



CÓD: SL-103JL-21  
7908433208112

# **SAEG-SP**

***COMPANHIA DE SERVIÇO DE ÁGUA, ESGOTO E RESÍDUOS  
DE GUARATINGUETÁ DO ESTADO DE SÃO PAULO***

Atendente

**CONCURSO PÚBLICO Nº 01/2021**

## ***Língua Portuguesa***

1. Leitura e interpretação de diversos tipos de textos (literários e não literários) . . . . .	01
2. Sinônimos e antônimos. Sentido próprio e figurado das palavras . . . . .	14
3. Pontuação . . . . .	15
4. Classes de palavras: substantivo, adjetivo, numeral, pronome, verbo, advérbio, preposição e conjunção: emprego e sentido que imprimem às relações que estabelecem . . . . .	16
5. Concordância verbal e nominal . . . . .	20
6. Regência verbal e nominal . . . . .	20
7. Colocação pronominal . . . . .	21
8. Crase . . . . .	21

## ***Matemática***

1. Resolução de situações-problema, envolvendo: adição, subtração, multiplicação, divisão, potenciação ou radiciação com números racionais, nas suas representações fracionária ou decimal. . . . .	01
2. Mínimo múltiplo comum; Máximo divisor comum . . . . .	09
3. Porcentagem . . . . .	10
4. Razão e proporção . . . . .	11
5. Regra de três simples ou composta. . . . .	12
6. Equações do 1º ou do 2º grau . . . . .	13
7. Sistema de equações do 1º grau . . . . .	16
8. Grandezas e medidas – quantidade, tempo, comprimento, superfície, capacidade e massa . . . . .	18
9. Relação entre grandezas – tabela ou gráfico . . . . .	20
10. Tratamento da informação – média aritmética simples . . . . .	21
11. Noções de Geometria – forma, ângulos, área, perímetro, volume, Teoremas de Pitágoras ou de Tales . . . . .	23

## ***Noções de Informática***

1. MS-Windows 10: conceito de pastas, diretórios, arquivos e atalhos, área de trabalho, área de transferência, manipulação de arquivos e pastas, uso dos menus, programas e aplicativos, interação com o conjunto de aplicativos . . . . .	01
2. MS-Office 2016. MS-Word 2016: estrutura básica dos documentos, edição e formatação de textos, cabeçalhos, parágrafos, fontes, colunas, marcadores simbólicos e numéricos, tabelas, impressão, controle de quebras e numeração de páginas, legendas, índices, inserção de objetos, campos predefinidos, caixas de texto. MS-Excel 2016: estrutura básica das planilhas, conceitos de células, linhas, colunas, pastas e gráficos, elaboração de tabelas e gráficos, uso de fórmulas, funções e macros, impressão, inserção de objetos, campos predefinidos, controle de quebras e numeração de páginas, obtenção de dados externos, classificação de dados. MSPowerPoint 2016: estrutura básica das apresentações, conceitos de slides, anotações, régua, guias, cabeçalhos e rodapés, noções de edição e formatação de apresentações, inserção de objetos, numeração de páginas, botões de ação, animação e transição entre slides . . . . .	03
3. Correio Eletrônico: uso de correio eletrônico, preparo e envio de mensagens, anexação de arquivos. Internet: navegação na Internet, conceitos de URL, links, sites, busca e impressão de páginas. . . . .	08

## ***Conhecimentos Específicos Atendente***

1. Princípios básicos de atendimento telefônico. Registro de chamadas. Técnicas de conversação no telefone. Atuação: voz, interesse, calma e sigilo. Postura de comunicação. Eficácia nas comunicações administrativas: elementos básicos no processo de comunicação, barreiras à comunicação, bloqueios e distorções. Fraseologia adequada para atendimento telefônico. . . . .	01
2. Noções do Sistema Central do PABX. Operações por meio de aparelhos telefônicos. Equipamentos: siglas e operações. Procedimentos adequados quanto ao recebimento de chamadas. Meios de transmissão: como utilizar corretamente o serviço. . . . .	09
3. Eficácia profissional e administração de tempo. . . . .	26
4. Importância das relações humanas. . . . .	26
5. Noções básicas de atendimento ao público. . . . .	31
6. Ética profissional. . . . .	31
7. Lei Federal nº 8.078/90 (Código de Defesa do Consumidor). . . . .	40
8. Código de Defesa do Usuário do Serviço Público (Lei nº 13.460/17) . . . . .	50

---

## LEITURA E INTERPRETAÇÃO DE DIVERSOS TIPOS DE TEXTOS (LITERÁRIOS E NÃO LITERÁRIOS)

### Compreensão e interpretação de textos

Chegamos, agora, em um ponto muito importante para todo o seu estudo: a interpretação de textos. Desenvolver essa habilidade é essencial e pode ser um diferencial para a realização de uma boa prova de qualquer área do conhecimento.

Mas você sabe a diferença entre compreensão e interpretação?

A **compreensão** é quando você entende o que o texto diz de forma explícita, aquilo que está na superfície do texto.

Quando Jorge fumava, ele era infeliz.

Por meio dessa frase, podemos entender que houve um tempo que Jorge era infeliz, devido ao cigarro.

A **interpretação** é quando você entende o que está implícito, nas entrelinhas, aquilo que está de modo mais profundo no texto ou que faça com que você realize inferências.

Quando Jorge fumava, ele era infeliz.

Já compreendemos que Jorge era infeliz quando fumava, mas podemos interpretar que Jorge parou de fumar e que agora é feliz.

Percebeu a diferença?

### Tipos de Linguagem

Existem três tipos de linguagem que precisamos saber para que facilite a interpretação de textos.

• **Linguagem Verbal** é aquela que utiliza somente palavras. Ela pode ser escrita ou oral.



• **Linguagem não-verbal** é aquela que utiliza somente imagens, fotos, gestos... não há presença de nenhuma palavra.



• **Linguagem Mista (ou híbrida)** é aquele que utiliza tanto as palavras quanto as imagens. Ou seja, é a junção da linguagem verbal com a não-verbal.



PROIBIDO FUMAR

Além de saber desses conceitos, é importante sabermos identificar quando um texto é baseado em outro. O nome que damos a este processo é intertextualidade.

### Interpretação de Texto

Interpretar um texto quer dizer dar sentido, inferir, chegar a uma conclusão do que se lê. A interpretação é muito ligada ao subentendido. Sendo assim, ela trabalha com o que se pode deduzir de um texto.

A interpretação implica a mobilização dos conhecimentos prévios que cada pessoa possui antes da leitura de um determinado texto, pressupõe que a aquisição do novo conteúdo lido estabeleça uma relação com a informação já possuída, o que leva ao crescimento do conhecimento do leitor, e espera que haja uma apreciação pessoal e crítica sobre a análise do novo conteúdo lido, afetando de alguma forma o leitor.

Sendo assim, podemos dizer que existem diferentes tipos de leitura: uma leitura prévia, uma leitura seletiva, uma leitura analítica e, por fim, uma leitura interpretativa.

É muito importante que você:

- Assista os mais diferenciados jornais sobre a sua cidade, estado, país e mundo;
- Se possível, procure por jornais escritos para saber de notícias (e também da estrutura das palavras para dar opiniões);
- Leia livros sobre diversos temas para sugar informações ortográficas, gramaticais e interpretativas;
- Procure estar sempre informado sobre os assuntos mais polêmicos;
- Procure debater ou conversar com diversas pessoas sobre qualquer tema para presenciar opiniões diversas das suas.

### Dicas para interpretar um texto:

– Leia lentamente o texto todo.

No primeiro contato com o texto, o mais importante é tentar compreender o sentido global do texto e identificar o seu objetivo.

– Releia o texto quantas vezes forem necessárias.

Assim, será mais fácil identificar as ideias principais de cada parágrafo e compreender o desenvolvimento do texto.

– Sublinhe as ideias mais importantes.

Sublinhar apenas quando já se tiver uma boa noção da ideia principal e das ideias secundárias do texto.

– Separe fatos de opiniões.

O leitor precisa separar o que é um fato (verdadeiro, objetivo e comprovável) do que é uma opinião (pessoal, tendenciosa e mutável).

– Retorne ao texto sempre que necessário.

Além disso, é importante entender com cuidado e atenção os enunciados das questões.

– Reescreva o conteúdo lido.

Para uma melhor compreensão, podem ser feitos resumos, tópicos ou esquemas.

Além dessas dicas importantes, você também pode grifar palavras novas, e procurar seu significado para aumentar seu vocabulário, fazer atividades como caça-palavras, ou cruzadinhas são uma distração, mas também um aprendizado.

Não se esqueça, além da prática da leitura aprimorar a compreensão do texto e ajudar a aprovação, ela também estimula nossa imaginação, distrai, relaxa, informa, educa, atualiza, melhora nosso foco, cria perspectivas, nos torna reflexivos, pensantes, além de melhorar nossa habilidade de fala, de escrita e de memória.

Um texto para ser compreendido deve apresentar ideias seletas e organizadas, através dos parágrafos que é composto pela ideia central, argumentação e/ou desenvolvimento e a conclusão do texto.

O primeiro objetivo de uma interpretação de um texto é a identificação de sua ideia principal. A partir daí, localizam-se as ideias secundárias, ou fundamentações, as argumentações, ou explicações, que levem ao esclarecimento das questões apresentadas na prova.

Compreendido tudo isso, interpretar significa extrair um significado. Ou seja, a ideia está lá, às vezes escondida, e por isso o candidato só precisa entendê-la – e não a complementar com algum valor individual. Portanto, apegue-se tão somente ao texto, e nunca extrapole a visão dele.

#### 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 ami-

zade 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 sucesso. 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 dos efeitos de sentido que ocorre nos textos literários quando a personagem tem a consciência de que suas ações não serão bem-sucedidas ou que está entrando por um caminho ruim, mas o leitor já tem essa consciência.

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.

**RESOLUÇÃO DE SITUAÇÕES-PROBLEMA, ENVOLVENDO: ADIÇÃO, SUBTRAÇÃO, MULTIPLICAÇÃO, DIVISÃO, POTENCIAÇÃO OU RADICIAÇÃO COM NÚMEROS RACIONAIS, NAS SUAS REPRESENTAÇÕES FRACIONÁRIA OU DECIMAL**

**Números Naturais**

Os números naturais são o modelo matemático necessário para efetuar uma contagem.

Começando por zero e acrescentando sempre uma unidade, obtemos o conjunto infinito dos números naturais

$$\mathbb{N} = \{0, 1, 2, 3, 4, 5, 6 \dots\}$$

- Todo número natural dado tem um sucessor

- a) O sucessor de 0 é 1.
- b) O sucessor de 1000 é 1001.
- c) O sucessor de 19 é 20.

Usamos o \* para indicar o conjunto sem o zero.

$$\mathbb{N}^* = \{1, 2, 3, 4, 5, 6 \dots\}$$

- Todo número natural dado N, exceto o zero, tem um antecessor (número que vem antes do número dado).

Exemplos: Se m é um número natural finito diferente de zero.

- a) O antecessor do número m é m-1.
- b) O antecessor de 2 é 1.
- c) O antecessor de 56 é 55.
- d) O antecessor de 10 é 9.

**Expressões Numéricas**

Nas expressões numéricas aparecem adições, subtrações, multiplicações e divisões. Todas as operações podem acontecer em uma única expressão. Para resolver as expressões numéricas utilizamos alguns procedimentos:

Se em uma expressão numérica aparecer as quatro operações, devemos resolver a multiplicação ou a divisão primeiramente, na ordem em que elas aparecerem e somente depois a adição e a subtração, também na ordem em que aparecerem e os parênteses são resolvidos primeiro.

**Exemplo 1**

$$10 + 12 - 6 + 7$$

$$22 - 6 + 7$$

$$16 + 7$$

$$23$$

**Exemplo 2**

$$40 - 9 \times 4 + 23$$

$$40 - 36 + 23$$

$$4 + 23$$

$$27$$

**Exemplo 3**

$$25 - (50 - 30) + 4 \times 5$$

$$25 - 20 + 20 = 25$$

**Números Inteiros**

Podemos dizer que este conjunto é composto pelos números naturais, o conjunto dos opostos dos números naturais e o zero. Este conjunto pode ser representado por:

$$\mathbb{Z} = \{\dots, -3, -2, -1, 0, 1, 2, 3, \dots\}$$

**Subconjuntos do conjunto  $\mathbb{Z}$ :**

1) Conjunto dos números inteiros excluindo o zero

$$\mathbb{Z}^* = \{\dots -2, -1, 1, 2, \dots\}$$

2) Conjuntos dos números inteiros não negativos

$$\mathbb{Z}_+ = \{0, 1, 2, \dots\}$$

3) Conjunto dos números inteiros não positivos

$$\mathbb{Z}_- = \{\dots -3, -2, -1\}$$

**Números Racionais**

Chama-se de número racional a todo número que pode ser expresso na forma  $\frac{a}{b}$ , onde a e b são inteiros quaisquer, com  $b \neq 0$

São exemplos de números racionais:

$$-12/51$$

$$-3$$

$$-(-3)$$

$$-2,333\dots$$

As dízimas periódicas podem ser representadas por fração, portanto são consideradas números racionais.

Como representar esses números?

**Representação Decimal das Frações**

Temos 2 possíveis casos para transformar frações em decimais

1º) Decimais exatos: quando dividirmos a fração, o número decimal terá um número finito de algarismos após a vírgula.

$$\frac{1}{2} = 0,5$$

$$\frac{1}{4} = 0,25$$

$$\frac{3}{4} = 0,75$$

2º) Terá um número infinito de algarismos após a vírgula, mas lembrando que a dízima deve ser periódica para ser número racional

**OBS:** período da dízima são os números que se repetem, se não repetir não é dízima periódica e assim números irracionais, que trataremos mais a frente.

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

$$\frac{35}{99} = 0,353535\dots$$

$$\frac{105}{9} = 11,6666\dots$$

**Representação Fracionária dos Números Decimais**

1º caso) Se for exato, conseguimos sempre transformar com o denominador seguido de zeros.

O número de zeros depende da casa decimal. Para uma casa, um zero (10) para duas casas, dois zeros(100) e assim por diante.

$$0,3 = \frac{3}{10}$$

$$0,03 = \frac{3}{100}$$

$$0,003 = \frac{3}{1000}$$

$$3,3 = \frac{33}{10}$$

2º caso) Se dízima periódica é um número racional, então como podemos transformar em fração?

**Exemplo 1**

Transforme a dízima 0,333... em fração

Sempre que precisar transformar, vamos chamar a dízima dada de x, ou seja

$$X=0,333\dots$$

Se o período da dízima é de um algarismo, multiplicamos por 10.

$$10x=3,333\dots$$

E então subtraímos:

$$10x-x=3,333\dots-0,333\dots$$

$$9x=3$$

$$X=3/9$$

$$X=1/3$$

Agora, vamos fazer um exemplo com 2 algarismos de período.

**Exemplo 2**

Seja a dízima 1,1212...

Façamos x = 1,1212...

$$100x = 112,1212\dots$$

Subtraindo:

$$100x-x=112,1212\dots-1,1212\dots$$

$$99x=111$$

$$X=111/99$$

**Números Irracionais**

**Identificação de números irracionais**

- Todas as dízimas periódicas são números racionais.
- Todos os números inteiros são racionais.
- Todas as frações ordinárias são números racionais.
- Todas as dízimas não periódicas são números irracionais.
- Todas as raízes inexatas são números irracionais.
- A soma de um número racional com um número irracional é sempre um número irracional.

- A diferença de dois números irracionais, pode ser um número racional.

- Os números irracionais não podem ser expressos na forma  $\frac{a}{b}$ , com a e b inteiros e  $b \neq 0$ .

**Exemplo:**  $\sqrt{5} - \sqrt{5} = 0$  e 0 é um número racional.

- O quociente de dois números irracionais, pode ser um número racional.

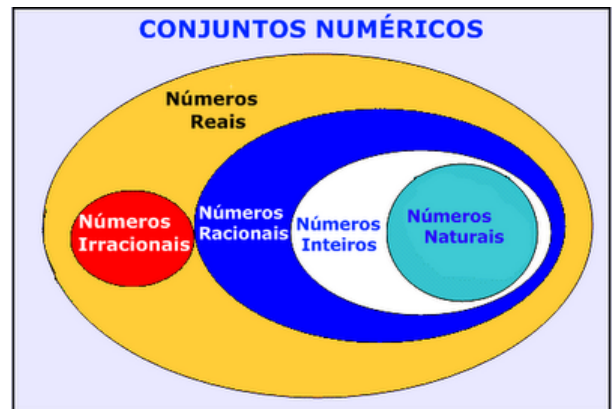
**Exemplo:**  $\sqrt{8} : \sqrt{2} = \sqrt{4} = 2$  e 2 é um número racional.

- O produto de dois números irracionais, pode ser um número racional.

**Exemplo:**  $\sqrt{7} \cdot \sqrt{7} = \sqrt{49} = 7$  é um número racional.

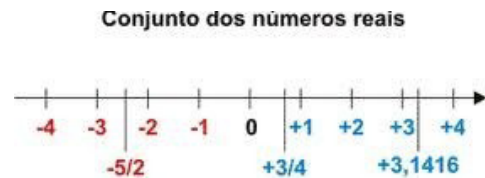
**Exemplo:** radicais ( $\sqrt{2}, \sqrt{3}$ ) a raiz quadrada de um número natural, se não inteira, é irracional.

**Números Reais**



Fonte: [www.estudokids.com.br](http://www.estudokids.com.br)

Representação na reta



**Intervalos limitados**

Intervalo fechado – Números reais maiores do que a ou iguais a e menores do que b ou iguais a b.



Intervalo: [a,b]  
Conjunto: {x ∈ R | a ≤ x ≤ b}

Intervalo aberto – números reais maiores que a e menores que b.



Intervalo: ]a,b[  
Conjunto: {x ∈ R | a < x < b}

Intervalo fechado à esquerda – números reais maiores que a ou iguais a A e menores do que B.



Intervalo:  $[a, b[$   
 Conjunto:  $\{x \in \mathbb{R} | a \leq x < b\}$

Intervalo fechado à direita – números reais maiores que a e menores ou iguais a b.



Intervalo:  $]a, b]$   
 Conjunto:  $\{x \in \mathbb{R} | a < x \leq b\}$

**Intervalos Ilimitados**

Semirreta esquerda, fechada de origem b- números reais menores ou iguais a b.



Intervalo:  $]-\infty, b]$   
 Conjunto:  $\{x \in \mathbb{R} | x \leq b\}$

Semirreta esquerda, aberta de origem b – números reais menores que b.



Intervalo:  $]-\infty, b[$   
 Conjunto:  $\{x \in \mathbb{R} | x < b\}$

Semirreta direita, fechada de origem a – números reais maiores ou iguais a A.



Intervalo:  $[a, +\infty[$   
 Conjunto:  $\{x \in \mathbb{R} | x \geq a\}$

Semirreta direita, aberta, de origem a – números reais maiores que a.



Intervalo:  $]a, +\infty[$   
 Conjunto:  $\{x \in \mathbb{R} | x > a\}$

**Potenciação**

Multiplicação de fatores iguais

$2^3 = 2 \cdot 2 \cdot 2 = 8$

**Casos**

1) Todo número elevado ao expoente 0 resulta em 1.

$1^0 = 1$

$100000^0 = 1$

2) Todo número elevado ao expoente 1 é o próprio número.

$3^1 = 3$

$4^1 = 4$

3) Todo número negativo, elevado ao expoente par, resulta em um número positivo.

$(-2)^2 = 4$

$(-4)^2 = 16$

4) Todo número negativo, elevado ao expoente ímpar, resulta em um número negativo.

$(-2)^3 = -8$

$(-3)^3 = -27$

5) Se o sinal do expoente for negativo, devemos passar o sinal para positivo e inverter o número que está na base.

$2^{-1} = \frac{1}{2}$

$2^{-2} = \frac{1}{4}$

6) Toda vez que a base for igual a zero, não importa o valor do expoente, o resultado será igual a zero.

$0^2 = 0$

$0^3 = 0$

**Propriedades**

1)  $(a^m \cdot a^n = a^{m+n})$  Em uma multiplicação de potências de mesma base, repete-se a base e soma os expoentes.

**Exemplos:**

$2^4 \cdot 2^3 = 2^{4+3} = 2^7$

$(2 \cdot 2 \cdot 2 \cdot 2) \cdot (2 \cdot 2 \cdot 2) = 2 \cdot 2 \cdot 2 \cdot 2 \cdot 2 \cdot 2 \cdot 2 = 2^7$

$\left(\frac{1}{2}\right)^2 \cdot \left(\frac{1}{2}\right)^3 = \left(\frac{1}{2}\right)^{2+3} = \left(\frac{1}{2}\right)^5 = 2^{-2} \cdot 2^{-3} = 2^{-5}$

2)  $(a^m : a^n = a^{m-n})$ . Em uma divisão de potência de mesma base. Conserva-se a base e subtraem os expoentes.

**Exemplos:**

$9^6 : 9^2 = 9^{6-2} = 9^4$

$\left(\frac{1}{2}\right)^2 : \left(\frac{1}{2}\right)^3 = \left(\frac{1}{2}\right)^{2-3} = \left(\frac{1}{2}\right)^{-1} = 2$

3)  $(a^m)^n$  Potência de potência. Repete-se a base e multiplica-se os expoentes.

**Exemplos:**

$(5^2)^3 = 5^{2 \cdot 3} = 5^6$



**MS-WINDOWS 10: CONCEITO DE PASTAS, DIRETÓRIOS, ARQUIVOS E ATALHOS, ÁREA DE TRABALHO, ÁREA DE TRANSFERÊNCIA, MANIPULAÇÃO DE ARQUIVOS E PASTAS, USO DOS MENUS, PROGRAMAS E APLICATIVOS, INTERAÇÃO COM O CONJUNTO DE APLICATIVOS**

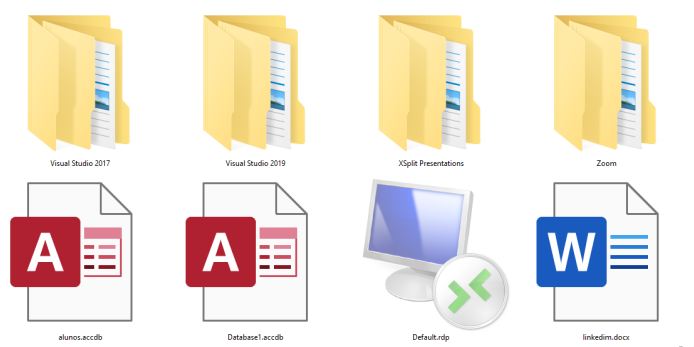
**WINDOWS 10**

**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.

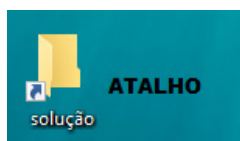
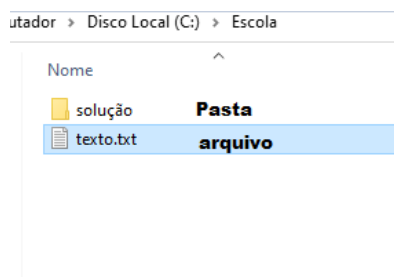


No caso da figura acima temos quatro pastas e quatro arquivos.

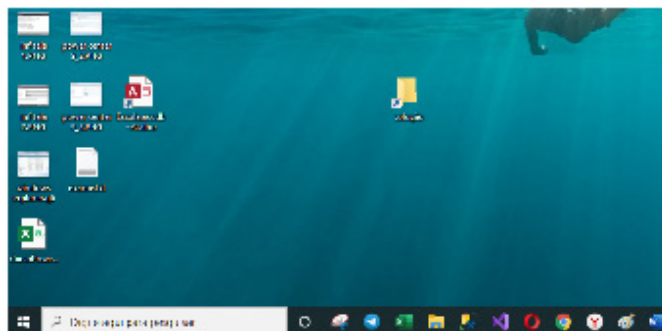
**Arquivos e atalhos**

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**



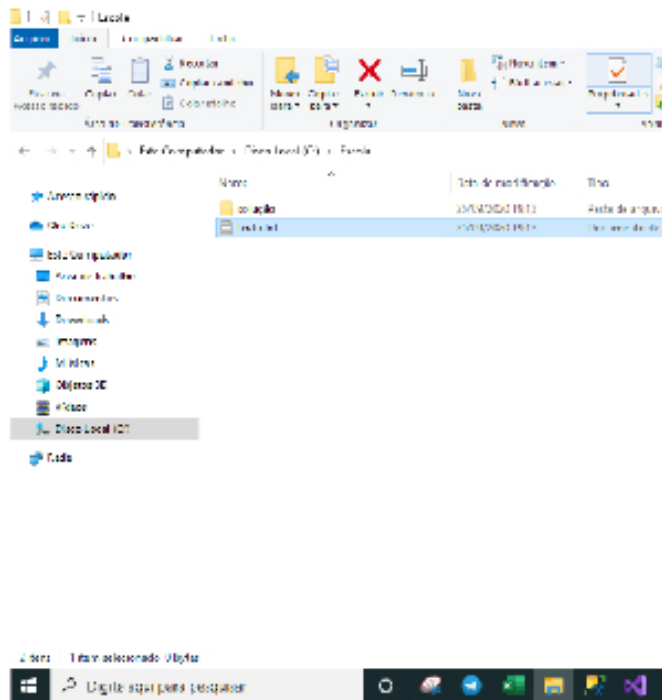
**Área de transferência**

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.

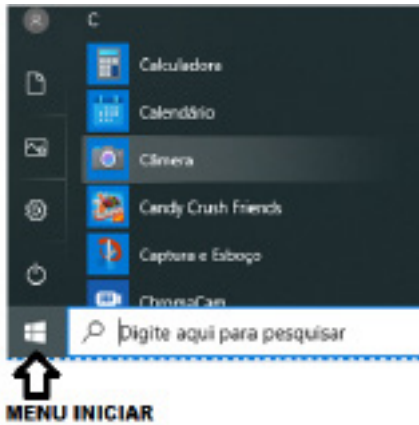
- Quando executamos comandos como “Copiar” ou “Ctrl + C”, estamos copiando dados para esta área intermediária.
- Quando executamos comandos como “Colar” ou “Ctrl + V”, estamos colando, isto é, estamos pegando o que está gravado na área de transferência.

**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.



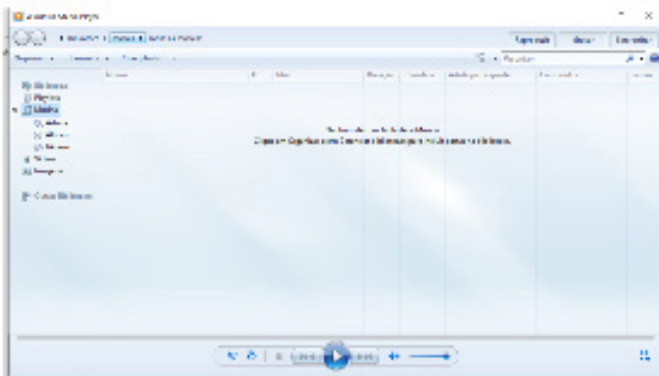
Uso dos menus



Programas e aplicativos e interação com o usuário

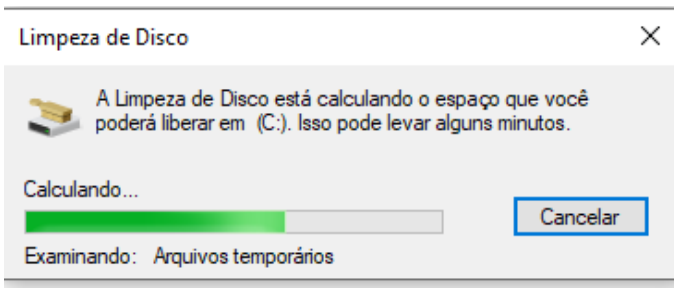
Vamos separar esta interação do usuário por categoria para entendermos melhor as funções categorizadas.

– **Música e Vídeo:** Temos o Media Player como player nativo para ouvir músicas e assistir vídeos. O Windows Media Player é uma excelente experiência de entretenimento, nele pode-se administrar bibliotecas de música, fotografia, vídeos no seu computador, copiar CDs, criar playlists e etc., isso também é válido para o media center.

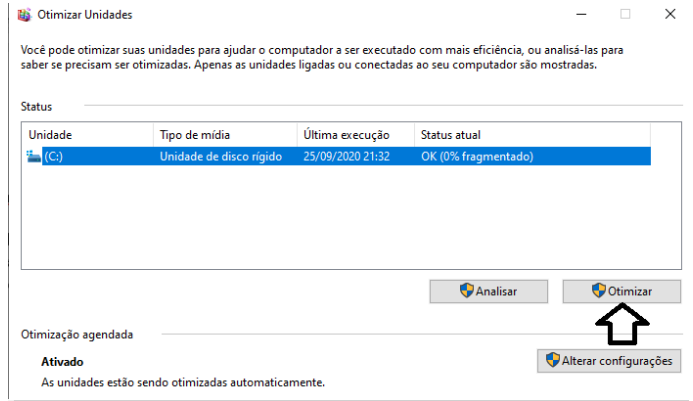


– Ferramentas do sistema

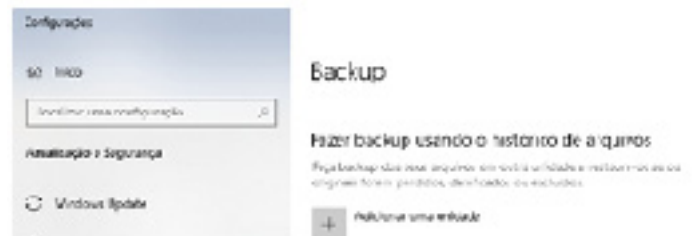
• A limpeza de disco é uma ferramenta importante, pois o próprio Windows sugere arquivos inúteis e podemos simplesmente confirmar sua exclusão.



• O desfragmentador de disco é uma ferramenta muito importante, pois conforme vamos utilizando o computador os arquivos ficam internamente desorganizados, isto faz que o computador fique lento. Utilizando o desfragmentador o Windows se reorganiza internamente tornando o computador mais rápido e fazendo com que o Windows acesse os arquivos com maior rapidez.

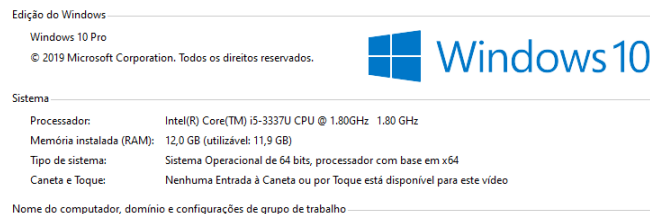



• O recurso de backup e restauração do Windows é muito importante pois pode ajudar na recuperação do sistema, ou até mesmo escolher seus arquivos para serem salvos, tendo assim uma cópia de segurança.

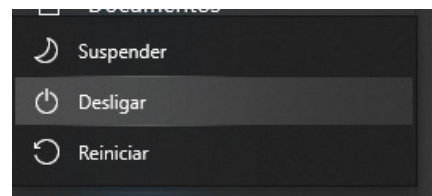


Inicialização e finalização

Exibir informações básicas sobre o computador

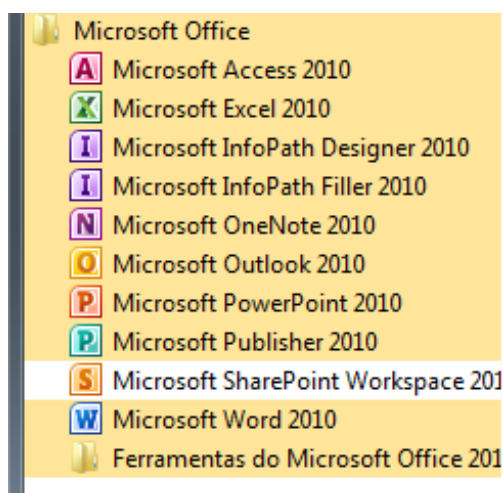


Quando fizermos login no sistema, entraremos direto no Windows, porém para desligá-lo devemos recorrer ao  e:



**MS-OFFICE 2016. MS-WORD 2016: ESTRUTURA BÁSICA DOS DOCUMENTOS, EDIÇÃO E FORMATAÇÃO DE TEXTOS, CABEÇALHOS, PARÁGRAFOS, FONTES, COLUNAS, MARCADORES SIMBÓLICOS E NUMÉRICOS, TABELAS, IMPRESSÃO, CONTROLE DE QUEBRAS E NUMERAÇÃO DE PÁGINAS, LEGENDAS, ÍNDICES, INSERÇÃO DE OBJETOS, CAMPOS PREDEFINIDOS, CAIXAS DE TEXTO. MS-EXCEL 2016: ESTRUTURA BÁSICA DAS PLANILHAS, CONCEITOS DE CÉLULAS, LINHAS, COLUNAS, PASTAS E GRÁFICOS, ELABORAÇÃO DE TABELAS E GRÁFICOS, USO DE FÓRMULAS, FUNÇÕES E MACROS, IMPRESSÃO, INSERÇÃO DE OBJETOS, CAMPOS PREDEFINIDOS, CONTROLE DE QUEBRAS E NUMERAÇÃO DE PÁGINAS, OBTENÇÃO DE DADOS EXTERNOS, CLASSIFICAÇÃO DE DADOS. MSPOWERPOINT 2016: ESTRUTURA BÁSICA DAS APRESENTAÇÕES, CONCEITOS DE SLIDES, ANOTAÇÕES, RÉGUA, GUIAS, CABEÇALHOS E RODAPÉS, NOÇÕES DE EDIÇÃO E FORMATAÇÃO DE APRESENTAÇÕES, INSERÇÃO DE OBJETOS, NUMERAÇÃO DE PÁGINAS, BOTÕES DE AÇÃO, ANIMAÇÃO E TRANSIÇÃO ENTRE SLIDES**

**Microsoft Office**



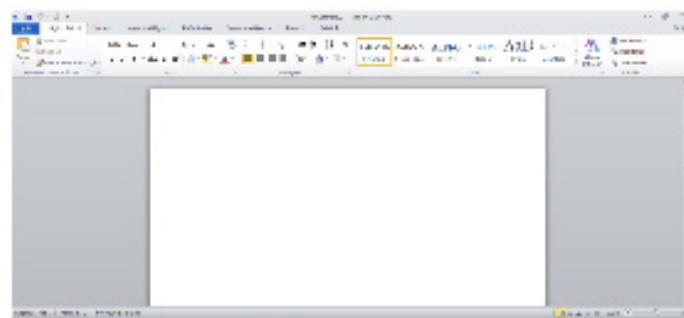
O Microsoft Office é um conjunto de aplicativos essenciais para uso pessoal e comercial, ele conta com diversas ferramentas, mas em geral são utilizadas e cobradas em provas o Editor de Textos – Word, o Editor de Planilhas – Excel, e o Editor de Apresentações – PowerPoint. A seguir verificamos sua utilização mais comum:

**Word**

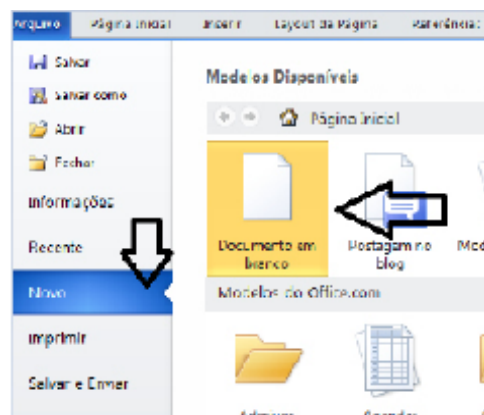
O Word é um editor de textos amplamente utilizado. Com ele podemos redigir cartas, comunicações, livros, apostilas, etc. Vamos então apresentar suas principais funcionalidades.

**• Área de trabalho do Word**

Nesta área podemos digitar nosso texto e formata-lo de acordo com a necessidade.



**• Iniciando um novo documento**



A partir deste botão retornamos para a área de trabalho do Word, onde podemos digitar nossos textos e aplicar as formatações desejadas.

**• Alinhamentos**

Ao digitar um texto, frequentemente temos que alinhá-lo para atender às necessidades. Na tabela a seguir, verificamos os alinhamentos automáticos disponíveis na plataforma do Word.

GUIA PÁGINA INICIAL	ALINHAMENTO	TECLA DE ATALHO
	Justificar (arruma a direita e a esquerda de acordo com a margem)	Ctrl + J
	Alinhamento à direita	Ctrl + G
	Centralizar o texto	Ctrl + E
	Alinhamento à esquerda	Ctrl + Q

**• Formatação de letras (Tipos e Tamanho)**

Presente em *Fonte*, na área de ferramentas no topo da área de trabalho, é neste menu que podemos formatar os aspectos básicos de nosso texto. Bem como: tipo de fonte, tamanho (ou pontuação), se será maiúscula ou minúscula e outros itens nos recursos automáticos.



**PRINCÍPIOS BÁSICOS DE ATENDIMENTO TELEFÔNICO. REGISTRO DE CHAMADAS. TÉCNICAS DE CONVERSÇÃO NO TELEFONE. ATUAÇÃO: VOZ, INTERESSE, CALMA E SIGILO. POSTURA DE COMUNICAÇÃO. EFICÁCIA NAS COMUNICAÇÕES ADMINISTRATIVAS: ELEMENTOS BÁSICOS NO PROCESSO DE COMUNICAÇÃO, BARREIRAS À COMUNICAÇÃO, BLOQUEIOS E DISTORÇÕES. FRASEOLOGIA ADEQUADA PARA ATENDIMENTO TELEFÔNICO**

A qualidade do atendimento ao público apresenta-se como um desafio institucional e, e deve ter como meta aprimorar e uniformizar o serviço oferecido tanto ao público externo como ao público interno.

Vale ressaltar que, o agente responsável por realizar o atendimento, ao fazê-lo, não o faz por si mesmo, e sim, pela instituição, ou seja, ele representa a organização naquele momento, é a imagem da organização que se apresenta na figura desse agente.

Quando falamos em atendimento de qualidade, pensamos em excelência na forma com que nossos clientes (internos ou externos) são tratados, e lidar com pessoas, que é o que ocorre em um atendimento, exige uma postura comportamental comprometida com o outro, com suas necessidades, seus anseios, mas também com a organização, suas regras, ou seja, exige responsabilidade, conhecimento de funções, uso adequado de ferramentas para se enquadrar ao sistema de funcionamento da organização e, agilidade, cordialidade, eficiência e principalmente, empatia, para realizar um atendimento de excelência junto ao público.

Atendimento corresponde ao ato de atender, ou seja, ao ato de prestar atenção às pessoas com as quais mantemos contato.

A qualidade do atendimento prestado depende da capacidade de se comunicar com o público e da mensagem transmitida.

**Postura de atendimento**

Aqui falamos em fatores pessoais que influenciam o atendimento: Apresentação pessoal, cortesia (personalizar o atendimento), atenção, tolerância (grau de aceitação de diferente modo de pensar), discricão, conduta, objetividade.

A **POSTURA** pode ser entendida como a **junção de todos esses aspectos relacionados com a nossa expressão corporal na sua totalidade e nossa condição emocional.**

Podemos destacar 03 pontos necessários para falarmos de **POSTURA**. São eles:

01. Ter uma **POSTURA DE ABERTURA**: que se caracteriza por um posicionamento de humildade, mostrando-se sempre disponível para atender e interagir prontamente com o cliente. Esta **POSTURA DE ABERTURA** do atendente suscita alguns sentimentos positivos nos clientes, como por exemplo:

a) postura do atendente de manter os ombros abertos e o peito aberto, passa ao cliente um sentimento de receptividade e acolhimento;

b) deixar a cabeça meio curva e o corpo ligeiramente inclinado, transmite ao cliente a humildade do atendente;

c) o olhar nos olhos e o aperto de mão firme, traduzem respeito e segurança;

d) a fisionomia amistosa, alenta um sentimento de afetividade e calorosidade.

02. Ter **SINTONIA ENTRE FALA E EXPRESSÃO CORPORAL**: que se caracteriza pela existência de uma unidade entre o que dizemos e o que expressamos no nosso corpo.

Quando fazemos isso, nos sentimos mais harmônicos e confortáveis. Não precisamos fingir, mentir ou encobrir os nossos sentimentos e eles fluem livremente. Dessa forma, nos sentimos mais livres do stress, das doenças, dos medos.

03. As **EXPRESSÕES FACIAIS**: das quais podemos extrair dois aspectos: o expressivo, ligado aos estados emocionais que elas traduzem e a identificação destes estados pelas pessoas; e a sua função social que diz em que condições ocorreu a expressão, seus efeitos sobre o observador e quem a expressa.

Podemos concluir, entendendo que, qualquer comportamento inclui posturas e é sempre fruto da interação complexa entre o organismo e o seu meio ambiente.

Observando estas condições principais que causam a vinculação ou o afastamento do cliente da empresa, podemos separar a estrutura de uma empresa de serviços em dois itens:

*Os serviços*

O **SERVIÇO** assume uma dimensão macro nas organizações e, como tal, está diretamente relacionado ao próprio negócio.

Nesta visão mais global, estão incluídas as políticas de serviços, a sua própria definição e filosofia. Aqui, também são tratados os aspectos gerais da organização que dão peso ao negócio, como: o ambiente físico, as cores (pintura), os jardins. Este item, portanto, depende mais diretamente da empresa e está mais **relacionado com as condições sistêmicas.**

*A postura de atendimento.*

É o tratamento dispensado às pessoas, está mais relacionado com o funcionário em si, com as suas atitudes e o seu modo de agir com os clientes. Portanto, está ligado às condições individuais.

É necessário unir estes dois pontos e estabelecer nas políticas das empresas, o treinamento, a definição de um padrão de atendimento e de um perfil básico para o profissional de atendimento, como forma de avançar no próprio negócio. Dessa maneira, estes dois itens se tornam complementares e inter-relacionados, com dependência recíproca para terem peso.

**O profissional do atendimento**

Para conhecermos melhor a postura de atendimento, faz-se necessário falar do **Verdadeiro profissional do atendimento.**

**Os três passos do verdadeiro profissional de atendimento:**

01. **Entender o seu VERDADEIRO PAPEL, que é o de compreender e atender as necessidades dos clientes**, fazer com que ele seja bem recebido, ajudá-lo a se sentir importante e proporcioná-lo um ambiente agradável. Este profissional é voltado completamente para a interação com o cliente, estando sempre com as suas antenas ligadas neste, para perceber constantemente as suas necessidades. Para este profissional, não basta apenas conhecer o produto ou serviço, mas o mais importante é demonstrar interesse em relação às necessidades dos clientes e atendê-las.

02. **Entender o lado HUMANO**, conhecendo as necessidades dos clientes, aguçando a capacidade de perceber o cliente. Para entender o lado humano, é necessário que este profissional tenha uma formação voltada para as pessoas e **goste de lidar com gente**. **Se espera que ele fique feliz em fazer o outro feliz, pois para este profissional, a felicidade de uma pessoa começa no mesmo instante em que ela cessa a busca de sua própria felicidade para buscar a felicidade do outro.**

**03. Entender a necessidade de manter um ESTADO DE ESPÍRITO POSITIVO**, cultivando pensamentos e sentimentos positivos, para ter atitudes adequadas no momento do atendimento. Ele sabe que é fundamental separar os problemas particulares do dia a dia do trabalho e, para isso, cultiva o estado de espírito antes da chegada do cliente. O primeiro passo de cada dia, é iniciar o trabalho com a consciência de que o seu principal papel é o de ajudar os clientes a solucionarem suas necessidades. A postura é de realizar serviços para o cliente.

#### *A FUGA DOS CLIENTES*

As pesquisas revelam que **68% dos clientes das empresas fogem delas por problemas relacionados à postura de atendimento.**

Numa escala decrescente de importância, podemos observar os seguintes percentuais:

- 68% dos clientes fogem das empresas por problemas de postura no atendimento;
- 14% fogem por não terem suas reclamações atendidas;
- 9% fogem pelo preço;
- 9% fogem por competição, mudança de endereço, morte.

A origem dos problemas está nos sistemas implantados nas organizações, muitas vezes obsoletos. Estes sistemas não definem uma política clara de serviços, não definem o que é o próprio serviço e qual é o seu produto. Sem isso, existe muita dificuldade em satisfazer plenamente o cliente.

Estas empresas que perdem 68% dos seus clientes, não contratam profissionais com características básicas para atender o público, não treinam estes profissionais na postura adequada, não criam um padrão de atendimento e este passa a ser realizado de acordo com as características individuais e o bom senso de cada um.

A falta de noção clara da causa primária da perda de clientes faz com que as empresas demitam os funcionários "porque eles não sabem nem atender o cliente". Parece até que o atendimento é a tarefa mais simples da empresa e que menos merece preocupação. Ao contrário, é a mais complexa e recheada de nuances que perpassam pela condição individual e por condições sistêmicas.

Estas **condições sistêmicas** estão relacionadas a:

1. falta de uma política clara de serviços;
2. indefinição do conceito de serviços;
3. falta de um perfil adequado para o profissional de atendimento;
4. falta de um padrão de atendimento;
5. inexistência do follow up;
6. falta de treinamento e qualificação de pessoal.

Nas **condições individuais**, podemos encontrar a contratação de pessoas com características opostas ao necessário para atender ao público, como: timidez, avareza, rebeldia...

#### **Os requisitos para contratação deste profissional**

Para trabalhar com atendimento ao público, alguns requisitos são essenciais ao atendente. São eles:

- Gostar de *SERVIIR*, de fazer o outro feliz.
- Gostar de lidar com gente.
- Ser extrovertido.
- Ter humildade.
- Cultivar um estado de espírito positivo.
- Satisfazer as necessidades do cliente.
- Cuidar da aparência.

Com estes requisitos, o sinal fica verde para o atendimento.

#### **Outros fatores importantes no atendimento**

##### **O olhar**

**Os olhos transmitem o que está na nossa alma. Através do olhar, podemos passar para as pessoas os nossos sentimentos mais profundos, pois ele reflete o nosso estado de espírito.**

Ao analisar a expressão do olhar, não vamos nos prender somente a ele, mas a fisionomia como um todo para entendermos o real sentido dos olhos.

Um olhar brilhante transmite ao cliente a sensação de acolhimento, de interesse no atendimento das suas necessidades, de vontade de ajudar. Ao contrário, um olhar apático, traduz fraqueza e desinteresse, dando ao cliente, a impressão de desgosto e dissabor pelo atendimento.

Mas, você deve estar se perguntando: O que causa este brilho nos nossos olhos? A resposta é simples:

Gostar do que faz, gostar de prestar serviços ao outro, gostar de ajudar o próximo.

Para atender ao público, é preciso que haja interesse e gosto, pois só assim conseguimos repassar uma sensação agradável para o cliente. Gostar de atender o público significa gostar de atender as necessidades dos clientes, **querer ver o cliente feliz e satisfeito.**

*Como o olhar revela a atitude da mente, ele pode transmitir:*

##### **01. Interesse** quando:

- brilha;
- tem atenção;
- vem acompanhado de aceno de cabeça.

##### **02. Desinteresse** quando:

- é apático;
- é imóvel, rígido;
- não tem expressão.

O olhar desbloqueia o atendimento, pois quebra o gelo. O olhar nos olhos dá credibilidade e não há como dissimular com o olhar.

##### **A aproximação - raio de ação.**

A **APROXIMAÇÃO** do cliente está relacionada ao conceito de **RAIO DE AÇÃO**, que significa interagir com o público, independente deste ser cliente ou não.

Esta interação ocorre dentro de um espaço físico de 3 metros de distância do público e de um tempo imediato, ou seja, prontamente.

Além do mais, deve ocorrer independentemente do funcionário estar ou não na sua área de trabalho. Estes requisitos para a interação, a tornam mais eficaz.

Esta interação pode se caracterizar por um cumprimento verbal, uma saudação, um aceno de cabeça ou apenas por um aceno de mão. O objetivo com isso, é fazer o cliente sentir-se acolhido e certo de estar recebendo toda a atenção necessária para satisfazer os seus anseios.

Alguns exemplos são:

1. no hotel, a arrumadeira está no corredor com o carrinho de limpeza e o hóspede sai do seu apartamento. Ela prontamente olha para ele e diz com um sorriso: "bom dia!"
2. o caixa de uma loja que cumprimenta o cliente no momento do pagamento;
03. o frentista do posto de gasolina que se aproxima ao ver o carro entrando no posto e faz uma saudação...

### **A invasão**

Mas, interagir no RAIO DE AÇÃO não tem nada a ver com INVASÃO DE TERRITÓRIO.

Vamos entender melhor isso.

Todo ser humano sente necessidade de definir um TERRITÓRIO, que é um certo espaço entre si e os estranhos. Este território não se configura apenas em um espaço físico demarcado, mas principalmente num espaço pessoal e social, o que podemos traduzir como a necessidade de privacidade, de respeito, de manter uma distância ideal entre si e os outros de acordo com cada situação.

Quando estes territórios são invadidos, ocorrem cortes na privacidade, o que normalmente traz conseqüências negativas. Podemos exemplificar estas invasões com algumas situações corriqueiras: uma piada muito picante contada na presença de pessoas estranhas a um grupo social; ficar muito próximo do outro, quase se encostando nele; dar um tapinha nas costas...

Nas situações de atendimento, são bastante comuns as invasões de território pelos atendentes. Estas, na sua maioria, causam mal-estar aos clientes, pois são traduzidas por eles como atitudes grosseiras e poucos sensíveis. Alguns são os exemplos destas atitudes e situações mais comuns:

- insistência para o cliente levar um item ou adquirir um bem;
- seguir o cliente por toda a loja;
- o motorista de taxi que não pára de falar com o cliente passageiro;
- o garçom que fica de pé ao lado da mesa sugerindo pratos sem ser solicitado;
- o funcionário que cumprimenta o cliente com dois beijinhos e tapinhas nas costas;
- o funcionário que transfere a ligação ou desliga o telefone sem avisar.

Estas situações não cabem na postura do verdadeiro profissional do atendimento.

### **O sorriso**

O SORRISO abre portas e é considerado uma linguagem universal.

Imagine que você tem um exame de saúde muito importante para receber e está apreensivo com o resultado. Você chega à clínica e é recebido por uma recepcionista que apresenta um sorriso caloroso. Com certeza você se sentirá mais seguro e mais confiante, diminuindo um pouco a tensão inicial. Neste caso, o sorriso foi interpretado como um ato de apaziguamento.

O sorriso tem a capacidade de mudar o estado de espírito das pessoas e as pesquisas revelam que as pessoas sorridentes são avaliadas mais favoravelmente do que as não sorridentes.

O sorriso é um tipo de linguagem corporal, um tipo de comunicação não-verbal. Como tal, expressa as emoções e geralmente informa mais do que a linguagem falada e a escrita. Dessa forma, podemos passar vários tipos de sentimentos e acarretar as mais diversas emoções no outro.

### **Ir ao encontro do cliente**

IR AO ENCONTRO DO CLIENTE é um forte sinal de compromisso no atendimento, por parte do atendente. Este item traduz a importância dada ao cliente no momento de atendimento, na qual o atendente faz tudo o que é possível para atender as suas necessidades, pois ele compreende que satisfazê-las é fundamental. Indo ao encontro do cliente, o atendente demonstra o seu interesse para com ele.

### **A primeira impressão**

Você já deve ter ouvido milhares de vezes esta frase: *A PRIMEIRA IMPRESSÃO É A QUE FICA.*

Você concorda com ela?

No mínimo seremos obrigados a dizer que será difícil a empresa ter uma segunda chance para tentar mudar a impressão inicial, se esta foi negativa, pois dificilmente o cliente irá voltar.

É muito mais difícil e também mais caro, trazer de volta o cliente perdido, aquele que foi mal atendido ou que não teve os seus desejos satisfeitos.

Estes clientes perdem a confiança na empresa e normalmente os custos para resgatá-la, são altos. Alguns mecanismos que as empresas adotam são os contatos via telemarketing, mala-direta, visitas, mas nem sempre são eficazes.

A maioria das empresas não têm noção da quantidade de clientes perdidos durante a sua existência, pois elas não adotam mecanismos de identificação de reclamações e/ou insatisfações destes clientes. Assim, elas deixam escapar as armas que teriam para reforçar os seus processos internos e o seu sistema de trabalho.

Quando as organizações atentam para essa importância, elas passam a aplicar instrumentos de medição.

Mas, estes coletores de dados nem sempre traduzem a realidade, pois muitas vezes trazem perguntas vagas, subjetivas ou pedem a opinião aberta sobre o assunto.

Dessa forma, fica difícil mensurar e acaba-se por não colher as informações reais.

A saída seria criar medidores que traduzissem com fatos e dados, as verdadeiras opiniões do cliente sobre o serviço e o produto adquiridos da empresa.

### **Apresentação pessoal**

Que imagem você acha que transmitimos ao cliente quando o atendemos com as unhas sujas, os cabelos despenteados, as roupas mal cuidadas... ?

O atendente está na linha de frente e é responsável pelo contato, além de representar a empresa neste momento. Para transmitir confiabilidade, segurança, bons serviços e cuidado, se faz necessário, também, ter uma boa apresentação pessoal.

Alguns cuidados são essenciais para tornar este item mais completo. São eles:

01. tomar um **BANHO** antes do trabalho diário: além da função higiênica, também é revigorante e espanta a preguiça;
02. cuidar sempre da **HIGIENE PESSOAL**: unhas limpas, cabelos cortados e penteados, dentes cuidados, hálito agradável, axilas asseadas, barba feita;
03. roupas limpas e conservadas;
04. sapatos limpos;
05. usar o **CRACHÁ DE IDENTIFICAÇÃO**, em local visível pelo cliente.

Quando estes cuidados básicos não são tomados, o cliente se questiona: " puxa, se ele não cuida nem dele, da sua aparência pessoal, como é que vai cuidar de me prestar um bom serviço ? "

A apresentação pessoal, a aparência, é um aspecto importante para criar uma relação de proximidade e confiança entre o cliente e o atendente.

### **Cumprimento caloroso**

O que você sente quando alguém aperta a sua mão sem firmeza ?

Às vezes ouvimos as pessoas comentando que se conhece alguém, a sua integridade moral, pela qualidade do seu aperto de mão.

O Relacionamento interpessoal é um conceito da área da sociologia e psicologia que significa uma relação entre duas ou mais pessoas. Este tipo de relacionamento é marcado pelo contexto onde ele está inserido, podendo ser um contexto familiar, escolar, de trabalho ou de comunidade.

O relacionamento interpessoal é fundamental em qualquer organização, pois são as pessoas que movem os negócios, estão por trás dos números, lucros e todo bom resultado, daí a importância de se investir nas relações humanas. No contexto das organizações, o relacionamento interpessoal é de extrema importância. Um relacionamento interpessoal positivo contribui para um bom ambiente dentro da empresa, o que pode resultar em um aumento da produtividade.

Em uma empresa é muito importante desenvolver cursos e atividades que estimulem as relações interpessoais a fim de melhorar a produtividade através da eficácia. Pessoas focadas produzem mais, se cansam menos e causam menos acidentes. Por isso, o conceito de relacionamento interpessoal vem sendo aplicado em dinâmicas de grupo para auxiliar a integração entre os participantes, para resolver conflitos e proporcionar o autoconhecimento.

Estimulando as Relações Interpessoais todos saem ganhando, a empresa em forma de produtividade e os colaboradores em forma de autoconhecimento, o que agrega valores em sua carreira e em sua relação com a família e a sociedade.

Trabalhar as relações interpessoais dentro das empresas é tão importante quanto à qualificação e capacitação individual, pois quanto melhores forem as relações, maiores serão a colaboração, a produtividade e a qualidade.

Entre os relacionamentos que temos na vida, os de trabalho são diferenciados por dois motivos: um é que não escolhemos novos colegas, chefes, clientes ou parceiros; o outro é que, independentemente do grau de afinidade que temos com as pessoas no ambiente corporativo, precisamos relacionar bem com elas para realizar algo junto. A cordialidade desinteressada que oferecemos por iniciativa própria, sem esperar nada em troca, é um facilitador do bom relacionamento no ambiente de trabalho. Afinal, os relacionamentos são a melhor escola para o nosso desenvolvimento pessoal.

Chiavenato (2002), nos leva a compreender que a qualidade de vida das pessoas pode aumentar através de sua constante capacitação e de seu crescente desenvolvimento profissional, pois pessoas treinadas e habilitadas trabalham com mais facilidade e confiabilidade, prazer e felicidade, além de melhorar na qualidade e produtividade dentro das organizações também deve haver relacionamentos interpessoais, pois o homem é um ser de relações, ninguém consegue ser autossuficiente e saber se relacionar também é um aprendizado.

As convivências ajudam na reflexão e interiorização das pessoas, e também apresentam uma rejeição à sociedade egoísta em que vivemos.

De qualquer forma, não podemos deixar de entender que uma organização sem pessoas não teria sentido. Uma fábrica sem pessoas pára; um computador sem uma pessoa é inútil. "Em sua essência, as organizações têm sua origem nas pessoas, o trabalho é processado por pessoas e o produto de seu trabalho destina-se às pessoas (LUCENA, 1990, p.52)".

Nesse sentido, Chiavenato (1989) fala que a integração entre indivíduos na organização é importante porque se torna viável um clima de cooperação, fazendo com que atinjam determinados objetivos juntos.

Para Chiavenato (2000, p.47), antigamente, a área de recursos humanos se caracterizava por definir políticas para tratar as pessoas de maneira comum e padronizada. Os processos de Recursos Humanos tratavam as pessoas como se todas elas fossem iguais e idênticas.

Hoje, há diferenças individuais e também, há diversidade nas organizações. A razão é simples: quanto maior a diferença das pessoas, tanto maior seu potencial de criatividade e inovação.

A diversidade está em alta. As pessoas estão deixando de serem meros recursos produtivos para ser o capital humano da organização. O trabalho está deixando de ser individualizado, solitário e isolado para se transformar em uma atividade grupal, solidária e conjunta.

Hoje, em vez de dividir, separar e isolar tornou-se importante juntar e integrar para obter efeito de melhor e maior resultado e multiplicador. As pessoas trabalham melhor e mais satisfeitas quando o fazem juntas. Equipes, trabalho em conjunto, compartilhamento, participação, solidariedade, consenso, decisão em equipes: essas estão sendo as palavras de ordem nas organizações ( CHIAVENATO, 2002, p.71-72 ).

Como se viu até então, as pessoas são produtos do meio em que vivem, têm emoções, sentimentos e agem de acordo com o conjunto que as cercam seja no espaço físico ou social.

#### **As Relações Humanas nas Organizações**

Os indivíduos dentro da organização participam de grupos sociais e mantêm-se em uma constante interação social. Para explicar o comportamento humano nas organizações, a Teoria das Relações Humanas passou a estudar essa interação social. As relações humanas são as ações e atitudes desenvolvidas e através dos contatos entre pessoas e grupos.

Cada pessoa possui uma personalidade própria e diferenciada que influi no comportamento e atitudes das outras com quem mantém contatos e é, por outro lado, igualmente influenciada pelas outras. Cada pessoa procura ajustar-se às demais pessoas e grupos, pretendendo ser compreendida, aceita e participa, com o objetivo de entender os seus interesses e aspirações.

A compreensão da natureza dessas relações humanas permite melhores resultados dos subordinados e uma atmosfera onde cada pessoa é encorajada a expressar-se livre e de maneira sadia.

Com o avanço da tecnologia, o trabalho também passa a ser mais individual, cada funcionário em seu setor, isso faz com que as pessoas fiquem distantes uma das outras, aumentando o nível de stress, pois não conseguem mais se relacionarem, não há mais tempo para o diálogo.

A comunicação hoje é tudo, saber se comunicar é fundamental e para o sucesso de uma organização isso é essencial. Chiavenato (2010, p.47) diz: "A informação não é tocada, palpável nem medida, mas é um produto valioso no mundo atual porque proporciona poder".

Diante do exposto vê-se que o mundo gira em torno da comunicação e da informação e para que uma organização tenha sucesso é necessário que a comunicação seja clara, direta e transparente assim como as relações interpessoais.

Conforme diz Chiavenato (1989, p.3):

As organizações são unidades sociais (e, portanto, constituídas de pessoas que trabalham juntas) que existem para alcançar determinados objetivos. Os objetivos podem ser o lucro, as transações comerciais, o ensino, a prestação de serviços públicos, a caridade, o lazer, etc. Nossas vidas estão intimamente ligadas às organizações, porque tudo o que fazemos é feito dentro das organizações.

Os ambientes de trabalho são, pois, organizações, e nelas sobressai a interação entre as pessoas, para a promoção da formação humana.

Romão (2002) registra:

Hoje temos que nos preparar para viver a era emocional, onde a empresa tem de mostrar ao colaborador que ele é necessário como funcionário profissional, e antes de qualquer coisa que é um ser humano com capacidades que reúnem à produção da empresa, formarão uma equipe e harmoniosa em que o maior beneficiado será ele mesmo com melhoria em sua qualidade de vida, relacionamentos com os outros e, principalmente, o cliente que sentirá isso quando adquirir o produto ou serviço da empresa gerando a fidelização que tanto se busca.

O melhor negócio de uma organização ainda se chama gente, e ver gente integrada na organização como matéria-prima principal também é lucro, além de ser um fator primordial na geração de resultados.

Percebe-se que a parte humana da empresa precisa estar sempre em processo de educação, não a educação escolar, mas uma educação que tenha como objetivo melhorias no comportamento das pessoas, nas relações do dia a dia, pois somos seres de relações, não nos bastamos, precisamos sempre um do outro. Precisamos nos relacionar e se comunicar, somos seres inacabados em processo de educação constante, estamos em busca contínua de mudar nossa realidade.

Algumas dicas que podem ajudar a manter boas relações interpessoais no ambiente organizacional:

Procure investir em sua equipe e na manutenção de relacionamentos saudáveis.

Evite gerar competição uns com os outros e estimule a colaboração entre colegas e equipes.

Investir no desenvolvimento de habilidades e aprimoramento de competências da equipe.

Quando surgirem os conflitos e as diferenças, aja com cautela e não tome partido de ninguém.

Promova a conversa e evite brigas e discussões.

Algumas Normas de Convivência:

Fale com as pessoas, seja comunicativo, não há nada melhor que chegar para uma pessoa e conversar alegremente, discutir ideias e falar sobre várias coisas.

Sorria para as pessoas, é sempre bom encontrar uma pessoa alegre, sorridente, ela te deixa mais à vontade.

Chame as pessoas pelo nome, nunca coloque apelido de mau gosto nas pessoas, afinal você não gostaria que fizessem o mesmo com você.

Seja amigo e prestativo, pois ninguém quer um amigo impensável perto de si, e para que você tenha amigos e pessoas prestativas, cultive isso também, seja amigo e prestativo.

Seja cordial, faça as coisas com boa vontade, ninguém gosta de pessoas que tudo que faz, é com raiva.

Tenha mais interesse com o que as pessoas falam com você, seja sincero e franco, mas é claro, com toda educação sem deixar as outras pessoas desajeitadas e desconfortáveis ao seu lado.

A dificuldade de relacionamento entre as pessoas é um dos principais problemas vivenciados no mundo moderno, quer seja entre amigos, entre pessoas da família ou entre colegas de trabalho. De modo geral essas desavenças surgem na interação diária entre duas ou mais pessoas, ocasionadas por divergências de ideias, por diferenças de personalidade, objetivos ou metas ou por variedade de percepções e modos de analisar uma mesma informação ou fato.

Atualmente, muito tem se falado da importância das relações interpessoais dentro das organizações, de se humanizar o ambiente de trabalho, mas afinal o que é essa tal humanização?

Humanizar significa respeitar o trabalhador enquanto pessoa, enquanto ser humano. Significa valorizá-lo em razão da dignidade que lhe é interna. A prática da humanização deve ser observada continuamente.

O comportamento ético deve ser o princípio da vida da organização, uma vez que se é ético é preocupar-se com a felicidade pessoal e coletiva.

Numa sociedade em que os valores morais estão deixando de existir por ações que destroem a ética e a moralidade, existe uma necessidade oculta de se buscar humanizar as pessoas e consequentemente as organizações.

Diante disso, com o aumento da necessidade das empresas de gerarem resultados positivos, tem se enfatizado a importância das relações interpessoais com vistas a melhorar o desempenho funcional e consequentemente contribuir para a realização dos objetivos organizacionais.

O relacionamento interpessoal saudável, por exemplo, às vezes não encontra proteção no ambiente organizacional, gerando os mais diversos conflitos e, portanto, “desumanizando” as organizações.

#### **Entendendo o Relacionamento Interpessoal: Relações Humanas**

Relacionamento interpessoal é atualmente o grande diferencial competitivo das mais variadas organizações, ele por sua vez, está intimamente ligado à necessidade de se ter recursos humanos, mais importantes inclusive que os financeiros e tecnológicos, ou seja, tem a ver com trabalho em equipe, confiança, amizade, cooperação, capacidade de julgamento e sabedoria das pessoas.

Chiavenato nos diz que antigamente, a área de recursos humanos se caracterizava por definir políticas para tratar as pessoas de maneira comum e padronizada. Os processos de Recursos Humanos tratavam as pessoas como se todas elas fossem iguais e idênticas. Hoje, as diferenças individuais estão em alta: A área de Recursos Humanos está enfatizando as diferenças individuais e a diversidade nas organizações. A razão é simples: quanto maior a diferença das pessoas, tanto maior seu potencial de criatividade e inovação.

As mais recentes abordagens administrativas enfatizam que são as pessoas que fazem a diferença nas organizações. Em outras palavras, em um mundo onde a informação é rapidamente disponibilizada e compartilhada pelas organizações, sobressaem aquelas que são capazes de transformá-la rapidamente em oportunidades, em termos de novos produtos e serviços, antes que outras o façam. E isto pode ser conseguido não com a tecnologia simplesmente, mas com as pessoas que sabem utilizá-la adequadamente. São as pessoas (e não apenas a tecnologia) que fazem a diferença. A tecnologia pode ser adquirida por qualquer organização com facilidade, nas repartições, setores e estabelecimentos. Bons funcionários exigem um investimento muito mais longo em termos de capacitação quanto a habilidades e conhecimentos e, sobretudo, em termos de confiança e comprometimento pessoal.

Os sujeitos e os diferentes cenários são universos vivos ou sistemas inacabados em permanente interação e transformação e que, para compreendê-la, não se pode desprezar essa complexidade.

Entende-se que, no âmbito dos conhecimentos que envolvem os seres humanos e suas relações com os outros e com o mundo (âmbito das Ciências Humanas e Sociais), torna-se necessário considerar motivações, desejos, crenças, ideias, ideologias, intenções. Em razão disso, compreende-se que a realidade é uma construção social e que os sujeitos também não estão prontos e acabados, mas se transformam. Também se compreende a realidade como sendo dinâmica e em constante transformação. Nesse processo de trans-



formação da realidade, observam-se posições opostas, interesses contrários e a instalação de soluções provisórias, porém marcadas por contradições que, sendo evidenciadas, produzem a necessidade de novas transformações.

É preciso haver abertura para o conhecimento, pensar o novo, reconstruir o velho, reinventar o pensar. A educação abrange mais do que o saber fazer, é preciso aprender a viver com os outros, desenvolver a percepção de depender reciprocamente, administrar conflitos, a participação de projetos comuns, a ter prazer no espaço comum (CESAR; BIACHINI; PIASSA, 2008).

Trabalhar as relações humanas em grupo envolve as diferenças, opiniões, conceitos, atitudes, crenças, valores, preconceitos, diante de sua profissão, enfocando aspectos de Motivação, Autoestima, Percepção, Comunicação, Colaboração, Feedback, Liderança e Grupos, para um melhor conhecimento de si próprio e melhorar relações com o outro.

Muitas pessoas já perderam a noção do que é um convívio saudável e simplesmente se concentram em chegar à frente a qualquer custo. Como consequências naturais surgem diversos conflitos que podem comprometer o bom relacionamento dentro das instituições.

Quando realmente queremos, as coisas acontecem. O primeiro passo para a mudança é a aceitação das nossas deficiências, da aceitação de nós mesmos. Para isso, temos que mudar nossa atitude! Pergunte-se: Eu preciso mudar essa relação? Eu quero mudar essa relação? Eu posso fazer algo para transformar essa situação? Eu vou fazer isso? Se a resposta for positiva para as quatro perguntas, estamos preparados para mudar e reverter o quadro. Sem a nossa mudança de atitude, não há mudança nos relacionamentos. É muito fácil quereremos mudar o outro, quando na verdade, temos que começar por nós mesmos.

Enfim, a forma como lidamos com o conflito é o que faz toda a diferença. Todo conflito apresenta uma oportunidade de enxergarmos o ponto de vista do outro e percebermos se faríamos o mesmo, caso estivéssemos no lugar dele. Se agirmos assim, os conflitos começam a ter um lado extremamente positivo, pois podem ser ótimas oportunidades para mudança de percepção, inovação na empresa, cooperação entre as pessoas e, principalmente, estímulo para que aconteça maior sinceridade nas relações interpessoais.

Cada pessoa tem uma história de vida, uma maneira de pensar a vida e assim também o trabalho é visto de sua forma especial. Há pessoas mais dispostas a ouvir, outras nem tanto, há pessoas que se interessam em aprender constantemente, outras não, enfim as pessoas têm objetivos diferenciados e nesta situação muitas vezes priorizam o que melhor lhes convém e às vezes em conflito com a própria empresa. Portanto:

O autoconhecimento e o conhecimento do outro são componentes essenciais na compreensão de como a pessoa atua no trabalho, dificultando ou facilitando as relações. Dentre as dificuldades mais observadas, destacam-se: falta de objetivos pessoais, dificuldade em priorizar, dificuldade em ouvir (BOM SUCESSO, 1997, p.38).

Sem respeito pelo nosso semelhante, um bom relacionamento interpessoal não será possível. Por sermos seres humanos diferentes uns dos outros, costumamos ver as pessoas e as situações que vivemos de forma como fazem sentido para nós, de acordo com nossos vícios e o hábito que temos de ver as pessoas e o mundo, e não somente e necessariamente da forma como a realidade se apresenta.

Alguém poderá explicar seu próprio comportamento ou de outra pessoa sem os conceitos de amor e de ódio? Geralmente desenvolvemos nossa própria série de conceitos para interpretar o comportamento dos outros. Precisamos saber que uma pessoa só

muda quando ela mesma consegue perceber ou for convencida de que a forma como faz ou atua, de fato, não é a mais adequada. Ou seja, a própria pessoa precisa reconhecer a necessidade de mudar.

Em primeiro lugar, além do respeito, é necessário ter no mínimo um conhecimento razoável sobre pessoas, e conseguir adquirir experiências que nos façam entender que as relações interpessoais devem ser boas pelo menos para que possamos nos comunicar bem e fazer as coisas acontecer.

A chave estrutural para que isso ocorra é oferecer o respeito que todo o ser humano merece reunir uma boa dose de paciência e principalmente gostar de pessoas e de gente.

Portanto, precisamos entender que relacionamento interpessoal é um dos quesitos de êxito e sucesso em nossas vidas. E que este relacionamento deve ser o melhor possível.

Outro aspecto importante para um bom relacionamento interpessoal depende de uma boa comunicação entre emissores e receptores. Qualquer informação que se pretenda transmitir de uma pessoa para outra, de uma pessoa para um grupo, de um professor para alunos, de um palestrante para ouvintes deve ser bem comunicada e bem compreendida. Quem dá informação é o principal responsável por uma boa comunicação.

Saber entender e conduzir de forma amigável nossas diferenças é uma habilidade essencial na forma de nos comunicar. Isto é o que as pessoas fazem naturalmente quando compartilham uma visão comum, desejam aprofundar suas amizades ou estabelecer um bom relacionamento.

Provavelmente ficaríamos positivamente surpresos se efetivamente soubéssemos conviver com as diferenças e como é possível conseguir resultados gratificantes procurando entender melhor a nós mesmos e os outros.

Enfim, podemos buscar similaridades e minimizar nossas diferenças como seres humanos de várias maneiras. É natural que procuremos amenizar nossas diferenças com as pessoas de que gostamos com aquelas que simpatizamos à primeira vista, ou mesmo compartilhamos nossos objetivos de vida.

Da mesma forma, também é natural que criemos barreiras com pessoas que consideramos difíceis ou até mesmo, de forma inexplicável, não simpatizemos. No entanto, quando não conseguimos minimizar nossas diferenças com essas pessoas, está formada a base para o conflito.

#### **Relações Humanas da Teoria à Prática**

Não é possível generalizar pessoas. Somos todos diferentes em cada uma de nossas relações. Porém, o mais importante é aceitar-nos do jeito que somos tratando de destacar as qualidades que temos e modificar o que deve ser mudado. E isso se refere tanto ao aspecto físico quanto ao aspecto psicológico. Não se pode nunca esquecer, que o ser humano é que faz as coisas acontecerem. Por que não tentar conhecê-lo melhor a cada dia?

Para evoluirmos, é importante entender definitivamente a importância de estabelecer um bom relacionamento interpessoal. De que forma? Em primeiro lugar, “respeito ao ser humano é fundamental”. Além disso, dedicarmos um bom tempo à leitura, aos estudos sobre o ser humano e a conhecer pessoas. Estas ações irão nos ajudar a desenvolver a cada dia a habilidade de saber se relacionar bem. É fato que, sabendo viver, comunicando-se e relacionando-se bem, será possível conseguir obter resultados com e através de pessoas. Atitude positiva e maturidade caminham sempre juntas.

É importante lembrar que: os profissionais desvalorizados tendem a perder o foco, se desmotivam facilmente, diminui sua produtividade, o que acaba prejudicando e muito o bom andamento da empresa. Cada pessoa é única, com suas características e personalidades próprias. Por isso, devemos conhecer nossos funcionários e