



# BONITO - MS

CÂMARA MUNICIPAL DE BONITO  
- MATO GROSSO DO SUL

Recepcionista

CONCURSO PÚBLICO 01/2024

CÓD: SL-195JH-24  
7908433258025

## Língua Portuguesa

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

## Legislação Municipal

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

## Conhecimentos Específicos Recepcionista

1. Atendimento ao público .....	117
2. Relacionamento interpessoal .....	122
3. Técnicas de atendimento ao público presencial e por telefone. Eficiência no uso do telefone: uso da voz, vocabulário, informações confidenciais, recados, controles.....	125
4. Comunicação eficaz e cordialidade no trato com os usuários do serviço.....	137
5. Noções de administração e organização: rotinas administrativas e de recepção.....	138
6. Organização e gestão de agendas.....	139
7. controle e organização de documentos. Noções gerais sobre questões de protocolo. Tipos de arquivo.....	141
8. Protocolos de atendimento e procedimentos internos .....	153
9. Recebimento e encaminhamento de correspondência .....	153
10. Características adequadas ao profissional de atendimento ao público.....	155
11. Normas de atendimento ao público .....	155
12. Processos de comunicação .....	156
13. Noções gerais sobre questões de protocolo .....	159
14. Recebimento e encaminhamento de correspondência .....	159
15. Redação oficial: clareza, coesão e coerência .....	159
16. Técnicas de redação de e-mails e correspondências .....	169

---

## ÍNDICE

---

17. Comunicação e relacionamento interpessoal .....	169
18. Ética profissional .....	169
19. Noções de Informática .....	171

# LÍNGUA PORTUGUESA

## LEITURA, COMPREENSÃO E INTERPRETAÇÃO DE TEXTO

### Definição Geral

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

### Compreensão de Textos

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

### Interpretação de Textos

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

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

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

### Exemplo de compreensão e interpretação de textos

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

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

A imagem a seguir ilustra uma campanha pela inclusão social.



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

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

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

### Comentário da questão:

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

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

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

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

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

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

**IDENTIFICANDO O TEMA DE UM TEXTO**

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

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

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

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

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

**CACHORROS**

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

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

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

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

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

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

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

Exemplo:



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

***Ironia verbal***

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

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

***Ironia de situação***

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

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

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

#### Ironia dramática (ou satírica)

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

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

#### Humor

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

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

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

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

Exemplo:



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

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

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

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

#### Busca de sentidos

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

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

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

#### Importância da interpretação

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

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

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

#### Diferença entre compreensão e interpretação

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

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

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

**Denotação e conotação**

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

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

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

**Hiperonímia e hiponímia**

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

Exemplos:

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

**Polissemia e monosssemia**

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

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

**Sinonímia e antonímia**

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

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

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

**Homonímia e paronímia**

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

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

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

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

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

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

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

**Alfabeto**

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

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

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

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

**Observações:**

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

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

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

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

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

**Emprego da letra H**

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

**Emprega-se o H:**

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

# LEGISLAÇÃO MUNICIPAL

## LEI ORGÂNICA DO MUNICÍPIO DE BONITO/MS

### TÍTULO I DA ORGANIZAÇÃO MUNICIPAL

#### CAPÍTULO I DO MUNICÍPIO

##### SEÇÃO I DISPOSIÇÕES GERAIS

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

#### CAPÍTULO II DA COMPETÊNCIA DO MUNICÍPIO

##### SEÇÃO I DA COMPETÊNCIA PRIVATIVA

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

I- legislar sobre assuntos de interesse local;

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

XVIII- adquirir bens, inclusive por meio de desapropriação;

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

XXXVII - promover os seguintes serviços:

a) mercados, feiras e matadouros;

b) construção e conservação de estradas e caminhos municipais;

c) transportes coletivos estritamente municipais;

d) iluminação pública;

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

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

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

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

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

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

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

a) zonas verdes e demais logradouros públicos;

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

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

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

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

**SEÇÃO II  
DA COMPETÊNCIA COMUM**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

**SEÇÃO III  
DA COMPETÊNCIA SUPLEMENTAR**

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

**CAPÍTULO III  
DAS VEDAÇÕES**

Art. 13. Ao Município é vedado:

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

II- recusar fé aos documentos públicos;

III- criar distinções entre brasileiros ou preferências entre si;

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

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

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

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

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

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

X- cobrar tributos:

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

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

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

XI- utilizar tributos com efeito de confisco;

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

XIII- instituir impostos sobre:

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

b) templos de qualquer culto;

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

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

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

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

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

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

**TÍTULO II  
DA ORGANIZAÇÃO DOS PODERES**

**CAPÍTULO I  
DO PODER LEGISLATIVO**

**SEÇÃO I  
DA CÂMARA MUNICIPAL**

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

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

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

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

II - o pleno exercício dos direitos políticos;

III - o alistamento eleitoral;

IV - o domicílio eleitoral na circunscrição;

V - a filiação partidária;

VI - a idade mínima de dezoito anos;

VII - ser alfabetizado.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

# CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

## Recepcionista

### ATENDIMENTO AO PÚBLICO

As organizações buscam, constantemente, adequar suas atividades para chegar o mais próximo possível de seus objetivos e da satisfação de seus clientes. Conduto, para se alcançar a satisfação de um cliente também se faz necessário, um bom atendimento, no qual exige dela a capacidade de conhecer seu perfil, definir seus desejos e necessidades, e definir como os recursos da empresa serão empregados para que se alcance tais perspectivas.

Posto isso, com a evolução da gestão tradicional para gestão da qualidade, o atendimento ao cliente passou a fazer parte do planejamento estratégico das organizações, que passaram a integrar em suas atividades um canal de relacionamento para a efetiva comunicação com seus clientes. Canal que tem como objetivo promover a interação entre a organização e o consumidor, o auxiliando assim na resolução de seus interesses diante dos produtos ou serviços que utilizam.

Atualmente, pode-se dizer, que o atendimento ao cliente é visto como um dos principais serviços de uma organização que busca pela satisfação, criação de valor e fidelização de seus clientes.

#### Atender as Expectativas dos Clientes

##### **Podemos considerar que atender significa:**

- Receber;
- Ouvir atentamente;
- Acolher com atenção;
- Tomar em consideração, deferir;
- Atentar, ter a atenção despertada para;

Sendo assim, o atender está associado a acolher, receber, ouvir o cliente, de forma com que seus desejos sejam resolvidos, assim o atendimento é dispor de todos os recursos que se fizerem necessários, para atender ao desejo e necessidade do cliente. Esses clientes podem ser internos ou externos, e se caracterizam por ser o público-alvo em questão.

**Clientes Internos:** os clientes internos são aqueles de dentro da organização, ou seja, são os colegas de trabalho, os executivos. São as pessoas que atuam internamente na empresa.

**Clientes Externos:** já os clientes externos, são as pessoas de fora que adquirem produtos ou serviços da empresa.

O comprometimento e profissionalismo são importantes para um bom atendimento, atualmente, mais importante do que se ter um cliente, é o relacionamento que se cria com ele, no qual é alcançado por meio do atendimento.

Todo cliente possui expectativas ao procurar um atendimento, e neste sentido o ideal para se construir um relacionamento sólido e duradouro, não é apenas atender as suas expectativas, mas sim, superá-las, pois aqueles clientes que têm suas expectativas superadas acabam se tornando fiéis a organização.

O início do processo de atendimento que busca a satisfação dos clientes ocorre com o mapeamento das necessidades do cliente e isso é possível por meio de uma comunicação clara e objetiva. A comunicação deve dirigir-se para o oferecimento de soluções e respostas na qual o cliente busca e isso não significa falar muito, mas sim ser um excelente ouvinte e estar atento aquilo que o cliente fala.

Em razão disso um relacionamento entre uma organização e um cliente é construído por meio de bons atendimentos. Analisar o comportamento e os interesses do cliente pode ajudar na estratégia de retê-lo, criando relacionamentos consistentes, com qualidade e fidelização, a atenção, a cortesia e o interesse também são os três pontos iniciais para se atentar na preparação de um bom atendimento.

***Ninguém procura uma empresa que oferece produtos ou serviços, sem ter uma necessidade por alguma coisa, em vista disso toda a atenção deve ser concentrada em ouvir e atender prontamente o cliente sem desviar-se para outras atividades naquele momento, pois o cliente pode interpretar esta ação como uma falta de profissionalismo.***

Lembre-se de utilizar uma linguagem clara e compreensível, nem sempre os clientes compreendem termos muito técnicos e científicos que para uma organização pode soar normal ou comum. Esteja atento aquilo que irá perguntar para que não repita a mesma pergunta demonstrando falta de interesse ou atenção, seja educado e cortês, mas isso não significa que se possa invadir a privacidade/intimidade do cliente, evite perguntas ou situações que possam causar qualquer tipo de constrangimento ou inconveniência.

Utilize um tom de voz agradável ao dirigir-se a um cliente, tenha percepção sobre suas limitações, fique atento a sua faixa etária e adeque a forma de tratamento a senhores(as).

Com a grande competitividade entre as empresas, a velocidade em que se atende as necessidades de um cliente, pode ser um fator determinante para que estes retornem a empresa, entretanto não é um ponto positivo ter que refazer uma atividade/ação para corrigir algo que foi feito de forma rápida e com pouca qualidade.

Um ambiente de trabalho organizado também pode contribuir para um atendimento mais rápido, ágil e eficiente.

A empresa deve ser leal ao cumprimento dos prazos, sendo assim, não prometa prazos que não seja capaz de cumprir. Envolve outros setores ao processo de atendimento para que possa responder mais prontamente as questões que possam surgir.

Nas reações e percepções do cliente é possível identificar sua aprovação ou reprovação em relação as negociações ou atendimento, busque oportunidades para agir.

Seja sempre objetivo ao realizar um atendimento, busque rapidamente soluções para as necessidades do cliente que se encontra em atendimento.

Os colaboradores de uma organização devem buscar conhecimento dos negócios da empresa, das decisões que ela toma e da situação que ela se encontra. A falta de informação, de uma comunicação entre empresários e funcionários acaba gerando desmotivação, falta de comprometimento e dificuldades para se argumentar e demonstrar confiança aos clientes no momento do atendimento.

Assim torna-se fundamental comunicar a missão da empresa, seus valores, metas e objetivos ao público interno, pois quanto maior for seu envolvimento com a organização, maior será o seu comprometimento.

#### **A Importância da Comunicação Interna para o Atendimento**

A Comunicação Interna compreende os procedimentos comunicacionais que ocorrem na organização e que segundo Scroferneker<sup>1</sup> “*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.

E 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;

1 SCROFERNEKER, C. M. A. *Trajetórias teórico conceituais da Comunicação Organizacional*, 2006.

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.

Final 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.

***Exemplificando:*** *O cliente vai ao banco porque precisa receber e/ou pagar contas; toma o trem porque precisa ir do ponto A ao B; procura o médico porque precisa ficar com boa saúde. Entretanto, será tudo tão simples? O que diferencia as interações que o cliente descreveria como excelentes ou satisfatórias ou péssimas? Quais são suas necessidades básicas ou mínimas e o que mais pode ser importante para ele?*

É difícil saber se o comportamento humano é intencional ou não, mesmo que, segundo a psicanálise, existem as intenções inconscientes. Por isso é preciso classificar tudo o que o homem faz em sociedade. Até mesmo o silêncio, é comunicação, ele pode significar concordância, indiferença, desprezo, etc.

Assim, a comunicação, tanto interna quanto externa das organizações, é uma ferramenta de extrema importância para qualquer organização e determinante no que se refere ao sucesso, independente do porte e da área de atuação.

É uma ferramenta estratégica, pois muitos erros podem ser atribuídos às falhas de comunicação. Portanto, um sistema de comunicação eficaz é fundamental para as organizações que buscam o crescimento e cultura organizacional.

Na era da informação, a rapidez e o valor das informações faz com que as organizações se vejam no imperativo de reestruturarem sua comunicação (seja ela interna ou social) adotando um padrão moderno aproximando suas ações e o discurso empresarial.

Diante disso, emergem os problemas de comunicação. Os problemas de comunicação surgem por uma situação de fala distorcida em que os participantes do ato comunicativo encontram-se em posições desiguais de poder e conhecimento de informações.

O principal problema da comunicação organizacional a sobrecarga de *input* de informação, podendo este estar relacionado a má seleção de informações por parte do indivíduo ou a uma cultura organizacional valorizadora de grande quantidade de informações.

## **Dimensões de um Atendimento de Qualidade**

### ***Comunicabilidade***

É a qualidade do ato comunicativo, no qual a mensagem é transmitida de maneira integral, correta, rápida e economicamente. A transmissão integral supõe que não há ruídos supressivos, deformantes ou concorrentes. A transmissão correta implica em identidade entre a mensagem mentada pelo emissor e pelo receptor.

### ***Apresentação***

O responsável pelo primeiro atendimento representa a primeira impressão da organização, que o cliente irá formar, como a imagem dela como um todo. E por isso, a apresentação inicial de quem faz o atendimento deve transmitir confiabilidade, segurança, técnica e ter uma apresentação ímpar.

É fundamental que a roupa esteja limpa e adequada ao ambiente de trabalho.

Se a organização adotar uniforme, é indispensável que o use sempre, e que o apresente sempre de forma impecável. Unhas e cabelos limpos e hálito agradável também compreendem os elementos que constituem a imagem que o cliente irá fazer da empresa, por meio do atendente.

A expressão corporal e a disposição na apresentação se tornam fatores que irão compor o julgamento do cliente e a satisfação do atendimento começa a ser formado na apresentação, assim a saudação inicial deve ser firme, profissional, clara e de forma que transmita compromisso, interesse e prontidão. O tom de voz deve ser sempre agradável.

***Lembre-se!!*** *O que prejudica o relacionamento das empresas com os clientes, é a forma de tratamento na apresentação, pois é fundamental que no ato da apresentação, o atendente mostre ao cliente que ele é bem-vindo e que sua presença na empresa é importante.*

***Há várias regras a serem seguidas para a apresentação inicial para um bom atendimento. Com por exemplo: O que dizer antes de iniciar o atendimento?*** O nome do atendente; O nome da empresa; Bom dia; Boa tarde; Boa noite; Pois não, em que posso ajudá-lo?; entre outros.

A sequência não importa, o que deve ser pensado na hora, é que essas frases realmente devem ser ditas de forma positiva de acordo com seu contexto. E o atendente também deve se lembrar que os clientes não aguentam mais ser atendimentos com apresentações mecânicas, pois o que eles esperam é uma apresentação receptiva.

Por isso, saudar com “bom dia, boa tarde, ou, boa noite” é ótimo! Mas, diga isso, com sinceridade, assim o cliente perceberá a veracidade em suas palavras.

Dizer o nome da empresa se o atendimento for por meio do telefone também faz parte, porém, faça de forma clara e devagar. Não dê margem, ou fale de forma que ele tenha que perguntar de onde é logo após o atendente ter falado. Dizer o nome, também é importante. Mas, isso pode ser dito de uma forma melhor como, perguntar o nome do cliente primeiro, e depois o atendente diz o seu. ***Exemplo:*** Qual seu nome, por favor? Oi Maria, eu sou a Madalena, hoje posso ajuda-la em quê?

O cliente com certeza já irá se sentir com prestígio, e também, irá perceber que essa empresa trabalha pautada na qualidade do atendimento.

Segundo a sabedoria popular, leva-se de 5 a 10 segundos para formarmos a primeira impressão de algo. Por isso, o atendente deve trabalhar nesses segundos iniciais como fatores essenciais para o atendimento, fazendo com que o cliente tenha uma boa imagem da organização.

O profissionalismo na apresentação se tornou fator chave para o atendimento, ou seja, o excesso de intimidade na apresentação é repudiável, o cliente não está procurando amigos de infância, mas sim, soluções aos seus problemas.

Assim, os nomes que caracterizam intimidade devem ser abolidos do atendimento. Tampouco, os nomes e adjetivos no diminutivo.

Outro fator que decepciona e enfurece os clientes, é a demora no atendimento, principalmente quando ele observa que o atendente está conversando com outros seus assuntos particulares em paralelo, ou, fazendo ações que são particulares e não condizem com seu trabalho.

A instantaneidade na apresentação do atendimento configura seriedade e transmite confiança ao cliente, portanto, o atendente deve tratar a apresentação no atendimento como ponto inicial, de sucesso, para um bom relacionamento com o cliente.

#### **Atenção, Cortesia e Interesse**

O atendimento é mais importante que preço, produto ou serviço para o cliente, quando ele procura a organização é porquê tem necessidade de algo. O atendente deve desprender toda a atenção para ele, por isso deve interromper tudo o que está fazendo, e prestar atenção única e exclusivamente no cliente.

Assuntos particulares e distrações são encarados pelos clientes como falta de profissionalismo, por isso, atentar-se ao que ele diz, questiona ou traduz em forma de gestos e movimentos, devem ser compreendidos e transformados em conhecimento ao atendente.

Perguntar mais de uma vez a mesma coisa, ou, indagar algo que já foi dito antes, são decodificados pelo cliente como desprezo. É importante ter atenção a tudo o que o cliente faz e diz, para que o atendimento seja personalizado e os interesses e necessidades dele sejam trabalhados e atendidos.

É indispensável que se use do formalismo e da cortesia, pois o excesso de intimidade pode constranger o cliente, ser educado e cortês é fundamental, porém, o excesso de amabilidade, se torna tão inconveniente quanto a falta de educação.

Por isso, é necessário que o cliente se sinta importante, envolto por um ambiente agradável e favorável para que seus desejos e necessidades sejam atendidos. O atendente deve estar voltado completamente para a interação com o cliente, estando sempre atento para perceber constantemente as suas necessidades. Logo, deve-se demonstrar interesse em relação às necessidades dos clientes e atendê-las prontamente e da melhor forma possível.

Gentileza é o ponto inicial para a construção do relacionamento com o cliente, a educação deve permear em todo processo de atendimento. Desde a apresentação até a despedida. Saudar o cliente, utilizar de: *obrigado, por favor, desculpas por imprevistos*, são fundamentais em todo o processo.

Caracteriza-se também, como cortesia no atendimento, o tom de voz e a forma com que se dirige ao cliente, o tom de voz deve ser agradável, mas, precisa ser audível, ou seja, que dê para compreender. É vale ressaltar que apenas o cliente deve escutar, e não todo mundo que se encontra no estabelecimento.

**Com idosos, a atenção deve ser redobrada.** Algumas palavras e tratamentos podem ser ofensivos a eles, portanto, deve-se utilizar sempre como formas de tratamento: Senhor e Senhora.

Assim, ao realizar um atendimento, seja pessoalmente ou por telefone, quem o faz, está oferecendo a sua imagem (vendendo sua imagem) e a da organização que representa. Pois todas as ações representam o que a empresa pretende.

É importante lembrar que não se deve ficar pensando na resposta na hora em que o interlocutor estiver falando. Concentre-se em ouvir. Outro item que deve ser levado em conta no atendimento é não interromper o interlocutor, pois, quando duas pessoas falam ao mesmo tempo, nenhuma ouve corretamente o que a outra está dizendo. E assim, não há a comunicação.

O atendente também não deve se sentir como se estivesse sendo atacado, pois alguns clientes dão um tom mais agressivo à sua fala, porém, isso deve ser combatido por meio da atitude do atendente, que deve responder de forma calma, tranquila e sensata, sem elevar o tom da voz, ou seja, sem se alterar.

#### **Presteza, Eficiência e Tolerância**

Ter presteza no atendimento faz com que o cliente sinta que a instituição tem um foco totalmente nele e que esta prima por solucionar as dúvidas, problemas e necessidades dos clientes, ser ágil, sim, mas, a qualidade não pode ser deixada de lado.

De nada adianta fazer rápido, se terá que ser feito novamente, a presteza deve ser acompanhada de qualidade, para isso, é importante que o ambiente de trabalho esteja organizado, para que tudo seja encontrado facilmente.

Estar bem informado sobre os produtos e serviços da organização, também tornam o atendimento mais ágil. Em um mundo em que o tempo está relacionado ao dinheiro, o cliente não se sente bem em lugares que tenha que perder muito tempo para solucionar algum problema.

Instantaneidade é a palavra de ordem, por mais que o processo de atendimento demore, o que o cliente precisa detectar, é que está sendo feito na velocidade máxima permitida.

A demora também pode afetar no processo do próximo atendimento, porém, é importante atender completamente um cliente para depois começar a atender o próximo.

Ser ágil não está ligado a fazer as coisas com rapidez, mas sim, fazer de maneira otimizada. Neste sentido o comportamento do atendente deve ser eficiente para cumprir com o prometido, e solucionar o problema do cliente, assim ser eficiente é realizar tarefas, resolvendo os problemas inerentes a ela, para que se atinja a meta estabelecida.

Posto isso, o atendimento eficiente é aquele que não se perde tempo com coisas que são irrelevantes, e sim, agiliza o processo para que o desejado pelo cliente seja cumprido em menor tempo. Eficiência está ligada a rendimento. Por isso, atendimento eficiente é aquele que rende o suficiente para ser útil.

O atendente precisa compreender que o cliente está ali para ser atendido, e por isso, não deve perder tempo com assuntos ou ações que desviem do pretendido.