

CONSURGE - MG

CONSÓRCIO INTERMUNICIPAL DE SAÚDE DA REDE
DE URGÊNCIA E EMERGÊNCIA DO LESTE DE MINAS

Auxiliar Administrativo

EDITAL Nº 16/2023

CÓD: SL-001DZ-23
7908433246039

Português

1. Compreensão e interpretação de textos.	9
2. Gêneros e tipos de texto.....	10
3. Articulação textual: operadores sequenciais, expressões referenciais. Coesão e coerência textual.....	12
4. Identificação, definição, classificação, flexão e emprego das classes de palavras;	13
5. formação de palavras.....	18
6. Verbos: flexão, conjugação, vozes, correlação entre tempos e modos verbais.	20
7. Concordância verbal e nominal	20
8. Regência verbal e nominal.....	21
9. Crase	23
10. Colocação pronominal	24
11. Estrutura da oração e do período: aspectos sintáticos e semânticos.	25
12. Acentuação gráfica.....	30
13. Ortografia.....	31
14. Pontuação	32
15. Variação linguística	34

Normas do Samu

1. Portaria GM/MS nº 2.048, de 05 de novembro de 2002.....	43
2. Portaria nº 1.600/GM/MS, de 7 de julho de 2011.....	93
3. Portaria Federal nº 1.010/GM/MS, de 21 de maio de 2012.	96
4. Manual de Capacitação SAMU.....	103
5. Relatório de Classificação das Unidades Hospitalares Segundo Função Por Região de Saúde no Estado de Minas Gerais.....	104
6. Noções de primeiros socorros.	108
7. Grade de Referência da Rede Hospitalar.	115
8. Plano Diretor de Regionalização (PDR).	115

Noções de Informática

1. Noções de Sistemas de Backup: Tipos de backup. Planos de contingência. Meios de armazenamento para backups.	119
2. Noções de Sistemas operacionais: conhecimentos do ambiente Windows. Windows 10: operações com janelas, menus, barra de tarefas, área de trabalho; trabalho com pastas e arquivos: localização de arquivos e pastas; movimentação e cópia de arquivos e pastas; tipos de arquivos e extensões; criação, renomeação e exclusão de arquivos e pastas; configurações básicas do Windows: resolução da tela, cores, fontes, impressoras, aparência, segundo plano, protetor de tela; Windows Explorer	122
3. Editor de texto Microsoft Word 2016 e superior: criação, edição, formatação e impressão; criação e manipulação de tabelas; inserção e formatação de gráficos e figuras; geração de mala direta.....	142
4. Planilha eletrônica Microsoft Excel 2016 e superior: criação, edição, formatação e impressão; utilização de fórmulas; geração de gráficos; classificação e organização de dados.....	151
5. Software de Apresentações PowerPoint 2016 e superior: criação, edição, formatação e impressão das apresentações.....	158

6. Conhecimentos de internet: noções básicas; correio eletrônico (receber e enviar mensagens; anexos; catálogos de endereço; organização das mensagens); navegadores (Internet Explorer, Google Chrome, Mozilla Firefox e Microsoft Edge). Rede Sociais: conceitos e características, vantagens e desvantagens.Noções de rede de computadores: conceitos e serviços relacionados à Internet, tecnologias e protocolos da internet, ferramentas, aplicativos e procedimentos associados à internet/intranet. E ainda todos os conteúdos tratados nas referências definidas no programa desse conteúdo.....	165
7. Noções de Hardware e Software: Fundamentos de computação: Conceitos de hardware e software. Organização e arquitetura de computadores. Componentes de um computador (hardware e software)	173
8. Conceitos de segurança da informação, noções básicas de segurança da informação. Políticas de Segurança da Informação. Classificação da informação, segurança física e segurança lógica. Análise e gerenciamento de riscos. Ameaça, tipos de ataques e vulnerabilidade. Ataques e proteções relativos a hardware, sistemas operacionais, aplicações, bancos de dados e rede.....	176

Raciocínio Lógico

1. Noções básicas da lógica matemática: proposições, conectivos, equivalência e implicação lógica, argumentos válidos, problemas com tabelas e argumentação. Estrutura lógica de relações arbitrárias entre pessoas, lugares, objetos ou eventos fictícios, orientação espacial e temporal, formação de conceitos, discriminação de elementos, Compreensão do processo lógico que, a partir de um conjunto de hipóteses, conduz, de forma válida, a conclusões determinadas, Tautologia, Contradição e Contradição 193	193
2. Linguagem dos conjuntos: o conjunto dos números naturais, inteiros, racionais e reais. Operações de adição, subtração, multiplicação, divisão, potenciação e radiciação nesses conjuntos. Números decimais. Valor absoluto. Propriedades no conjunto dos números naturais. Decomposição de um número natural em fatores primos. Múltiplos e divisores, máximo divisor comum e mínimo múltiplo comum de dois números naturais.....	213
3. Verdades e Mentiras: resolução de problema	225
4. Sequências (com números, com figuras, de palavras)	227
5. Análise combinatória e probabilidade	228
6. Problemas envolvendo raciocínio lógico.....	231
7. Teoria dos conjuntos.....	233
8. Sequências e séries: PA e PG.....	237
9. Equações do primeiro e segundo graus, inequações, equações redutíveis ao segundo grau; Sistemas de equações lineares: resolução, discussão e interpretação geométrica.....	239

Administração Pública

1. Portaria GM/MS nº 2.048, de 05 de novembro de 2002	251
2. Organização e Estrutura do Estado, Governo e Administração; Conceito: Estado, Governo e Administração Pública; Características da Administração Pública; Princípios aplicáveis a Administração Pública	300
3. O Estado de Bem-Estar Social	306
4. Organização da Administração Pública Brasileira; Organização administrativa: centralização, descentralização, concentração e desconcentração; Administração direta e indireta	307
5. Transparência e a Lei de Acesso à Informação.....	311
6. Qualidade na Administração Pública; Excelência nos Serviços Públicos.....	321
7. Organização e Estrutura de Consórcios na Administração Indireta	324
8. Agentes públicos: cargo, emprego, função públicos.....	334
9. Regimento Interno e Estatuto do CONSURGE.....	373

Conhecimentos Específicos Auxiliar Administrativo

1. Organização de arquivo	401
2. Departamentalização e Descentralização. Estrutura Organizacional	414
3. Formulários	416
4. Análise e distribuição do trabalho.	417
5. Habilidades interpessoais	418
6. Negociação.Conflito	420
7. Lei de Licitações e Pregão (Lei Federal nº 8.666/1993, e atualizações,	420
8. Lei Federal nº 10.520/2002, e atualizações,	444
9. Lei Federal nº 14.133/2021, e atualizações e demais).....	446
10. Almoxarifado e gestão de estoques	487
11. Comunicação interpessoal e organizacional.	494
12. Processos Empresariais.....	496
13. Fluxogramas	497
14. Formulários.....	501
15. Análise e distribuição do trabalho.	501
16. Manuais de organização.	501
17. Políticas e práticas de Recursos Humanos.	502
18. Redação Oficial: ofícios, comunicações internas, cartas, requerimentos, protocolo, expedição e distribuição de correspondência.	506
19. Princípios da Administração.....	516
20. Técnicas de serviços de escritório	518
21. Conceito de Documentação e sua terminologia.....	523
22. Noções básicas de relações humanas no trabalho	523
23. Atendimento ao público	526
24. Ética profissional.....	531
25. Noções de controle de material.....	535

Entrevista: texto expositivo e é marcado pela conversa de um entrevistador e um entrevistado para a obtenção de informações. Tem como principal característica transmitir a opinião de pessoas de destaque sobre algum assunto de interesse.

Cantiga de roda: gênero empírico, que na escola se materializa em uma concretude da realidade. A cantiga de roda permite as crianças terem mais sentido em relação a leitura e escrita, ajudando os professores a identificar o nível de alfabetização delas.

Receita: texto instrucional e injuntivo que tem como objetivo de informar, aconselhar, ou seja, recomendam dando uma certa liberdade para quem recebe a informação.

GÊNEROS E TIPOS DE TEXTO.

Tipos e gêneros textuais

Os **tipos textuais** configuram-se como modelos fixos e abrangentes que objetivam a distinção e definição da estrutura, bem como aspectos linguísticos de narração, dissertação, descrição e explicação. Eles apresentam estrutura definida e tratam da forma como um texto se apresenta e se organiza. Existem cinco tipos clássicos que aparecem em provas: descritivo, injuntivo, expositivo (ou dissertativo-expositivo) dissertativo e narrativo. Vejamos alguns exemplos e as principais características de cada um deles.

Tipo textual descritivo

A descrição é uma modalidade de composição textual cujo objetivo é fazer um retrato por escrito (ou não) de um lugar, uma pessoa, um animal, um pensamento, um sentimento, um objeto, um movimento etc.

Características principais:

- Os recursos formais mais encontrados são os de valor adjetivo (adjetivo, locução adjetiva e oração adjetiva), por sua função caracterizadora.
- Há descrição objetiva e subjetiva, normalmente numa enumeração.
- A noção temporal é normalmente estática.
- Normalmente usam-se verbos de ligação para abrir a definição.
- Normalmente aparece dentro de um texto narrativo.
- Os gêneros descritivos mais comuns são estes: manual, anúncio, propaganda, relatórios, biografia, tutorial.

Exemplo:

Era uma casa muito engraçada
 Não tinha teto, não tinha nada
 Ninguém podia entrar nela, não
 Porque na casa não tinha chão
 Ninguém podia dormir na rede
 Porque na casa não tinha parede
 Ninguém podia fazer pipi
 Porque penico não tinha ali
 Mas era feita com muito esmero
 Na rua dos bobos, número zero
 (Vinícius de Moraes)

Tipo textual injuntivo

A injunção indica como realizar uma ação, aconselha, impõe, instrui o interlocutor. Chamado também de texto instrucional, o tipo de texto injuntivo é utilizado para prever acontecimentos e comportamentos, nas leis jurídicas.

Características principais:

- Normalmente apresenta frases curtas e objetivas, com verbos de comando, com tom imperativo; há também o uso do futuro do presente (10 mandamentos bíblicos e leis diversas).
- Marcas de interlocução: vocativo, verbos e pronomes de 2ª pessoa ou 1ª pessoa do plural, perguntas reflexivas etc.

Exemplo:

Impedidos do Alistamento Eleitoral (art. 5º do Código Eleitoral) – *Não podem alistar-se eleitores: os que não saibam exprimir-se na língua nacional, e os que estejam privados, temporária ou definitivamente dos direitos políticos. Os militares são alistáveis, desde que oficiais, aspirantes a oficiais, guardas-marinha, subtenentes ou suboficiais, sargentos ou alunos das escolas militares de ensino superior para formação de oficiais.*

Tipo textual expositivo

A dissertação é o ato de apresentar ideias, desenvolver raciocínio, analisar contextos, dados e fatos, por meio de exposição, discussão, argumentação e defesa do que pensamos. A dissertação pode ser expositiva ou argumentativa.

A dissertação-expositiva é caracterizada por esclarecer um assunto de maneira atemporal, com o objetivo de explicá-lo de maneira clara, sem intenção de convencer o leitor ou criar debate.

Características principais:

- Apresenta introdução, desenvolvimento e conclusão.
- O objetivo não é persuadir, mas meramente explicar, informar.
- Normalmente a marca da dissertação é o verbo no presente.
- Amplia-se a ideia central, mas sem subjetividade ou defesa de ponto de vista.
- Apresenta linguagem clara e imparcial.

Exemplo:

O texto dissertativo consiste na ampliação, na discussão, no questionamento, na reflexão, na polemização, no debate, na expressão de um ponto de vista, na explicação a respeito de um determinado tema.

Existem dois tipos de dissertação bem conhecidos: a dissertação expositiva (ou informativa) e a argumentativa (ou opinativa).

Portanto, pode-se dissertar simplesmente explicando um assunto, imparcialmente, ou discutindo-o, parcialmente.

Tipo textual dissertativo-argumentativo

Este tipo de texto — muito frequente nas provas de concursos — apresenta posicionamentos pessoais e exposição de ideias apresentadas de forma lógica. Com razoável grau de objetividade, clareza, respeito pelo registro formal da língua e coerência, seu intuito é a defesa de um ponto de vista que convença o interlocutor (leitor ou ouvinte).

são do uso de bens móveis ou imóveis e as transferências ou cessões de direitos operadas por força de gestão associada de serviços públicos.

§7º O protocolo de intenções deverá ser publicado na imprensa oficial.

§8º A publicação do protocolo de intenções poderá dar-se de forma resumida, desde que a publicação indique o local e o sítio da rede mundial de computadores - internet em que se poderá obter seu texto integral.

SEÇÃO III DA CONTRATATAÇÃO

Art. 6º O contrato de consórcio público será celebrado com a ratificação, mediante lei, do protocolo de intenções.

§1º A recusa ou demora na ratificação não poderá ser penalizada.

§2º A ratificação pode ser realizada com reserva que deverá ser clara e objetiva, preferencialmente vinculada à vigência de cláusula, parágrafo, inciso ou alínea do protocolo de intenções, ou que imponha condições para a vigência de qualquer desses dispositivos.

§3º Caso a lei mencionada no caput deste artigo preveja reservas, a admissão do ente no consórcio público dependerá da aprovação de cada uma das reservas pelos demais subscritores do protocolo de intenções ou, caso já constituído o consórcio público, pela assembléia geral.

§4º O contrato de consórcio público, caso assim esteja previsto no protocolo de intenções, poderá ser celebrado por apenas uma parcela dos seus signatários, sem prejuízo de que os demais venham a integrá-lo posteriormente.

§5º No caso previsto no §4º deste artigo, a ratificação realizada após dois anos da primeira subscrição do protocolo de intenções dependerá da homologação dos demais subscritores ou, caso já constituído o consórcio, de decisão da assembléia geral.

§6º Dependerá de alteração do contrato de consórcio público o ingresso de ente da Federação não mencionado no protocolo de intenções como possível integrante do consórcio público.

§7º É dispensável a ratificação prevista no caput deste artigo para o ente da Federação que, antes de subscrever o protocolo de intenções, disciplinar por lei a sua participação no consórcio público, de forma a poder assumir todas as obrigações previstas no protocolo de intenções.

SEÇÃO IV DA PERSONALIDADE JURÍDICA

Art. 7º O consórcio público adquirirá personalidade jurídica:

I - de direito público, mediante a vigência das leis de ratificação do protocolo de intenções; e

II - de direito privado, mediante o atendimento do previsto no inciso I e, ainda, dos requisitos previstos na legislação civil.

§1º Os consórcios públicos, ainda que revestidos de personalidade jurídica de direito privado, observarão as normas de direito público no que concerne à realização de licitação, celebração de contratos, admissão de pessoal e à prestação de contas.

§2º Caso todos os subscritores do protocolo de intenções encontrem-se na situação prevista no §7º do art. 6º deste Decreto, o aperfeiçoamento do contrato de consórcio público e a aquisição da personalidade jurídica pela associação pública dependerão apenas da publicação do protocolo de intenções.

§3º Nas hipóteses de criação, fusão, incorporação ou desmembramento que atinjam entes consorciados ou subscritores de protocolo de intenções, os novos entes da Federação, salvo disposição em contrário do protocolo de intenções, serão automaticamente tidos como consorciados ou subscritores.

SEÇÃO V DOS ESTATUTOS

Art. 8º O consórcio público será organizado por estatutos cujas disposições, sob pena de nulidade, deverão atender a todas as cláusulas do seu contrato constitutivo.

§1º Os estatutos serão aprovados pela assembléia geral.

§2º Com relação aos empregados públicos do consórcio público, os estatutos poderão dispor sobre o exercício do poder disciplinar e regulamentar, as atribuições administrativas, hierarquia, avaliação de eficiência, lotação, jornada de trabalho e denominação dos cargos.

§3º Os estatutos do consórcio público de direito público produzirão seus efeitos mediante publicação na imprensa oficial no âmbito de cada ente consorciado.

§4º A publicação dos estatutos poderá dar-se de forma resumida, desde que a publicação indique o local e o sítio da rede mundial de computadores - internet em que se poderá obter seu texto integral.

CAPÍTULO III DA GESTÃO DOS CONSÓRCIOS PÚBLICOS

SEÇÃO I DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 9º Os entes da Federação consorciados respondem subsidiariamente pelas obrigações do consórcio público.

Parágrafo único. Os dirigentes do consórcio público responderão pessoalmente pelas obrigações por ele contraídas caso praticarem atos em desconformidade com a lei, os estatutos ou decisão da assembléia geral.

Art. 10. Para cumprimento de suas finalidades, o consórcio público poderá:

I - firmar convênios, contratos, acordos de qualquer natureza, receber auxílios, contribuições e subvenções sociais ou econômicas;

II - ser contratado pela administração direta ou indireta dos entes da Federação consorciados, dispensada a licitação; e

III - caso constituído sob a forma de associação pública, ou mediante previsão em contrato de programa, promover desapropriações ou instituir servidões nos termos de declaração de utilidade ou necessidade pública, ou de interesse social.

Parágrafo único. A contratação de operação de crédito por parte do consórcio público se sujeita aos limites e condições próprios estabelecidos pelo Senado Federal, de acordo com o disposto no art. 52, inciso VII, da Constituição.

SEÇÃO II DO REGIME CONTÁBIL E FINANCEIRO

Art. 11. A execução das receitas e das despesas do consórcio público deverá obedecer às normas de direito financeiro aplicáveis às entidades públicas.

A Importância da Comunicação Interna para o Atendimento

A Comunicação Interna compreende os procedimentos comunicacionais que ocorrem na organização e que segundo Scroferneker²⁵ “*Visa proporcionar meios de promover maior integração dentro da organização mediante o diálogo, troca de informações, experiências e a participação de todos os níveis*”.

Com isso, observamos, que a mesma forma que um bom atendimento pode cativar, conquistar, e reter um cliente, um mal atendimento pode facilmente trazer prejuízos e colocar uma empresa em uma situação difícil.

A satisfação do cliente deve ser uma das grandes prioridades de uma empresa que busca competitividade e permanência no mercado. E por isso toda empresa deve estabelecer princípios, normas e a maneira adequada de transmitir essas informações aos seus colaboradores, que devem estar sujeitos a constantes treinamentos.

A comunicação interna, em um nível adequado, oferece um atendimento eficiente, rápido e objetivo, com isso podemos perceber que a empresa adota estratégias que satisfaçam o consumidor, tendo em vista que há uma preocupação em qualificar as pessoas de modo a obterem conhecimentos, habilidades, atitudes específicas de acordo com o ramo de atividade da empresa e domínio sobre os produtos que serão promovidos.

O treinamento pode ensinar, corrigir, melhorar, adequar o comportamento das pessoas em relação as mudanças ou mesmo exigências de um mercado extremamente disputado e concorrido.

O atendente deve sempre responder ao cliente com entusiasmo e com uma saudação positiva, e mesmo que o cliente perca a paciência, o profissional, deve se manter calmo de acordo com a conduta esperada pela empresa.

É lembre-se que um atendimento de sucesso ocorrerá se o atendente priorizar e estiver preparado para:

1. *Fazer uma boa recepção;*
2. *Ouvir as necessidades do cliente;*
3. *Fazer perguntas de esclarecimento;*
4. *Orientar o cliente;*
5. *Demonstrar interesse e empatia;*
6. *Dar uma solução ao atendimento;*
7. *Fazer o fechamento;*
8. *Resolver pendências quando houver.*

Princípios para o Bom Atendimento

1. Foco no Cliente: as organizações buscam reduzir os custos dos produtos, aumentar os lucros, mas não podem perder de vista a qualidade e satisfação dos clientes.

2. O serviço ou produto deve atender a uma real necessidade do usuário: um serviço ou produto deve ser exatamente como o usuário espera, deseja ou necessita que ele seja.

3. Manutenção da qualidade: o padrão de qualidade mantido ao longo do tempo é que leva à conquista da confiabilidade.

A atuação com base nesses princípios deve ser orientada por algumas ações que imprimem a qualidade ao atendimento, tais como:

- *Atenuar a burocracia;*
- *Fazer uso da empatia;*
- *Analisar as reclamações;*
- *Acatar as boas sugestões.*
- *Cumprir prazos e horários;*
- *Evitar informações conflitantes;*
- *Divulgar os diferenciais da organização;*
- *Identificar as necessidades dos usuários;*
- *Cuidar da comunicação (verbal e escrita);*
- *Imprimir qualidade à relação atendente/usuário;*
- *Desenvolver produtos e/ou serviços de qualidade.*

Essas ações estão relacionadas a indicadores que podem ser percebidos e avaliados de forma positiva pelos usuários, entre eles: competência, presteza, cortesia, paciência, respeito.

Por outro lado, arrogância, desonestidade, impaciência, desrespeito, imposição de normas ou exibição de poder tornam o atendente intolerável, na percepção dos usuários.

Atender o cliente significa identificar as suas necessidades e solucioná-las, ao passo de não deixar o telefone tocar por muito tempo para atendê-lo e assim que receber a ligação já transferi-la para o setor correspondente.

Afinal o profissional de qualquer área ou formação tem capacidade de atender o telefone, visto que é um procedimento técnico, enquanto que para atender o cliente são necessárias capacidades humanas e analíticas, é necessário entender o comportamento das pessoas, ou seja, entender de gente, além de ter visão sistêmica do negócio e dos seus processos.

Muitos profissionais chegam a ter pânico do telefone porque ele não para de tocar e porque ele atrapalha a realização de outras atividades, que erroneamente são consideradas mais importantes.

Mas será que existe algo mais importante do que o cliente que se encontra do outro lado da linha, aguardando pelo atendimento? É claro que não existe, ocorre que nem sempre se tem a consciência de que é o cliente que será atendido e não o telefone. Não se tem a consciência que cada ligação recebida significa uma oportunidade de negociar, de vender, de divulgar a empresa, de manter laços amistosos com o cliente.

O cliente sempre espera um tratamento individualizado, considerando que cada situação de atendimento é única, e deve levar em conta as pessoas envolvidas e suas necessidades, além do contexto da situação. Como as pessoas são diferentes, agem de maneira diferenciada, a condução do atendimento também necessita ser personalizada, apropriada para cada perfil de cliente e situação.

Assim, o cliente poderá se apresentar: bem-humorado, tímido, apressado, paciente, inseguro, nervoso, entre outras características. O mais importante é identificar no início da interação como o cliente se encontra, pois assim o atendimento ocorrerá de maneira assertiva.

A chave para o sucesso do bom atendimento depende muito da boa comunicação, isto é, de como é realizada a transmissão e recepção de informação.

Atender às necessidades dos clientes é a parte essencial da excelência do atendimento ao cliente, certamente tudo gira em torno desse fator: somente irá existir interação se estiver fornecendo algo de que o cliente precise.

²⁵ SCROFERNEKER, C. M. A. *Trajéórias teórico conceituais da Comunicação Organizacional*, 2006.

ética, abrangendo atitudes profissionais como um todo que favorecem o ambiente organizacional do trabalho. Quando se fala num **comportamento profissional** conforme à ética busca-se que a **atitude em serviço** por parte daquele que desempenha o interesse do Estado atenda aos ditames éticos.

“Hoje em dia, cada vez mais as empresas procuram “verdadeiros” profissionais para trabalharem nelas. Com isso, é evidente que não há mais espaço no mercado de trabalho para profissionais medíocres, desqualificados e despreparados para a função a ser exercida, mas sim para profissionais habilidosos, com pré-disposição para o trabalho em equipe, com visão ampliada, conhecimento de mercado, iniciativa, espírito empreendedor, persistente, otimista, responsável, criativo, disciplinado e outras habilidades e qualificações.

É importante que você profissional, procure estar preparado para o mercado de trabalho, a qualquer momento da sua vida, independentemente do fato de estar ou não empregado. A história do mercado de trabalho atual tem mostrado que independentemente do cargo que você exerça, você deve estar sempre preparado para mudanças que poderão surgir e mudarão todo o rumo da sua carreira. As empresas não são eternas e nem os seus empregos. Não se engane, não existem mais quaisquer garantias de emprego por parte das empresas, trazendo aos profissionais empregados um ônus constante para manter o seu emprego. Se para aqueles que estão empregados manter a sua empregabilidade não é uma tarefa fácil, para aqueles que estão ingressando no mercado de trabalho atual, as dificuldades serão ainda maiores. Portanto, a seguir vou discorrer sobre algumas das características dos bons profissionais:

Preparado para mudanças

As empresas buscam por profissionais adaptáveis porque tudo no mundo moderno muda. As tecnologias, as relações de emprego, o mercado, os valores e o modo encontrar soluções para os problemas mudaram, enfim tudo mudou significativamente nos últimos anos e continuarão mudando. Portanto temos de acompanhar o ritmo das coisas. Muitos profissionais pensam que podem fazer as mesmas coisas e do mesmo modo durante toda a vida e depois reclamam porque não são bem sucedidos.

Competência

Competência é uma palavra de senso comum, utilizada para designar uma pessoa capaz de realizar alguma coisa. O antônimo disso, ou seja, incompetência, implica não só na negação dessa capacidade como também na depreciação do indivíduo diante do circuito do seu trabalho ou do convívio social.

Para ser contratado em uma empresa ou para a sua manutenção de emprego não basta ter diplomas e mais diplomas se não existir competência. Por exemplo, um profissional que se formou em direito, até mesmo na melhor universidade, mas que não sabe preparar uma peça processual não terá valor competitivo quer como profissional empregado, quer como prestador de serviços.

Diplomas servirão para dar referencial ao profissional ou até mesmo para enfeitar a parede da sua sala, mas a competência é o fator chave que atrelada à diplomação lhe dará subsídios profissionais para ser bem-sucedido. Por isso podemos afirmar categoricamente que a competência não é composta pelo diploma por si só, apesar de que ele contribui para a composição da competência.

Espírito empreendedor

Os dias do funcionário que se comporta como funcionário pode estar com os dias contados. A visão tradicionalista de empregador e empregado, chefe e subordinado estão caminhando para o desuso.

As empresas com visão moderna estão encarando seus funcionários como colaboradores ou parceiros e implementando a visão empreendedora. Isso significa que os empresários perceberam que dar aos funcionários a possibilidade de ganhar mais do que simplesmente o salário mensal fixo, tem sido um bom negócio, pois faz com que o profissional dê maiores contribuições à organização, garantindo assim o comprometimento da equipe na busca de resultados positivos.

Equilíbrio emocional

O que quero dizer com o equilíbrio emocional? Bem, dito de modo simples, é o preparo psicológico para superar adequadamente as adversidades que surgirão na empresa e fora dela.

Vamos chamar o conjunto de problemas que todos nós possuímos de saco de problemas. As empresas querem que deixemos o nosso saco de problemas em casa. Por outro lado, os nossos familiares querem que deixemos nosso saco de problemas no trabalho. Diante disso, a pergunta que surge é: onde colocar nosso saco de problemas? Realmente é uma boa pergunta. E é justamente por isso que para tornar-se um profissional de sucesso é necessário que tenhamos equilíbrio emocional, pois não importa quais problemas tenhamos de caráter pessoal, nossos colegas de trabalho, subordinados, diretores e gerentes, enfim, as pessoas como um todo não tem culpa deles e não podemos descarregar esses problemas neles.

Quando falamos em equilíbrio, emocional, é importante avaliar também as situações adversas pelas quais todos os profissionais passam. É justamente aí que surge o momento da verdade que o profissional mostrará se tem o equilíbrio emocional.

Marketing Pessoal

O marketing pessoal pode ser definido como o conjunto de fatores e atitudes que transmitem uma imagem da pessoa. Os fatores a que me refiro incluem vestimenta como um todo, os modos pessoais, o modo de falar e a postura do profissional diante dos demais.

Referindo-se à vestimenta, cabe salientar que o profissional deve vestir-se adequadamente ao ambiente em que está inserido. Se a sua empresa adota um padrão formal, obviamente a sua vestimenta deve estar em conformidade com ela e o mesmo se refere a uma entrevista de emprego. Da mesma forma, seria um contrassenso usar terno e gravata para trabalhar em uma linha de produção. Portanto, a regra básica é vestir-se em conformidade com o ambiente de trabalho.

Comportamentos que o profissional deve evitar:

Falar demais;
Falar mal dos outros;
Viver mal-humorado;
Não possuir higiene pessoal;
Não respeitar os demais;
Ser egoísta;
Brincar demais;