto e de águas pluviais com largura mínima de dois metros nos fundos de lotes, cujo desnível seja superior a um metro da frente ao fundo.

§ 2º A lei complementar de criação da guarda municipal estabelecerá a organização e competência dessa força auxiliar na proteção dos bens, serviços e instalações municipais.

§ 3º As competências previstas neste artigo não esgotam o exercício privativo de outras, na forma da lei, desde que atenda ao peculiar interesse do Município e ao bem-estar de sua população e não conflite com a competência federal e estadual. (NR)

**SEÇÃO II  
DA COMPETÊNCIA COMUM**

Art. 11. É da competência administrativa comum do Município, da União e do Estado, observada a lei complementar federal, no exercício das seguintes medidas:

I- zelar pela guarda da Constituição, das leis e das instituições democráticas e conservar o patrimônio público;

II- cuidar da saúde e assistência pública, da proteção e garantia das pessoas portadoras de deficiência;

III- proteger os documentos, as obras e outros bens de valor histórico, artístico e cultural, os monumentos, as paisagens naturais notáveis e os sítios arqueológicos;

IV- impedir a evasão, a destruição e a descaracterização de obras de arte e de outros bens de valor histórico, artístico ou cultural;

V- proporcionar os meios de acesso à cultura, à educação e à ciência;

VI- proteger o meio ambiente e combater a poluição em qualquer de suas formas;

VII- preservar as florestas, a fauna e a flora;

VIII- fomentar a produção agropecuária e organizar o abastecimento alimentar;

IX- promover programas de construção de moradias e a melhoria das condições habitacionais e de saneamento básico;

X- combater as causas da pobreza e os fatores de marginalização, promovendo a integração social dos setores desfavorecidos;

XI- registrar, acompanhar e fiscalizar as concessões de direitos de pesquisas e exploração de recursos hídricos e minerais em seus territórios;

XII- estabelecer e implantar política de educação para segurança do trânsito;

XIII- planejar e promover a implantação de sistema de defesa civil, para atuação em casos de situação de emergência ou de calamidade pública. (NR)

**SEÇÃO III  
DA COMPETÊNCIA SUPLEMENTAR**

Art. 12. Ao Município compete suplementar a legislação federal e a estadual no que couber e naquilo que disser respeito ao seu peculiar interesse, visando adaptá-las à realidade local. (NR)

**CAPÍTULO III  
DAS VEDAÇÕES**

Art. 13. Ao Município é vedado:

I- estabelecer cultos religiosos ou igrejas, subvencioná-los, embaraçar-lhes o funcionamento ou manter com eles ou seus representantes relações de dependência ou aliança, ressalvada, na forma da lei, a colaboração de interesse público;

II- recusar fé aos documentos públicos;

III- criar distinções entre brasileiros ou preferências entre si;

IV- subvencionar ou auxiliar, de qualquer modo, com recursos pertencentes aos cofres públicos, quer pela imprensa, rádio, televisão, serviço de alto falante ou qualquer outro meio de comunicação, propaganda político-partidária, ou fins estranhos à administração;

V- manter a publicidade de atos, programas, obras, serviços e campanhas de órgãos públicos que não tenham caráter educativo, informativo ou de orientação social, assim como a publicidade da qual constem nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos;

VI- outorgar isenções e anistias fiscais, ou permitir a remissão da dívida, sem interesse público justificado, sob pena de nulidade do ato;

VII- exigir ou aumentar tributos sem lei que o estabeleça;

VIII- instituir tratamento desigual entre contribuinte que se encontre em situação equivalente, proibida qualquer distinção em razão de ocupação profissional ou função por eles exercidas, independentemente da denominação jurídica dos rendimentos, títulos ou direitos;

IX- estabelecer diferença tributária entre bens e serviços, de qualquer natureza, em razão de sua procedência ou destino;

X- cobrar tributos:

a) em relação a fatos geradores ocorridos antes do início da vigência da lei que os houver instituído ou aumentado;

b) no mesmo exercício financeiro em que haja sido publicada a lei que os instituiu ou aumentou;

c) antes de decorridos noventa dias da data em que haja sido publicada a lei que os instituiu ou aumentou, observado o disposto na alínea b.

XI- utilizar tributos com efeito de confisco;

XII- estabelecer limitações ao tráfego de pessoas ou bens, por meios de tributos, ressalvada a cobrança de pedágio pela utilização de vias conservadas pelo poder público;

XIII- instituir impostos sobre:

a) patrimônio, renda ou serviços da União, do Estado e de outros Municípios;

b) templos de qualquer culto;

c) patrimônio, rendas ou serviços dos partidos políticos, inclusive suas fundações, das entidades sindicais dos trabalhadores, das instituições de educação e de assistência social, sem fins lucrativos, atendidos os requisitos da lei federal;

d) livros, jornais, periódicos e o papel destinado à sua impressão.

§ 1º A vedação do inciso X, c, não se aplica à fixação da base de cálculo do imposto sobre propriedade predial e territorial urbana; e a vedação do inciso XIII, a, é extensiva às autarquias e às fundações instituídas e mantidas pelo poder público, no que se refere ao patrimônio, à renda e aos serviços, vinculados às suas finalidades essenciais ou às delas decorrentes;

§ 2º As vedações do inciso XIII, a, e do parágrafo anterior não se aplicam ao patrimônio, à renda e aos serviços relacionados com exploração de atividades econômicas regidas pelas normas aplicáveis a empreendimentos privados ou em que haja contra prestação ou pagamento de preços ou tarifas pelo usuário, nem exonera o promitente comprador da obrigação de pagar imposto relativamente ao bem imóvel;

§ 3º As vedações expressas no inciso XIII, alíneas b e c, compreendem somente o patrimônio, a renda e os serviços relacionados com as finalidades essenciais das entidades nelas mencionadas;

§ 4º As vedações expressas nos incisos VII a XIII serão regulamentados em lei complementar federal. (NR)

**TÍTULO II  
DA ORGANIZAÇÃO DOS PODERES**

**CAPÍTULO I  
DO PODER LEGISLATIVO**

**SEÇÃO I  
DA CÂMARA MUNICIPAL**

Art. 14. O Poder Legislativo do Município é exercido pela Câmara Municipal.

Parágrafo único - Cada legislatura terá duração de quatro anos, compreendendo cada ano uma sessão legislativa.

Art. 15. A Câmara Municipal é composta de Vereadores eleitos pelo sistema proporcional como representantes do povo, com mandato de quatro anos.

§ 1º São condições de elegibilidade para o mandato de Vereador na forma da lei federal: I - a nacionalidade brasileira;

II - o pleno exercício dos direitos políticos;

III - o alistamento eleitoral;

IV - o domicílio eleitoral na circunscrição;

V - a filiação partidária;

VI - a idade mínima de dezoito anos;

VII - ser alfabetizado.

§ 2º O número de Vereadores será fixado pela Câmara Municipal, de acordo com os limites estabelecidos na Constituição Federal, observadas as seguintes normas:

I - 9 (nove) Vereadores, para o grupo dos primeiros 15.000 (quinze mil) habitantes do Município;

II - 11 (onze) Vereadores, quando a população do Município estiver entre 15.001 (quinze mil e um) e 30.000 (trinta mil) habitantes;

III - 13 (treze) Vereadores, quando a população do Município estiver entre 30.001 (trinta mil e um) e 50.000 (cinquenta mil) habitantes;

IV - 15 (quinze) Vereadores, quando a população do Município estiver entre 50.001 (cinquenta mil e um) e 80.000 (oitenta mil) habitantes;

V - 17 (dezesete) Vereadores, quando a população do Município estiver entre 80.001 (oitenta mil e um) e 120.000 (cento e vinte mil) habitantes;

VI - 19 (dezenove) Vereadores, quando a população do Município estiver entre 120.001 (cento e vinte mil e um) e 160.000 (cento sessenta mil) habitantes;

VII - 21 (vinte e um) Vereadores, quando a população do Município estiver entre 160.001 (cento e sessenta mil e um) e 300.000 (trezentos mil) habitantes;

VIII - 23 (vinte e três) Vereadores, quando a população do Município estiver entre 300.001 (trezentos mil e um) e 450.000 (quatrocentos e cinquenta mil) habitantes;

IX - 25 (vinte e cinco) Vereadores, quando a população do Município estiver entre 450.001 (quatrocentos e cinquenta mil e um) e 600.000 (seiscentos mil) habitantes;

X - 27 (vinte e sete) Vereadores, quando a população do Município estiver entre 600.001 (seiscentos mil e um) e 750.000 (setecentos cinquenta mil) habitantes;

XI - 29 (vinte e nove) Vereadores, quando a população do Município estiver entre 750.001 (setecentos e cinquenta mil e um) e 900.000 (novecentos mil) habitantes;

XII - 31 (trinta e um) Vereadores, quando a população do Município estiver entre 900.001 (novecentos mil e um) e 1.050.000 (um milhão e cinquenta mil) habitantes;

XIII - 33 (trinta e três) Vereadores, quando a população do Município estiver entre 1.050.001 (um milhão e cinquenta mil e um) e 1.200.000 (um milhão e duzentos mil) habitantes;

XIV - 35 (trinta e cinco) Vereadores, quando a população do Município estiver entre 1.200.001 (um milhão e duzentos mil e um) e 1.350.000 (um milhão e trezentos e cinquenta mil) habitantes;

XV - 37 (trinta e sete) Vereadores, quando a população do Município estiver entre 1.350.001 (um milhão e trezentos e cinquenta mil e um) e 1.500.000 (um milhão e quinhentos mil) habitantes;

XVI - 39 (trinta e nove) Vereadores, quando a população do Município estiver entre 1.500.001 (um milhão e quinhentos mil e um) e 1.800.000 (um milhão e oitocentos mil) habitantes;

XVII - 41 (quarenta e um) Vereadores, quando a população do Município estiver entre 1.800.001 (um milhão e oitocentos mil e um) e 2.400.000 (dois milhões e quatrocentos mil) habitantes;

XVIII - 43 (quarenta e três) Vereadores, quando a população do Município estiver entre 2.400.001 (dois milhões e quatrocentos mil e um) e 3.000.000 (três milhões) de habitantes;

XIX - 45 (quarenta e cinco) Vereadores, quando a população do Município estiver entre 3.000.001 (três milhões e um) e 4.000.000 (quatro milhões) de habitantes;

XX - 47 (quarenta e sete) Vereadores, quando a população do Município estiver entre 4.000.001 (quatro milhões e um) e 5.000.000 (cinco milhões) de habitantes;

XXI - 49 (quarenta e nove) Vereadores, quando a população do Município estiver entre 5.000.001 (cinco milhões e um) e 6.000.000 (seis milhões) de habitantes;

XXII - 51 (cinquenta e um) Vereadores, quando a população do Município estiver entre 6.000.001 (seis milhões e um) e 7.000.000 (sete milhões) de habitantes;

XXIII - 53 (cinquenta e três) Vereadores, quando a população do Município estiver entre 7.000.001 (sete milhões e um) e 8.000.000 (oito milhões) de habitantes;

XXIV - 55 (cinquenta e cinco) Vereadores, quando a população do Município atingir mais de 8.000.000 (oito milhões) de habitantes;

XXV - o número de habitantes a ser utilizado como base de cálculo do número de Vereadores será aquele disponibilizado pela Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, referente ao ano que anteceder às eleições;

XXVI - o número de Vereadores será fixado, mediante decreto legislativo, até um ano antes da realização das eleições municipais;

XXVII - a Mesa da Câmara enviará ao Tribunal Regional Eleitoral, logo após a sua edição, cópia do decreto legislativo de que trata o inciso XXVI deste parágrafo.

§ 3º É vedado aos Poderes Municipais a delegação recíproca de atribuições, salvo nos casos previstos nesta Lei Orgânica.

§ 4º O cidadão investido na função de um dos Poderes não poderá exercer a de outro, salvo nas exceções previstas nesta Lei Orgânica. (NR)

Art. 16. A Câmara Municipal reunir-se-á anualmente na sede do Município, de 02 (dois) de fevereiro a 17 (dezesete) de julho e de 1º (primeiro) de agosto a 22 (vinte e dois) de dezembro. (NR)

§ 1º As reuniões marcadas para essas datas serão transferidas para o primeiro dia útil seguinte, quando recaírem em dia de sábado, domingo ou feriado.

# CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

## Auxiliar de Administração I

### TÉCNICAS DE ATENDIMENTO AO PÚBLICO INTERNO E EXTERNO.

Quando se trabalha com pessoas, é preciso ter em mente alguns comportamentos e requisitos importantes não apenas para comunicar uma mensagem ao seu público, mas também para mediar, facilitar, agilizar e impactar positivamente a forma como este recebe a mensagem através de seu emissor.

Muitos fatores impactam a vida de pessoas no atendimento ao cliente, as experiências ruins podem perpetuar a má reputação de uma corporação, mas um bom atendimento atrai e encanta, facilitando relacionamentos e auxiliando todo e qualquer empreendimento.

Todo tipo de interação deve ser pensada e devidamente estudada, antes mesmo de iniciar um primeiro contato com o público, pois pequenos detalhes fazem a diferença, desde a forma como o colaborador se porta, sua aparência física, sua dicção e comunicação não-verbal até a sua atenção e cortesia, a objetividade de sua mensagem e a empatia para com o outro.

#### Comunicabilidade

Comunicamos mensagens todos os dias, a todo momento aos que estão ao redor. Seja através das expressões faciais, dos gestos, de palavras ou de sons. Estas mensagens podem ser emitidas e transmitidas de maneira intencional ou não-intencional, pois é algo que realizamos naturalmente todos os dias. Pense da seguinte forma: se alguém está de testa franzida e sobrancelhas arqueadas, de expressão séria e áspera, a mensagem que o indivíduo transmite, ainda que de forma não verbal, assemelha-se às emoções as quais correlacionamos àquela expressão facial, raiva, tristeza, preocupação, entre outras do mesmo gênero. Por outro lado, estamos o tempo todo expressando e comunicando mensagens verbais àqueles com quem convivemos de forma natural e cotidiana.

A comunicabilidade, porém, diz respeito a uma qualidade comunicável, à facilidade de se expressar e transmitir uma mensagem clara, a fim de que o receptor dela a compreenda. Pode ser entendido como uma otimização do ato de comunicar em que a mensagem em questão é realizada de maneira eficaz, correta e rápida.

A forma como as palavras são dispostas em uma frase, a entoação usada, a dicção, a pronúncia das palavras e até o pouco conhecimento de um idioma podem prejudicar a formulação de uma mensagem, que dirá a compreensão desta uma vez que é comunicada ao público. Um claro exemplo disto é a comunicação entre um falante básico ou intermediário de espanhol ou inglês em relação a um falante nativo; é provável que o primeiro vá encontrar dificulda-

de de se comunicar com o segundo não apenas por não dominar a língua, mas por não saber como transmitir a mensagem adequadamente. O mesmo acontece com o próprio português quando não usado de maneira adequada.

Seja na comunicação oral (fala), na comunicação escrita (textos, e-mails, chats) ou em termos de comunicação acessível (comunicação adequada para surdos, mudos, deficientes etc), a efetiva comunicabilidade de uma mensagem estabelece laços com o público, o qual se importa com transparência e veracidade das informações, bem como a clareza e concisão do que recebe.

#### Apresentação

Antes mesmo de apresentar-se diante do público, o indivíduo deve se preparar. Uma presença marcante pode ter impactos extremamente positivos na comunicação com possíveis clientes e colaboradores. A postura física, um corpo ereto, diz muito sobre sua própria autoestima e confiança, o que influencia diretamente na imagem da empresa a qual você representa. Uma boa aparência, um bom vestuário, adequado ao tipo de público e à empresa em que se trabalha, bem como boa higiene pessoal (cuidados com cabelos, barba, maquiagem, unhas, hálito etc) são imprescindíveis para causar uma boa primeira impressão.

O nome próprio, as credenciais e demais informações passadas pelo público são importantes, mas não passam de meras formalidades se não acompanhadas de cortesia, empatia e interesse mútuo. Aprender o nome do outro, sorrir, ser simpático e cordial durante uma apresentação entusiasmada é valoroso e pode conquistar o público antes mesmo da mensagem principal ser veiculada, o que diz muito sobre a percepção humana sobre o outro. Tratar as pessoas com respeito é básico, mas pode se fazer necessário adequar à sua linguagem para não confundir ou gerar mal entendidos que possam ser confundidos com ofensas ou deprecições; dependendo do ambiente, gírias e expressões mais informais não cabem, em outros, porém, um linguajar mais informal aproxima o indivíduo de seu público.

De todo modo, apresentar-se tem a ver com mais do que apenas o “olá” inicial. Vai além do aperto de mão, que deve ser firme e confiante. Vai além do sorriso e de uma boa aparência. Diz respeito a importar-se com o outro a ponto de ser sua melhor versão e estar em seu melhor estado. Um outro fator de extrema importância é a pontualidade, ao chegar com antecedência, você se apresenta como um indivíduo comprometido e sério que se importa com o tempo disponibilizado pelo outro para ouvi-lo.

### Atenção

Ser atento está ligado a ter olhos para os detalhes e ter ouvidos abertos para o outro. Prestar atenção no que o outro diz, oferecer ajuda, observar a forma como o público se comunica ou reage diante do que você propõe é primordial para estabelecer relação e até relacionamento com ele. Um atendente sempre fica em evidencia e os olhos ou ouvidos se voltam para ele quase que completamente durante seu trabalho. Sendo assim, olhar nos olhos e demonstrar interesse no público, colocando-se em seu lugar e fazendo com que ele perceba que ele está sendo compreendido, são técnicas que ajudam o próprio colaborador ou atendente a identificar o que seu público espera, deseja, sente e se ele está ou não aberto ao que se está comunicando.

Uma boa comunicação é feita quando emissor e receptor da mensagem invertem papéis em diversos momentos, tomando um o lugar do outro diante da prática comunicativa. No entanto, durante o atendimento ao público, é possível que uma parte seja muito mais ativa que a outra neste processo. É, porém dever do atendente mediar esta situação e tomar posição de falante ativo, quando necessário, mas recuando para ser um bom ouvinte das necessidades do cliente, em outros momentos, a fim de ser um bom solucionador de problemas. Estar atento ao andamento da conversa é de suma importância.

### Cortesia

A cortesia é um atributo de todo homem ou mulher civilizado. E quanto ao termo civilizado, este não se propõe aqui como um contraponto ao selvagem, pois até mesmo animais selvagens sabem agir de forma cortês, mas sim à ideia da educação não escolar, ligada aos bons modos e à forma de se portar. A polidez no trato, nas palavras e na maneira de pronunciar palavras e opiniões, a amabilidade e a compreensão são adjetivos que qualificam um excelente profissional.

Atender o público não é fácil; ouvem-se mil e uma histórias de clientes rudes, grosseiros e hostis que fazem funcionários saírem chorando diante de tamanha grosseria ou até chorando por conta da pressão que pode existir neste trabalho. Deve-se, porém, ter em mente que ainda que o outro lado, o lado do público, não se porte de uma maneira adequada, o colaborador reflete a imagem da empresa e é responsável por parte de sua credibilidade. Ao ser cortês, prestativo, educado e gentil, o indivíduo se coloca em uma posição sublime que transpassa confiança capaz de rebater e constringer emissores de grosserias e rudezas. Gentiliza gera gentileza.

### Interesse

Arelado à atenção, o interesse é expresso durante a comunicação com o público. Um dos elementos cruciais a se atentar em questão de interesse são as expressões faciais, elas demonstram nossas emoções internas de modo involuntário e podem denunciar uma atitude falsa ou errônea. Enquanto suas palavras dizem “claro, você está certo, isto é super importante”, uma expressão facial ou postura que claramente indicam descaso e desinteresse podem denunciá-lo e colocar em jogo a confiabilidade da empresa, deixando o cliente inseguro diante de suas necessidades, fazendo inclusive com que ele se questione sobre a importância do que fala ou sobre o interesse da empresa diante de seu problema, contestação ou descontentamento.

O interesse demonstrado pelo cliente não deve vir apenas quando a empresa ou os colaboradores são cobertos de elogios, mas em momentos de críticas também. As críticas e reclamações

são importantes para a evolução da empresa como um todo. Demonstrar verdadeiro interesse e de fato atentar-se ao público é um desafio que vale a pena. Não basta conhecer um produto ou um serviço para realizar um bom atendimento, mas demonstrar interesse no que seu público precisa e deseja.

### Presteza

Ser proativo e prestativo ao realizar um serviço, ainda mais quando se trata de seres humanos, é uma qualidade louvável. Tempos de espera muito longos em salas de bate-papo, chats, telefones ou mesmo pessoalmente podem cansar o cliente e passar uma má impressão de descaso. Servir café, chá, água, indicar e oferecer comodidades dos espaços disponíveis, como banheiros, lavadouros, cantinas, entre outros, podem fazer com que o cliente se sinta à vontade e veja a forma ativa como o atendente se presta à atendê-lo.

### Eficiência

Trabalhar com eficiência significa ser capaz, competente, produtivo e conseguir bons resultados ou rendimentos de acordo com o esperado, possivelmente ultrapassando as expectativas. Para exceder no atendimento ao público é necessário ser eficiente, ser prático na hora de comunicar e transmitir as informações, mas paciente o suficiente a ponto de deixar o público confortável e tranquilo, sabendo que está em boas mãos e pode se expressar honestamente.

A capacidade de atender e satisfazer muitos clientes é também uma qualidade de quem trabalha com eficiência. Realizar uma tarefa com o menor número de recursos possíveis no menor intervalo de tempo, com o menor índice de investimento ou dinheiro é eficiência ao máximo. Nem sempre é possível ticar todas as caixas e ser cem por cento eficiente, isso por causa da inexperiência do profissional ou porque cada caso é único e complexo e o público vai se modificando, entretanto, quando se combina, conhecimento, preparo e experiências as chances de se realizar um atendimento eficiente e ágil são muito maiores.

### Tolerância

A capacidade de tolerância de um atendente irá dizer muito a respeito de sua profissionalidade e sua aptidão em exercer a função a que foi designado. Nem sempre é fácil lidar com outras pessoas, opiniões diferentes, insatisfações, problemas pessoais, temperamento, entre outros aspectos perfeitamente naturais e humanos do cotidiano podem interferir na forma como as pessoas se comunicam e expressam suas necessidades. Ter em mente que as diferenças não são impedimentos para realizar uma comunicação efetiva é o primeiro passo para se tornar um ser humano e um profissional tolerante e respeitoso.

Ainda que seja difícil se controlar diante de uma afirmação equivocada por parte do cliente, deve-se ter em mente que para ele esta pode ser a verdade e que não se deve perder a paciência, muito menos agir de forma grosseira ao corrigi-lo ou indicar outras opções e alternativas, mas aceitar a realidade. Em muitas empresas, adota-se o lema “eu entendo” entre os atendentes como um exercício de empatia no atendimento, pois muitas vezes não é possível compreender muito bem o cliente, mas é possível agir com tolerância e aceitar o que o outro diz em prol da paz, evitando conflitos desnecessários onde eles se veem iminentes.

**Discrição**

Diante das informações trocadas ali entre cliente e atendente, deve haver respeito. Por vezes, não se deve expor todos os procedimentos da empresa ao cliente, pois existem processos que são sigilosos, restritos aos funcionários e aos colaboradores. Do lado do público, por sua vez, também existem informações e dados dos clientes que devem ser sigilados ou resguardados, estabelecendo uma relação de confiança entre empresa e cliente, sendo o atendente o mediador desta relação.

**Conduta**

Conduta se refere ao modo de agir, ao comportamento de um indivíduo. A maneira como o ser humano se porta, vive e age no trabalho deve ser adequada às normas, valores e ideias da empresa. Se uma empresa espera que seus funcionários sejam pontuais e o funcionário se atrasa para o trabalho todos os dias, sua conduta não está adequada ao que a empresa espera dele.

A conduta de um colaborador, de um atendente, age como o espelho da própria empresa, pois ele carrega a imagem física real de uma marca, um nome ou um serviço, estes não possuem um rosto, nem emoções, nem comportamentos, mas o funcionário sim e por isso ele representa a instituição em que trabalha. O cliente pode não fazer distinção entre uma má postura de um único funcionário e de toda a empresa, o que pode manchar a sua reputação e fazer com que ela perca clientes diante da sua falta de credibilidade, tudo isso pois seu colaborador não se portou adequadamente, não agiu de maneira correta, com boas intenções, com ética e de forma respeitosa.

**Objetividade**

Para a comunicação entre duas partes ser feita de forma efetiva é preciso que ela seja clara e objetiva. Objetividade diz respeito a comunicar de tal modo que se atinja um alvo, sem rodeios. Esta é uma característica que deve estar presente durante o atendimento ao cliente pois guia a comunicação em direção a um objetivo.

Pense em um cliente que tem alguma insatisfação em relação à um produto vendido por uma empresa. Este cliente, ao ligar para um SAC (serviço de atendimento ao cliente), por exemplo, deseja expressar a sua insatisfação à empresa não para desabafar seu descontentamento de forma gratuita, mas a fim de a empresa possa intervir, compreendendo sua função como solucionadora de problemas, tendo em mente a necessidade de manter laços entre a empresa e o consumidor em prol de suas vendas, de sua reputação e seu sucesso.

Neste exemplo, o atendente, por sua vez, deve ter objetividade enquanto comunica ao público as opções existentes e a disposição da empresa a qual representa em solucionar a questão, de modo que não retem dúvidas por parte do cliente, sem deixar nenhuma mensagem ambígua, o que pode gerar um grande mal-entendido, prejudicial para todas as partes. Quantas vezes não ouvimos falar de informações erradas ou mal expressadas por parte de atendentes que prejudicaram empresas inteiras? Este tipo de ocorrência não deve acontecer de forma alguma, pois coloca em risco todo um grupo de profissionais.

**— Atendimento ao público interno e externo, pessoalmente ou através do telefone**

Acompanhamos hoje, o crescimento do consumismo e da tecnologia e a exigência do consumidor por qualidade, tanto do produto como do atendimento. Com a diversidade de marcas e a

disputa acirrada por clientes as organizações investem em qualidade de atendimento, na estrutura da empresa e em treinamento de funcionários, capacitando-os para que estes possam contribuir com a evolução da instituição no mercado de trabalho.

Algumas empresas de grande e pequeno porte apostam no atendimento como diferencial entre suas concorrentes. Usam ainda, os princípios do setor de recursos humanos (RH) para auxiliar na preparação e qualificação de seus funcionários dando a eles, a oportunidade de se capacitar e de crescer na organização. O RH acredita que se houver preparação de seus colaboradores, tanto internos como externos haverá um bom retorno. Segundo Battestin (2013), “investir em programas de capacitação resulta na melhor entrega dos colaboradores e provê aos funcionários preparação profissional que supra as necessidades estratégicas da organização, fortalecendo a marca, sedimentando a Missão, alcançando a Visão.”

O atendimento interno é importante e se torna eficaz por sua excelência em qualidade ao atender seus colaboradores, estes por sua vez, se sentem parte da empresa, sentem-se peça fundamental para o bom andamento dos exercícios da organização ao qual fazem parte. São estes que vão fazer o marketing da empresa crescer ou não, mas para que isto aconteça é preciso ter um setor de RH bem preparado e com ótimo atendimento aos funcionários, para saber conversar e deixar o colaborador à vontade para discutir suas opiniões e fazer seus questionamentos. Caso contrário, se não houver uma relação boa entre o RH e colaborador haverá influência na forma que ele irá atender o cliente externo, que provavelmente não será positivo, pois a sua motivação estará abalada por falta de qualidade de atendimento interno.

Com o crescimento do consumismo e a existência de várias marcas, o cliente externo procura não somente por qualidade do produto e bom preço, há uma grande procura por bom atendimento, pois é este atendimento que indicará se o cliente dará preferência ou não. Entretanto se sabe também que, além disso, o cliente quer alguém que possa tirar suas dúvidas e auxiliar numa boa compra.

**Qualidade no atendimento interno**

Para uma empresa se destacar, nos dias atuais, a qualidade no atendimento é fundamental, é uma obrigação de qualquer empresa oferecer serviços de qualidade. O atendimento de qualidade começa com o atendimento interno, deve-se oferecer um atendimento profissional ao se passar uma informação ao outro setor da empresa deve-se transmitir de forma completa, pois sabemos atender bem nossos clientes internos teremos um serviço ágil, se o funcionário for ao trabalho de bom humor e motivado, melhorando o clima de trabalho no setor onde ele atua, poderá transmitir uma boa imagem ao atender os consumidores.

Se não houver qualidade no atendimento interno, dificilmente haverá qualidade para o cliente externo, pois uma empresa é constituída de ciclos de serviços. O serviço que o cliente externo recebe é o reflexo dos ciclos de serviços praticados internamente, se algum ato do ciclo de serviços falharem o sistema todo também será afetado, e com isso, prejudicará a venda final. (COLUNISTA, 2013, p.s/n)

Todo profissional deve considerar o colega de trabalho como um cliente. Lembre-se que, quem promove um profissional não é somente o gerente ou a diretoria, mas os colegas de trabalho que ficam satisfeitos com o atendimento recebido por ele. Os clientes internos são todos aqueles que fazem parte do nosso dia a dia dentro do ambiente de trabalho como o diretor da empresa, o gerente, a recepcionista dentre outros, ou seja, o cliente interno

pode ser aquele ao qual prestamos serviços com produtos e mão de obra dentro da própria instituição. Todos os clientes são importantes dentro ou fora de uma corporação independentemente se ele é externo ou interno, por isso, cabe à empresa tratá-lo da melhor forma possível e criar métodos de qualidade que faça com que o mesmo esteja por dentro das atividades empresariais, seja na compra de produtos ou prestações de serviços.

Por tanto oferecer um atendimento aos seus clientes internos pelo profissionalismo e cortesia, sempre comprometidos com a qualidade das tarefas é essencial. Ter paciência, trabalhar em equipe, e falar de forma clara, trará facilidade na conquista de clientes externos, pois qualidade no serviço e atendimento interno são responsabilidades de todos.

### Qualidade no atendimento externo

Atualmente, o mundo tem passado por diversas mudanças na economia e na sociedade e no crescimento populacional. E aparte de então veio mudando o mercado, tornando-o assim mais competitivo.

Diante deste desenvolvimento, as empresas resolveram investir em qualidade de atendimento aos clientes. Fazendo com que a qualidade dos produtos e serviços se torne capazes de satisfazer as necessidades dos clientes.

A forma como se atende um cliente dirá se voltará ou não a empresa, sendo assim, os empreendedores buscam por funcionários que saibam lidar com as pessoas de maneira satisfatória e que mantenha foco contínuo no cliente e torná-lo fiel a organização.

As empresas buscam qualidade no atendimento ao cliente externo, oferecendo assim um bom atendimento, produtos de qualidade que atraiam e chamem atenção para conquistar um público alvo. Nos dias de hoje há muita competitividade de mercado, com isso as empresas investem em profissionais capacitados para melhor se destacar no mercado, trazendo assim mais vantagens para a empresa.

Com a competitividade no mercado de trabalho as empresas resolveram fazer um programa de treinamento para os funcionários, trazendo assim mais aprendizado e aperfeiçoamento, com isso trazendo assim mais competitividade de mercado para as empresas e melhorias na qualidade de atendimento ao cliente tanto interno como o externo.

- Atenção;
- Ser tratado como indivíduo;
- Solução;
- Agilidade no atendimento;
- Compromisso;
- Precisão;
- Conhecer o produto ou serviço da empresa.

O cliente é a pessoa mais importante para os negócios da empresa, sendo assim a maneira que o profissional faz o atendimento é que vai cativar ou não, fazendo com que esse cliente se torne fiel e ativo para empresa.

### Atendimento através do telefone

O atendimento telefônico requer mais concentração do que uma conversa ao vivo, por isso:

– Seja cordial. Pergunte o nome da pessoa: “Quem quer falar, por favor?”. Nunca diga: “Quem fala?”, “Quem é?”, “Quem gostaria?”.

– Procure ter à mão tudo o que você precisa, como caneta, papel e relação de ramais.

– Anote todos os recados e encaminhe-os à pessoa que precisa recebê-los.

– Ao falar pelo telefone, esqueça seus problemas pessoais. Sua voz deve soar calma e agradável.

– Peça para a pessoa repetir ou falar um pouco mais alto caso necessário.

– O telefone da instituição deve ser usado apenas para assuntos de cunho profissional e não pessoal.

– Evite deixar a pessoa esperando na linha.

– Não atenda ao telefone olhando o computador, pois essa atitude prejudica o bom atendimento.

– Se necessário, explique novamente, de outra maneira, até que a pessoa entenda a mensagem.

– Se outro ramal tocar na mesma sala e o responsável não estiver presente, atenda. Informe que a pessoa procurada não está em sua mesa no momento e pergunte quem está ligando e se deseja deixar um contato/recado. Anote e repasse ao colega.

– Ao receber recado de que alguém lhe procurou durante uma ausência, não deixe de retornar a ligação.

### Recebimento, orientação e encaminhamento das pessoas ao setor específico

Um bom atendimento ao cliente vai muito além de ser bem-educado. Assim como ser honesto, **tratar bem os** clientes não é um diferencial, mas sim uma obrigação de qualquer pessoa que quer fazer de sua empresa um sucesso. E não se engane: a captação de novos clientes tem tudo a ver com o bom atendimento que sua empresa presta hoje.

Muitas vezes, entendemos tudo sobre o produto ou serviço que oferecemos, sobre suas vantagens e benefícios, mas nos sentimos travados na hora de solucionar um problema, enfrentar objeções ou até mesmo estruturar um processo para um atendimento incrível.

Pensando nisso, reunimos aqui os 6 princípios do bom atendimento ao cliente. Depois, sugiro fortemente que você também confira nosso outro post com 7 dicas avançadas sobre Atendimento ao Cliente.

#### 1 – Entenda seu cliente

Não há como atendermos um cliente se não soubermos o que ele busca. Por isso, é importante que, em cada atendimento, sua equipe esteja consciente das motivações que levaram o cliente a entrar em contato. Faça perguntas, investigue, se coloque no lugar do cliente. Isto ajudará a resolver os problemas com mais rapidez e eficiência. Realize pesquisas periódicas que ajudem a revelar o que leva seu cliente a buscar sua empresa.

#### Exemplo prático:

No nosso software de controle financeiro, recebíamos muitos atendimentos sobre como controlar melhor o fluxo de caixa. Além de ajudar a aprimorar o software, entender o cliente também nos inspirou a escrever o post 5 passos para controlar o Fluxo de Caixa da sua empresa.

#### 2 – Sinta prazer em servir

Atender é servir. Por isso é importante que sua empresa contrate pessoas que sintam prazer em servir e que se sintam motivadas pelo desafio constante de resolver os problemas dos clientes. A equipe de atendimento ao cliente deve ser uma unidade