



IBGE

**IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE
GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA**

Supervisor de Pesquisas por Telefone- Gestão

EDITAL Nº 07/2023

CÓD: SL-020ST-23
7908433241096

Língua Portuguesa

1. Compreensão de texto.	7
2. Significação das palavras: sinônimos, antônimos, homônimos e parônimos.	10
3. Pontuação;	11
4. Estrutura e sequência lógica de frases e parágrafos.	13
5. Ortografia oficial.	14
6. Acentuação gráfica.	14
7. Classes das palavras.	16
8. Concordância nominal e verbal.	23
9. Regência nominal e verbal;	25
10. Crase.	27
11. Emprego dos verbos regulares, irregulares e anômalos.	28
12. Vozes dos verbos.	30
13. Emprego e colocação dos pronomes.	30

Noções de Administração e Situações Gerenciais

1. Aspectos gerais da Administração. Organizações como sistemas abertos.	39
2. Funções administrativas: planejamento, organização, direção, coordenação e controle.	44
3. Motivação, comunicação e liderança.	51
4. Processo decisório e resolução de problemas.	59
5. Noções básicas de gerência e gestão de organizações e de pessoas.	63
6. Eficiência e funcionamento de grupos. O indivíduo na organização: papéis e interações. Trabalho em equipe. Equipes de trabalho.	65
7. Responsabilidade, coordenação, autoridade, poder e delegação.	88
8. Avaliação de desempenho.	96
9. Compromisso com a qualidade nos serviços prestados.	98

Ética no Serviço Público

1. Código de Ética do IBGE.	103
2. Lei nº 8.112/1990 e suas alterações (art. 116, incisos I a IV, inciso V, alíneas a e c, incisos VI a XII e parágrafo único; art. 117, incisos I a VI e IX a XIX; art. 118 a art. 126; art. 127, incisos I a III; art. 132, incisos I a VII, e IX a XIII; art. 136 a art. 141; art. 142, incisos I, primeira parte, II e III, e §1º a §4º).	105

Conhecimentos Específicos

Supervisor de Pesquisas por Telefone - Gestão

1. Noções gerais: planejamento estratégico.	111
2. Processo decisório e resolução de problemas.	112

ÍNDICE

3. Flexibilidade organizacional	112
4. Cultura organizacional	115
5. Tipos de estruturas organizacionais.....	119
6. Novas formas de gestão de serviços públicos: formas de supervisão e contratualização de resultados (controles e indicadores)	121
7. Conceitos de Eficiência, Eficácia e Efetividade aplicada à Administração Pública.....	123
8. Administração de Recursos Humanos e Gestão de Pessoas: o papel do gestor de pessoas; treinamento e avaliação de desempenho; modelagem do trabalho e conceitos básicos de grupos; liderança: características e comportamentos dos líderes e seguidores, motivação; trabalho em equipe; gestão de competências.....	125
9. Gestão por Processos.....	125
10. Teoria Geral da Administração.....	127

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 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.

Conclui-se, que diante das mudanças, o líder deve conciliar os interesses da organização com os da sua equipa de trabalho, empenhando-se afincadamente para proporcionar um ambiente favorável ao desenvolvimento dos seus liderado, influenciando-os a alcançarem os objetivos comuns.

Comunicação

Diferente do que muitos acreditam, a comunicação não está ligada apenas ao fato de saber dizer algo a outras pessoas. Ela consiste em fazer com que o outro lado – no caso, o receptor – entenda aquilo que é dito, sem que haja qualquer tipo de má interpretação.

• O que é comunicação eficaz?

Uma comunicação eficaz no cenário organizacional pode ser entendida como aquela que transforma a atitude das pessoas. Se a comunicação apenas muda suas ideias, mas não provoca nenhuma mudança de comportamentos, então ela não atingiu seu resultado.

Assim, quando falamos em comunicação eficaz, estamos falando daquela que atinge com efetividade seu objetivo, que é transmitir uma mensagem com clareza, utilizando os mais diversos tipos de canais de comunicação para isso. Ou seja, basicamente é quando o emissor passa uma informação ao seu receptor e este entende a mensagem exatamente como ela foi transmitida, sem acrescentar nada a mais ou a menos à sua interpretação.

Veja que neste parágrafo eu falei sobre os elementos que compõem a comunicação eficaz, aos quais vou ressaltar mais uma vez, para que fique claro o que é necessário para que se estabeleça um processo comunicacional:

– Emissor: Responsável por transmitir a mensagem, com todas as informações necessárias para que haja o entendimento assertivo e efetivo desta;

– Receptor: Trata-se de quem recebe a mensagem e faz a sua interpretação;

– Linguagem: Aqui estamos falando dos códigos de linguagem que são utilizados para que haja a transmissão correta das informações;

– Mensagem: Por fim, a mensagem é basicamente o conjunto de informações que são transmitidas

A junção de todos estes elementos, faz com que a comunicação aconteça, de forma verdadeiramente eficaz, nos mais diversos contextos, principalmente no empresarial.

E por falar em mundo corporativo, é necessário lembrar que a boa comunicação neste ambiente é bastante dinâmica. Ela não é realizada apenas por meio de conversas, formais e informais, telefonemas e reuniões. Ela está presente desde a pausa do café até a emissão de documentos importantes. Além disso, há também a utilização de ferramentas de comunicação escrita – como e-mail, memorandos e circulares, por exemplo – que fazem parte do dia a dia de qualquer organização atualmente.

Por isso, saber escrever de forma clara e objetiva, assim como se comunicar de forma geral, utilizando todos os meios, é fundamental para o desenvolvimento das demandas. Neste sentido, investir em uma comunicação eficaz não é somente investir em comunicações verbais, uma vez que esta envolve também as comunicações não verbais.

Lembre-se sempre que um bom profissional deve saber planejar e esquematizar suas ideias para transmiti-las de forma eficiente e serem entendidas com assertividade por aqueles que receberem estas mensagens.

• Porque é importante investir em uma comunicação eficaz?

É importante que as empresas entendam o quão valioso é ter uma comunicação eficaz, que seja clara e direta entre todos aqueles que fazem parte dos negócios. É essa comunicação que garante o bom andamento dos processos, a execução das atividades e o alcance de resultados extraordinários.

Pode soar como exagero, querida pessoa, mas não é. Quando uma mensagem ou uma informação relevante para a equipe é mal transmitida ela, conseqüentemente, será mal compreendida. Essa falha na comunicação – que impactará o andamento das atividades de toda uma equipe – poderá afetar negativamente o ambiente de trabalho e trazer diversos outros prejuízos para os negócios.

Uma informação mal transmitida poderá impactar negativamente o atendimento aos clientes e fornecedores, por exemplo, além de interferir nas relações interpessoais de colegas de trabalho.

Diante disso, é essencial que você, seja empreendedor, empresário ou colaborador de uma empresa, perceba como é importante garantir que a comunicação dentro das organizações seja realmente eficaz, pois ela contribui de maneira positiva com o equilíbrio organizacional.

• Assertividade nos processos

Todos sabemos que um dos maiores gaps existentes nos mais diversos ambientes corporativos é a falha na comunicação. Isso acontece, pois, em grande parte dos casos, as pessoas que fazem parte da empresa e dos negócios, de uma forma geral, não têm a consciência de que é necessário transmitir informações com clareza e objetividade, para que assim, a execução dos processos organizacionais sejam o mais assertivos possíveis.

Assim, criar esta consciência e este hábito em todos, independentemente dos cargos ocupados, faz com que os processos tenham um bom andamento e as demandas sejam executadas com muito mais facilidade, tornando, assim, muito mais fácil, também, o alcance dos objetivos e resultados extraordinários.

• Engaja e motiva os colaboradores

Quando existe uma comunicação eficaz nas empresas, os colaboradores que dela fazem parte sentem-se altamente satisfeitos. Isso acontece, pois eles enxergam que estão em um lugar onde existe transparência, objetividade e espírito de cooperação na forma de se comunicar.

A consequência disso é um ambiente em que as atividades são realizadas com muito mais fluidez, o que traz resultados positivos para todos. Além disso, quando observam que a comunicação é eficaz na empresa, ou seja, que o que cada um diz verdadeiramente importa e é levado em consideração, aumenta a sensação de pertencimento destes colaboradores, fazendo com haja um aumento significativo de seu engajamento e motivação.

• Diminuição de conflitos

A partir do momento que uma empresa investe em comunicação eficaz, ela evita a incidência de conflitos entre seus colaboradores. O motivo disso se dá pelo fato de que todos têm a grande preocupação de transmitirem suas mensagens com o maior

visualizar e tomar conhecimentos de seus pontos fortes e fracos, a fim de incentivar e aprimorar a equipe em direção à objetivos concretos.

Os fatores que determinam os indicadores de desempenho estão pautados nas singulares necessidades de cada empresa de modo a medir quão bem-sucedido o negócio tem sido em termos financeiros e administrativos, a fim de implantar melhorias na gestão a partir da identificação de pontos a serem reestruturados e repensados quanto à administração, visando alcançar metas e objetivos ligados à lucro, produtividade, melhor qualidade de trabalho, erros, acertos, entre outros aspectos relevantes à empresa como um todo.

Como base para seus negócios, muitas empresas tomam indicadores de desempenho pré-estabelecidos que as auxiliarão no processo de avaliação e otimização dos processos. No entanto, deve-se observar que ainda que um indicador seja previamente estabelecido ou adaptado de outras organizações, ele jamais deverá ser imutável, pois cada empresa está ambientada em seu próprio contexto e em sua própria realidade, sendo assim, a flexibilização de indicadores e a criação de novos é natural e pode ocorrer alinhados à necessidade de cada empresa.

Os principais tipos de indicadores

1. Lucratividade

Apesar de não ser o único e nem o principal, consideramos lucratividade o primeiro indicador de desempenho a se observar durante a gestão. Há diversos modos de realizar a avaliação dos lucros de uma organização (planilhas de cálculos, percentuais, cálculos de lucro operacional etc.)

Este indicador é responsável por demonstrar se a empresa gera valores maiores do que os iniciais de modo a gerar uma perspectiva de lucratividade para os próximos meses ou anos. Ele ajuda a empresa a se precaver contra riscos e dívidas.

2. Produtividade

O indicador de produtividade avalia a entrega da equipe quanto ao serviço que prestam ou produto que confeccionam. Este indicador é útil para que uma organização possa ter um claro panorama dos tipos de atividades ou comportamentos que aumentam ou diminuem a produtividade, bem como as ações causadoras de problemas

A baixa produtividade pode estar relacionada a diversos fatores, como falta de incentivo e benefícios, desmotivação da equipe, baixa remuneração, falta de recursos para a execução do trabalho, más condições de trabalho. A identificação do motivo por trás de um alto ou baixo índice de produtividade auxilia a empresa a tomar ações em prol de sua equipe.

3. Qualidade

Um importante indicador de desempenho em uma empresa é o indicador de qualidade. Ele facilita a identificação dos pontos a serem aprimorados em um produto, serviço ou nos processos produtivos. A qualidade é um fator que muito influencia qualquer outro ponto do desempenho de uma organização, portanto age como um indicador crucial para toda e qualquer empresa.

4. Estratégia

Ações em prol de melhorias são estratégias estabelecidas por um gestor que podem ou não funcionar a curto, médio ou longo prazo. O indicador de estratégia permite à equipe uma compreensão da aplicabilidade e utilidade de determinados procedimentos estabelecidos no mundo corporativo, ele garante à equipe a validação da capacidade dos líderes e gestores de porem em prática estratégias eficazes e rentáveis.

5. Eficiência

O indicador de eficiência é estabelecido com o propósito de averiguar o índice de alcance de metas, ou seja, avalia se os objetivos propostos estão sendo atingidos do modo como foram estabelecidos, além do lado financeiro. Mede-se a eficiência de uma empresa através de comparação direta de metas e prazos, erros e acertos.

6. Custos fixos

Custos como o salário dos funcionários, impostos, contas de luz, água, telefonia, matéria-prima, entre outros, são chamados custos fixos, são os custos com os quais a organização arca mês a mês. A avaliação por meio deste indicador serve para que o administrador saiba quão proporcional é o crescimento da empresa com relação às suas contas fixas, de modo a precaver-se contra possíveis dívidas e problemas financeiros em geral.

7. Faturamento

Faturamento se trata da soma de todos os valores obtidos com vendas de produtos ou serviços em uma empresa em um período de tempo (anual, semestral, mensal, semanal). A análise deste indicador é feita por meio de um levantamento de tudo que entrou em caixa e tudo o que saiu durante aquele período de tempo (determinado de acordo com as necessidades de cada empresa), deste modo é possível ter noção se os índices de venda, compra e produção estão de fato alinhados para que se possa cumprir as metas e objetivos definidos pela gestão.

8. Recebimento

Recebimento é o indicador de desempenho responsável por demonstrar se o que a organização recebe é proporcional ao que vende. Pagamentos como cheques e notar promissórias impedem que as empresas recebam o valor do produto ou serviço imediatamente após a compra, o que pode gerar dívidas e inadimplências. Algumas soluções, como propor novas formas de pagamento (cartões, à vista etc) poderia melhorar o desempenho de uma empresa como um todo, bem como outras medidas que podem ser aplicadas como alteração no valor do produto, mudança no fornecedor de matéria-prima com valor mais barato, entre outras opções que aumentam o faturamento.

9. Aumento de vendas

Obviamente, o aumento no número de vendas é um ótimo indicador de desempenho para se analisar, pois avalia o sucesso da empresa baseando-se em atividades que promovem as vendas. O sucesso neste índice representa um ótimo retorno ao cliente, pois gera valor ao mercado e incentiva a continuidade expoente do crescimento. Não apenas por uma questão financeira, mas pela qualidade ou pela estratégia no setor de vendas, pela forma como o

Reflexão e mudança

Deixar de lado a reflexão crítica dessa formação cultural de uma organização tem efeitos prejudiciais. Líderes e liderados colaboram assim para criar uma imagem cristalizada da instituição, que pode não estar em sintonia com os valores alardeados nas reuniões. Esse descompasso precisa ser corrigido com o empenho de todos em reciclar valores estagnados e elevá-los a outro patamar.

Gerenciar a cultura organizacional é tarefa complexa, que exige saber o quanto a parte submersa do iceberg molda o que está colocado na parte visível. As manifestações culturais do ambiente interno das organizações precisam receber a atenção que merecem para que se possa modificar os pontos negativos existentes.

Mas a mudança não para por aí. Conhecendo os valores internos que de fato norteiam o dia a dia da organização é possível gerar um ambiente de trabalho onde há sintonia entre as relações produtivas e a imagem institucional que chega ao mercado.

TIPOS DE ESTRUTURAS ORGANIZACIONAIS

As **organizações formais modernas** caracterizam-se como um sistema constituído de elementos interativos, que recebe entradas do ambiente, transformando-os, e emite saídas para o ambiente externo. Nesse sentido, os elementos interativos da organização, pessoas e departamentos, dependem uns dos outros e devem trabalhar juntos.

As organizações podem ser formais e informais.

— Formais

A estrutura formal das organizações é composta pela estrutura instituída pela vontade humana para atingir determinado objetivo. Ela é representada por um organograma composto por órgãos, cargos e relações de autoridade e responsabilidade.

Elas são regidas por normas e regulamentos que estabelecem e especificam os padrões para atingir os objetivos organizacionais.

Características das Organizações Formais
São instituídas pela vontade humana;
São planejadas e deliberadamente estruturadas;
São tangíveis (visíveis);
Seus líderes se valem da autoridade e responsabilidade (líderes formais);
São regidas por normas e regulamentos definidos de forma racional (lógica);
São representadas por organogramas;
São flexíveis às modificações em sua estrutura e nos processos organizacionais, em face da hierarquia formal e impessoal.

— Informais

Visto as organizações formais serem compostas por redes de relacionamento no ambiente de trabalho, esse relacionamento dá origem à organização informal. As organizações informais definem-se como o conjunto de interações e relacionamentos que se estabelecem entre as pessoas, sendo esta paralela à organização formal.

As organizações informais não possuem objetivos predeterminados, surgem de forma natural, estando presentes nos usos e costumes, e se manifestam por meio de sentimentos e necessidade de associação pelos membros da organização formal.

Características das Organizações Informais
São oriundas das relações pessoais e sociais desenvolvidas naturalmente entre os membros de determinada organização;
Sua relação é de coesão ou antagonismo;
As lideranças são informais, por meio da influência;
Possuem colaboração espontânea, independente da autoridade formal;
Têm possibilidade de oposição à organização formal;
Transcende a organização formal, não se limitando ao horário de trabalho, barreiras organizacionais ou hierarquias;
São intangíveis (não visíveis);
São resistentes às modificações nos processos, uma vez que as pessoas tendem a defender excessivamente os seus padrões.

— Tipos de estrutura organizacional

A estrutura organizacional é o conjunto de responsabilidades, autoridades, comunicações e decisões de unidades de uma empresa. É um meio para o alcance dos objetivos, estando relacionada com a estratégia da organização, de tal forma que mudanças na estratégia precedem e promovem mudanças na estrutura.

A estrutura organizacional de uma empresa define como as tarefas são formalmente distribuídas, agrupadas e coordenadas. No tipo de estrutura formal, a relação hierárquica é impessoal e sempre realizada por meio de ordem escrita.

São seis os elementos básicos a serem focados pelos administradores quando projetam a estrutura das organizações: a especialização do trabalho, a departamentalização, a cadeia de comando, a amplitude de controle, a centralização e descentralização e, por fim, a formalização.

Ao planejar a estrutura organizacional, uma das variáveis refere-se a quem os indivíduos e os grupos se reportam. Essa variável consiste em estruturar a cadeia de comando.

São tipos tradicionais de organização:

a) Organização Linear: autoridade única com base na hierarquia (unidade de comando), comunicação formal, decisões centralizadas e aspecto piramidal;

b) Organização Funcional: autoridade funcional ou dividida, linhas diretas de comunicação, decisões descentralizadas e ênfase na especialização;

c) Organização Linha-staff: coexistência da estrutura linear com a estrutura funcional, ou seja, comunicação formal com assessoria funcional, separação entre órgãos operacionais (de linha) e órgãos de apoio (staff). Há, ao mesmo tempo, hierarquia de comando e da especialização técnica.

São estruturas organizacionais modernas:

a) Estrutura Divisional: é caracterizada pela criação de unidades denominadas centros de resultados, que operam com relativa autonomia, inclusive apurando lucros ou prejuízos para cada uma