

Conselho Regional de Odontologia de São Paulo

CRO-SP

Auxiliar Administrativo

FV032-N0



Todos os direitos autorais desta obra são protegidos pela Lei nº 9.610, de 19/12/1998.
Proibida a reprodução, total ou parcialmente, sem autorização prévia expressa por escrito da editora e do autor. Se você conhece algum caso de "pirataria" de nossos materiais, denuncie pelo sac@novaconcursos.com.br.

OBRA

Conselho Regional de Odontologia de São Paulo - CRO-SP

Auxiliar Administrativo

CONCURSO PÚBLICO - EDITAL Nº 01/2020

AUTORES

Língua Portuguesa - Profª Zenaide Auxiliadora Pachegas Branco

Matemática - Profº Bruno Chierigatti e Joao de Sá Brasil

Atualidades - Profª Roberta Amorim

Conhecimentos Específicos - Profª Silvana Guimarães

Noções de Direito Penal e Direito Processual Penal - Profº Rodrigo Gonçalves

Noções de Administração Pública - Profª Silvana Guimarães

Conhecimentos em Informática - Profº Ovidio Lopes da Cruz Netto

PRODUÇÃO EDITORIAL/REVISÃO

Aline Mesquita

Josiane Sarto

DIAGRAMAÇÃO

Higor Moreira

Thais Regis

Rodrigo Bernardes de Moura

CAPA

Joel Ferreira dos Santos



www.novaconcursos.com.br

sac@novaconcursos.com.br

SUMÁRIO

LÍNGUA PORTUGUESA

Interpretação de texto.....	01
Significação das palavras: sinônimos, antônimos, parônimos, homônimos, sentido próprio e figurado das palavras.....	08
Ortografia Oficial.....	11
Pontuação.....	16
Acentuação.....	19
Emprego das classes de palavras: substantivo, adjetivo, numeral, pronome, verbo, advérbio, preposição, conjunção (classificação e sentido que imprime às relações entre as orações).....	22
Concordância verbal e nominal.....	59
Regência verbal e nominal.....	67
Colocação pronominal.....	73
Crase.....	73
Sintaxe.....	77

MATEMÁTICA

Resolução de situações-problema. Números Inteiros: operações, propriedades, múltiplos e divisores. Números Racionais: operações e propriedades.....	01
Números e Grandezas Diretamente e Inversamente Proporcionais: Razões e Proporções, Divisão Proporcional, Regra de Três Simples e Composta.....	13
Porcentagem.....	22
Juros Simples.....	24
Sistema de Medidas Legais.....	25
Conceitos básicos de geometria: cálculo de área e cálculo de volume.....	31
Raciocínio Lógico.....	40

ATUALIDADES

Temas atuais Nacionais e Internacionais e suas inter-relações entre o passado, presente e futuro. Cultura geral, fatos políticos, econômicos e sociais ocorridos no período de 1º de janeiro de 2019 até a publicação deste Edital e divulgados na mídia local e nacional.....	01
--	----

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

Consolidação das Normas para Procedimentos nos Conselhos de Odontologia (Resolução CFO de nº 63/2005 atualizada).....	01
Noções de Administração Pública; Atendimento ao público.....	01

SUMÁRIO

Atendimento telefônico, Uso de equipamentos de escritório, Agenda.....	14
Noções de rotinas da área administrativa	19
Ética profissional e sigilo profissional.....	20
Características da redação oficial: Manual de Redação da Presidência da República, Formas de tratamento e abreviação mais utilizadas ; Comunicações oficiais ; Tipos de documentos	22
Noções de gestão de estoques.....	54
Recebimento e armazenagem: entrada, conferência, objetivos, critérios e técnicas de armazenagem.....	60
Arranjo físico (leiaute).....	63
Noções de arquivologia e gestão de documentos ; Arquivística: princípios, conceitos, classificação e legislação	63
Arquivística: princípios, conceitos, classificação e legislação	83
Protocolo: recebimento, registro, distribuição, tramitação e expedição de documentos. Tabela de temporalidade; Acondicionamento, armazenamento, preservação e conservação de documentos de arquivo ; Triagem e eliminação de documentos e processos ; Triagem e eliminação de documentos e processos. Digitalização.....	102
Acesso à Informação: Lei nº 12.527/2011	102

NOÇÕES DE DIREITO PENAL E DIREITO PROCESSUAL PENAL

Artigo 282 e artigos 312 a 327, do Código Penal;.....	01
---	----

NOÇÕES DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA

Características básicas das organizações formais modernas: tipos de estrutura organizacional, natureza, finalidades e critérios de departamentalização.	01
Organização administrativa: centralização, descentralização, concentração e desconcentração;.....	12
organização administrativa da União; administração direta e indireta	15
Gestão de processos.	15
Gestão de contratos.	21
Noções de processos licitatórios.	29
Princípios fundamentais da administração pública.....	34

CONHECIMENTOS EM INFORMÁTICA

MS-Windows 7 ou versões mais recentes: área de trabalho, área de transferência, ícones, barra de tarefas e ferramentas, comandos e recursos; unidades de armazenamento; conceito de pastas, diretórios, arquivos e atalhos; visualização, exibição e manipulação de arquivos e pastas; uso dos menus, programas e aplicativos; painel de controle; interação com o conjunto de aplicativos	01
--	----

SUMÁRIO

MS-Office 2010 ou versões mais recentes. MS-Word 2010 ou versões mais recentes: barra de ferramentas, comandos, atalhos e recursos; editoração e processamento de textos; propriedades e estrutura básica dos documentos; distribuição de conteúdo na página; formatação; cabeçalho e rodapé; tabelas; impressão; inserção de objetos/imagens; campos predefinidos; envelopes, etiquetas, mala-direta; caixas de texto.	18
MS-Excel 2010 ou versões mais recentes: barra de ferramentas, comandos, atalhos e recursos; funcionalidades e estrutura das planilhas; configuração de painéis e células; linhas, colunas, pastas, tabelas e gráficos; formatação; uso de fórmulas, funções e macros; impressão; inserção de objetos/imagens; campos predefinidos; controle de quebras e numeração de páginas; validação de dados e obtenção de dados externos; filtros e classificação de dados.....	63
Correio Eletrônico: comandos, atalhos e recursos; uso do correio eletrônico; preparo e envio de mensagens; anexação de arquivos; modos de exibição; organização de e-mails, gerenciador de contatos.....	100
Internet: barra de ferramentas, comandos, atalhos e recursos dos principais navegadores; navegação e princípios de acesso à internet; downloads; conceitos de URL, links, sites, vírus, busca e impressão de páginas.	104

ÍNDICE

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

Consolidação das Normas para Procedimentos nos Conselhos de Odontologia (Resolução CFO de nº 63/2005 atualizada)	01
Noções de Administração Pública; Atendimento ao público.....	01
Atendimento telefônico, Uso de equipamentos de escritório, Agenda.....	14
Noções de rotinas da área administrativa	19
Ética profissional e sigilo profissional.....	20
Características da redação oficial: Manual de Redação da Presidência da República, Formas de tratamento e abreviação mais utilizadas ; Comunicações oficiais ; Tipos de documentos	22
Noções de gestão de estoques.....	54
Recebimento e armazenagem: entrada, conferência, objetivos, critérios e técnicas de armazenagem.....	60
Arranjo físico (leiaute)	63
Noções de arquivologia e gestão de documentos ; Arquivística: princípios, conceitos, classificação e legislação	63
Arquivística: princípios, conceitos, classificação e legislação	83
Protocolo: recebimento, registro, distribuição, tramitação e expedição de documentos. Tabela de temporalidade; Acondicionamento, armazenamento, preservação e conservação de documentos de arquivo ; Triagem e eliminação de documentos e processos ; Triagem e eliminação de documentos e processos. Digitalização.....	102
Acesso à Informação: Lei nº 12.527/2011	102

CONSOLIDAÇÃO DAS NORMAS PARA PROCEDIMENTOS NOS CONSELHOS DE ODONTOLOGIA (RESOLUÇÃO CFO DE Nº 63/2005 ATUALIZADA).

RESOLUÇÃO CFO-63, de 08 de abril de 2005

A Resolução CFO-193/2018 altera a redação do parágrafo 5º, do artigo 253 da Consolidação das Normas, anexada abaixo.

O Presidente do Conselho Federal de Odontologia, cumprindo deliberação do Plenário, no exercício de suas atribuições legais,

RESOLVE:

Art. 1º. Fica aprovada a Consolidação das Normas para Procedimentos nos Conselhos de Odontologia que integra esta Resolução.

Art 2º. Esta Resolução entra em vigor na data de sua publicação na Imprensa Oficial, revogadas as Resoluções CFO-185/93, publicada no Diário Oficial da União de 02/06/93, na Seção 1, página 7436, CFO-209/97, publicada no Diário Oficial da União de 13/10/97, na Seção 1, páginas 23057 a 23060, e demais disposições em contrário.

NOÇÕES DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA; ATENDIMENTO AO PÚBLICO

ATENDIMENTO AO PÚBLICO

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

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

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

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

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

O edital cita características que são imprescindíveis quando se almeja alcançar um nível de excelência em qualidade no atendimento. Vejamos:

- **Atenção:** o cliente precisa ser o foco de suas ações. É necessário fazer com que ele se sinta realmente o elemento de maior importância nessa relação, e isso será possível quando o atende dispender a atenção necessária nesse contato, criando empatia para identificar de fato qual a melhor forma de atender esse cliente.
- **Cortesia:** ser cortês significa usar de gentileza, educação, lidar as pessoas com amabilidade, generosidade e delicadeza no trato.
- **Interesse:** como dissemos acima, desenvolver empatia, ou seja, quando se coloca no lugar da pessoa e demonstra interesse naquilo que é importante para ela, conseqüentemente, realiza-se um trabalho melhor.
- **Presteza:** está relacionado com a boa vontade e pré-disposição em servir.
- **Eficiência:** eficiência é a capacidade de "fazer as coisas direito", um administrador é considerado eficiente quando minimiza o custo dos recursos usados para atingir determinado fim.
- **Tolerância:** representa a capacidade de uma pessoa ou grupo de aceitar, em outra pessoa ou grupo uma atitude diferente das que são a norma de seu grupo.
- **Discrição:** envolve zelo, respeito, prudência, discernimento e sensatez quando fornece uma informação ao cliente. É necessário manter-se reservado sobre o que o cliente lhe diz. Assim, estará transmitindo confiabilidade e seriedade no trabalho desenvolvido.
- **Conduta:** espera-se que o atendente conheça e respeite as normas internas, afinal, ele é um canal de transmissão da imagem da organização e, como tal, deve manter postura profissional, agir dentro da cultura da empresa/ instituição e conforme os interesses institucionais, mas, ainda sim, atingindo o resultado desejado de atender com excelência o cliente, resolvendo sua necessidade ou atendendo seu desejo.
- **Objetividade, clareza e concisão:** ser direto, objetivo e claro em suas respostas para o cliente e se ater ao foco do que está sendo perguntado, fornecendo informações precisas e sucintas com atenção e clareza.

1. Postura de atendimento

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

A postura pode ser entendida como a junção de to-

dos esses aspectos relacionados com a nossa expressão corporal na sua totalidade e nossa condição emocional.

Podemos destacar 3 pontos necessários para falar-mos de postura. São eles:

- Ter uma postura de abertura: caracteriza-se por um posicionamento de humildade, mostrando-se sempre disponível para atender e interagir prontamente com o cliente. Esta postura de abertura do atendente suscita alguns sentimentos positivos nos clientes, como por exemplo:
- Postura do atendente de manter os ombros abertos e o peito aberto, passa ao cliente um sentimento de receptividade e acolhimento;
- A cabeça meio curva e o corpo ligeiramente inclinado transmitem ao cliente a humildade do atendente;
- O olhar nos olhos e o aperto de mão firme traduzem respeito e segurança;
- A fisionomia amistosa alenta um sentimento de afetividade e calorosidade.
- Ter **sintonia entre fala e expressão corporal**: caracteriza-se pela existência de uma unidade entre o que dizemos e o que expressamos no nosso corpo. Quando fazemos isso, nos sentimos mais harmônicos e confortáveis. Não precisamos fingir, mentir ou encobrir os nossos sentimentos e eles fluem livremente. Dessa forma, nos sentimos mais livres do stress, das doenças, dos medos.
- As expressões faciais: podemos extrair dois aspectos: o expressivo, ligado aos estados emocionais que elas traduzem e a identificação desses estados pelas pessoas; e a sua função social, que diz em que condições ocorreu a expressão, seus efeitos sobre o observador e quem a expressa.

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

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

2. Os serviços

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

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

3. Pontos e políticas do atendimento

É o tratamento dispensado às pessoas, está mais relacionado com o funcionário em si, com as suas atitudes e

o seu modo de agir com os clientes. Portanto, está ligado às condições individuais.

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

4. O profissional do atendimento

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

Os três passos do verdadeiro profissional de atendimento:

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

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

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

5. A fuga dos clientes

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

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

- 68% dos clientes fogem das empresas por proble-

- mas de postura no atendimento;
- 14% fogem por não terem suas reclamações atendidas;
- 9% fogem pelo preço;
- 9% fogem por competição, mudança de endereço, morte.

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

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

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

Essas *condições sistêmicas* estão relacionadas a:

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

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

6. Os requisitos para contratação deste profissional

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

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

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

7. Outros fatores importantes no atendimento

7.1 O olhar

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

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

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

Mas, você deve estar se perguntando: a que causa este brilho nos nossos olhos? A resposta é simples: Gostar do que faz, gostar de prestar serviços ao outro, gostar de ajudar ao próximo.

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

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

- a). Interesse quando:
 - Brilha;
 - Tem atenção;

- Vem acompanhado de aceno de cabeça.

b) Desinteresse quando:

- É apático;
- É imóvel, rígido;
- Não tem expressão.

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

7.2 A aproximação – raio de ação

A aproximação do cliente está relacionada ao conceito de raio de ação, que significa interagir com o público, independentemente deste ser cliente ou não.

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

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

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

Alguns exemplos são:

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

7.3 A invasão

Porém, interagir no raio de ação não tem nada a ver com invasão de território.

Vamos entender melhor isso.

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

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

Nas situações de atendimento, são bastante comuns as invasões de território pelos atendentes. Estas, na sua maioria, causam mal-estar aos clientes, pois são traduzi-

das por eles como atitudes grosseiras e pouco sensíveis. Alguns são os exemplos destas atitudes e situações mais comuns:

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

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

7.4 O sorriso

O sorriso abre portas e é considerado uma linguagem universal.

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

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

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

7.5 Ir ao encontro do cliente

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

7.6 A primeira impressão

Você já deve ter ouvido milhares de vezes esta frase: a primeira impressão é a que fica.

Você concorda com ela?

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