



CÓD: OP-116FV-23
7908403533602

UFJF-MG

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
ESTADO DE MINAS GERAIS

Assistente em Administração

EDITAL DO CONCURSO PÚBLICO Nº 97/2022

Língua Portuguesa

1. Leitura e interpretação de textos. Gêneros textuais e tipos de texto: narrativo, descritivo, expositivo, argumentativo e injuntivo. Argumentação: formas de articulação dos argumentos. Elementos da organização textual: segmentação, encadeamento e ordenação. Progressão temática. Paragrafação.	5
2. Coesão, coerência e elementos de textualidade / textualização.	14
3. Funções de linguagem.	15
4. Semântica: sinonímia e antonímia.	16
5. Linguagem verbal e não verbal.	16
6. Variação linguística: as modalidades do uso da língua adequadas às várias situações de comunicação. Formalidade e informalidade. Oralidade e escrita.	18
7. Conhecimentos linguísticos de acordo com a gramática normativa da língua portuguesa: ortografia de acordo com a norma-padrão, contemplando o Novo Acordo Ortográfico;	20
8. Acentuação gráfica.....	21
9. Classes de palavras; estrutura e formação de palavras; função das palavras nos enunciados e nos textos. Emprego de conectores.	22
10. Colocação pronominal.	29
11. Estruturação sintática e semântica dos termos na oração e das orações no período: coordenação e subordinação; colocação dos termos na oração.	30
12. Regência nominal e verbal.	32
13. Uso do sinal indicativo de crase.	33
14. Concordância nominal e verbal.	33
15. Emprego dos sinais de pontuação.	35

Legislação

1. BRASIL. Constituição da República de 1988. Arts. 1º ao 9º; 37 ao 41; 205 a 214.	45
2. BRASIL. Decreto nº 1.171, de 22 de junho de 1994. Aprova o Código de Ética Profissional do Servidor Público Civil do Poder Executivo Federal.	59
3. BRASIL. Lei nº 8.112, de 11 de dezembro de 1990. Dispõe sobre o regime jurídico dos servidores públicos civis da União, das autarquias e das fundações públicas federais.	61
4. BRASIL. Lei nº 9.784, de 29 de janeiro de 1999. Regula o processo administrativo no âmbito da Administração Pública Federal.	86
5. BRASIL. Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD).	94
6. BRASIL. Universidade Federal de Juiz de Fora. Portaria nº 1.105, de 28 de setembro de 1998. Estatuto da Universidade Federal de Juiz de Fora. BRASIL. Universidade Federal de Juiz de Fora. Regimento Geral da Universidade Federal de Juiz de Fora.	107

Matemática e Raciocínio Lógico

1. Números Conjuntos numéricos: naturais, inteiros, racionais, irracionais e reais. Operações fundamentais, sistema de numeração, divisibilidade, fatoração, máximo divisor comum e mínimo múltiplo comum, operações com frações, representação decimal, números decimais periódicos e não-periódicos.	123
2. Matemática Comercial Razões, Proporções.....	133
3. Regra de três simples e composta.	134

4. Porcentagem.....	136
5. Juros simples.	137
6. Raciocínio Lógico. Noções básicas da lógica matemática: proposições, problemas com tabelas e argumentação. Verdades e Mentiras: resolução de problemas.	140
7. Estatística Conceitos fundamentais de estatística descritiva (população, amostra e amostragem). Organização de dados (tabelas e gráficos). Medidas de tendência central (média, moda e mediana).	164

Conhecimentos Específicos

Assistente em Administração

1. Noções de Administração Geral: fundamentos da administração, conceitos e funções; teorias da Administração; planejamentos e suas ferramentas; missão; visão; valores; Eficiência e eficácia; cultura e clima organizacional;	169
2. Comunicação; comunicação não violenta;	177
3. Atendimento ao público.	181
4. Noções de Administração Pública: modelos de administração pública; princípios fundamentais da administração pública; órgãos, entidades e organização da administração pública; administração pública direta e indireta; descentralização, desconcentração e delegação; controle interno e externo aplicados à administração pública.	186
5. Noções de Gestão de Pessoas: recursos humanos: conceitos e práticas; recrutamento e seleção; treinamento e desenvolvimento; avaliação;	189
6. Saúde e qualidade de vida no trabalho;	197
7. Liderança;	200
8. Motivação;	208
9. Trabalho em equipe;	215
10. Gestão e mediação de conflitos.....	220
11. Prevenção de assédio no ambiente de trabalho.	224
12. Diversidade e Inclusão: diversidade, gênero, inclusão e acessibilidade	227
13. Lei nº 3.298, de 20 de dezembro de 1999;	229
14. Lei nº 12.288, de 20 de julho de 2010;	236
15. Lei nº 12.990, de 9 de junho de 2014;	242
16. Lei nº 12.711, de 29 de agosto de 2012;	243
17. Decreto nº 8.727, de 8 de abril de 2016.	244
18. Noções de Direito: atos administrativos;	244
19. Convênio e contratos administrativos;	255
20. Lei de licitações e contratos administrativos (Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021);	264
21. Servidores públicos: aspectos disciplinares (Títulos IV e V da Lei nº 8.112, de 11 de dezembro de 1990);	306
22. Improbidade administrativa (Lei nº 8.429, de 2 de junho de 1992);	311
23. Crimes praticados por funcionário público contra a administração em geral: artigos 312 a 327 do Código Penal.	320
24. Noções de Orçamento Público: princípios, conceitos e funções; plano plurianual; diretrizes orçamentárias; orçamentos anuais e artigos 165 a 169 da Constituição de 1988.....	324

LÍNGUA PORTUGUESA

LEITURA E INTERPRETAÇÃO DE TEXTOS. GÊNEROS TEXTUAIS E TIPOS DE TEXTO: NARRATIVO, DESCRITIVO, EXPOSITIVO, ARGUMENTATIVO E INJUNTIVO. ARGUMENTAÇÃO: FORMAS DE ARTICULAÇÃO DOS ARGUMENTOS. ELEMENTOS DA ORGANIZAÇÃO TEXTUAL: SEGMENTAÇÃO, ENCADEAMENTO E ORDENAÇÃO. PROGRESSÃO TEMÁTICA. PARAGRAFAÇÃO

Compreender e interpretar textos é essencial para que o objetivo de comunicação seja alcançado satisfatoriamente. Com isso, é importante saber diferenciar os dois conceitos. Vale lembrar que o texto pode ser verbal ou não-verbal, desde que tenha um sentido completo.

A **compreensão** se relaciona ao entendimento de um texto e de sua proposta comunicativa, decodificando a mensagem explícita. Só depois de compreender o texto que é possível fazer a sua interpretação.

A **interpretação** são as conclusões que chegamos a partir do conteúdo do texto, isto é, ela se encontra para além daquilo que está escrito ou mostrado. Assim, podemos dizer que a interpretação é subjetiva, contando com o conhecimento prévio e do repertório do leitor.

Dessa maneira, para compreender e interpretar bem um texto, é necessário fazer a decodificação de códigos linguísticos e/ou visuais, isto é, identificar figuras de linguagem, reconhecer o sentido de conjunções e preposições, por exemplo, bem como identificar expressões, gestos e cores quando se trata de imagens.

Dicas práticas

1. Faça um resumo (pode ser uma palavra, uma frase, um conceito) sobre o assunto e os argumentos apresentados em cada parágrafo, tentando traçar a linha de raciocínio do texto. Se possível, adicione também pensamentos e inferências próprias às anotações.

2. Tenha sempre um dicionário ou uma ferramenta de busca por perto, para poder procurar o significado de palavras desconhecidas.

3. Fique atento aos detalhes oferecidos pelo texto: dados, fonte de referências e datas.

4. Sublinhe as informações importantes, separando fatos de opiniões.

5. Perceba o enunciado das questões. De um modo geral, questões que esperam **compreensão do texto** aparecem com as seguintes expressões: *o autor afirma/sugere que...; segundo o texto...; de acordo com o autor...* Já as questões que esperam **interpretação do texto** aparecem com as seguintes expressões: *conclui-se do texto que...; o texto permite deduzir que...; qual é a intenção do autor quando afirma que...*

Tipologia Textual

A partir da estrutura linguística, da função social e da finalidade de um texto, é possível identificar a qual tipo e gênero ele pertence. Antes, é preciso entender a diferença entre essas duas classificações.

Tipos textuais

A tipologia textual se classifica a partir da estrutura e da finalidade do texto, ou seja, está relacionada ao modo como o texto se apresenta. A partir de sua função, é possível estabelecer um padrão específico para se fazer a enunciação.

Veja, no quadro abaixo, os principais tipos e suas características:

TEXTO NARRATIVO	Apresenta um enredo, com ações e relações entre personagens, que ocorre em determinados espaço e tempo. É contado por um narrador, e se estrutura da seguinte maneira: apresentação > desenvolvimento > clímax > desfecho
TEXTO DISSERTATIVO ARGUMENTATIVO	Tem o objetivo de defender determinado ponto de vista, persuadindo o leitor a partir do uso de argumentos sólidos. Sua estrutura comum é: introdução > desenvolvimento > conclusão.
TEXTO EXPOSITIVO	Procura expor ideias, sem a necessidade de defender algum ponto de vista. Para isso, usa-se comparações, informações, definições, conceitualizações etc. A estrutura segue a do texto dissertativo-argumentativo.
TEXTO DESCRITIVO	Expõe acontecimentos, lugares, pessoas, de modo que sua finalidade é descrever, ou seja, caracterizar algo ou alguém. Com isso, é um texto rico em adjetivos e em verbos de ligação.
TEXTO INJUNTIVO	Oferece instruções, com o objetivo de orientar o leitor. Sua maior característica são os verbos no modo imperativo.

Gêneros textuais

A classificação dos gêneros textuais se dá a partir do reconhecimento de certos padrões estruturais que se constituem a partir da função social do texto. No entanto, sua estrutura e seu estilo não são tão limitados e definidos como ocorre na tipologia textual, podendo se apresentar com uma grande diversidade. Além disso, o padrão também pode sofrer modificações ao longo do tempo, assim como a própria língua e a comunicação, no geral.

Alguns exemplos de gêneros textuais:

- Artigo
- Bilhete
- Bula
- Carta
- Conto
- Crônica
- E-mail
- Lista
- Manual
- Notícia
- Poema
- Propaganda
- Receita culinária
- Resenha
- Seminário

Vale lembrar que é comum enquadrar os gêneros textuais em determinados tipos textuais. No entanto, nada impede que um texto literário seja feito com a estruturação de uma receita culinária, por exemplo. Então, fique atento quanto às características, à finalidade e à função social de cada texto analisado.

ARGUMENTAÇÃO

O ato de comunicação não visa apenas transmitir uma informação a alguém. Quem comunica pretende criar uma imagem positiva de si mesmo (por exemplo, a de um sujeito educado, ou inteligente, ou culto), quer ser aceito, deseja que o que diz seja admitido como verdadeiro. Em síntese, tem a intenção de convencer, ou seja, tem o desejo de que o ouvinte creia no que o texto diz e faça o que ele propõe.

Se essa é a finalidade última de todo ato de comunicação, todo texto contém um componente argumentativo. A argumentação é o conjunto de recursos de natureza linguística destinados a persuadir a pessoa a quem a comunicação se destina. Está presente em todo tipo de texto e visa a promover adesão às teses e aos pontos de vista defendidos.

As pessoas costumam pensar que o argumento seja apenas uma prova de verdade ou uma razão indiscutível para comprovar a veracidade de um fato. O argumento é mais que isso: como se disse acima, é um recurso de linguagem utilizado para levar o interlocutor a crer naquilo que está sendo dito, a aceitar como verdadeiro o que está sendo transmitido. A argumentação pertence ao domínio da retórica, arte de persuadir as pessoas mediante o uso de recursos de linguagem.

Para compreender claramente o que é um argumento, é bom voltar ao que diz Aristóteles, filósofo grego do século IV a.C., numa obra intitulada “Tópicos: os argumentos são úteis quando se tem de escolher entre duas ou mais coisas”.

Se tivermos de escolher entre uma coisa vantajosa e uma desvantajosa, como a saúde e a doença, não precisamos argumentar. Suponhamos, no entanto, que tenhamos de escolher entre duas coisas igualmente vantajosas, a riqueza e a saúde. Nesse caso, precisamos argumentar sobre qual das duas é mais desejável. O argumento pode então ser definido como qualquer recurso que torna uma coisa mais desejável que outra. Isso significa que ele atua no domínio do preferível. Ele é utilizado para fazer o interlocutor crer que, entre duas teses, uma é mais provável que a outra, mais possível que a outra, mais desejável que a outra, é preferível à outra.

O objetivo da argumentação não é demonstrar a verdade de um fato, mas levar o ouvinte a admitir como verdadeiro o que o enunciador está propondo.

Há uma diferença entre o raciocínio lógico e a argumentação. O primeiro opera no domínio do necessário, ou seja, pretende demonstrar que uma conclusão deriva necessariamente das premissas propostas, que se deduz obrigatoriamente dos postulados admitidos. No raciocínio lógico, as conclusões não dependem de crenças, de uma maneira de ver o mundo, mas apenas do encadeamento de premissas e conclusões.

Por exemplo, um raciocínio lógico é o seguinte encadeamento:

A é igual a B.

A é igual a C.

Então: C é igual a B.

Admitidos os dois postulados, a conclusão é, obrigatoriamente, que C é igual a A.

Outro exemplo:

Todo ruminante é um mamífero.

A vaca é um ruminante.

Logo, a vaca é um mamífero.

Admitidas como verdadeiras as duas premissas, a conclusão também será verdadeira.

No domínio da argumentação, as coisas são diferentes. Nele, a conclusão não é necessária, não é obrigatória. Por isso, deve-se mostrar que ela é a mais desejável, a mais provável, a mais plausível. Se o Banco do Brasil fizer uma propaganda dizendo-se mais confiável do que os concorrentes porque existe desde a chegada da família real portuguesa ao Brasil, ele estará dizendo-nos que um banco com quase dois séculos de existência é sólido e, por isso, confiável. Embora não haja relação necessária entre a solidez de uma instituição bancária e sua antiguidade, esta tem peso argumentativo na afirmação da confiabilidade de um banco. Portanto é provável que se creia que um banco mais antigo seja mais confiável do que outro fundado há dois ou três anos.

Enumerar todos os tipos de argumentos é uma tarefa quase impossível, tantas são as formas de que nos valem para fazer as pessoas preferirem uma coisa a outra. Por isso, é importante entender bem como eles funcionam.

Já vimos diversas características dos argumentos. É preciso acrescentar mais uma: o convencimento do interlocutor, o auditório, que pode ser individual ou coletivo, será tanto mais fácil quanto mais os argumentos estiverem de acordo com suas crenças, suas expectativas, seus valores. Não se pode convencer um auditório pertencente a uma dada cultura enfatizando coisas que ele abomina. Será mais fácil convencê-lo valorizando coisas que ele considera positivas. No Brasil, a publicidade da cerveja vem com frequência associada ao futebol, ao gol, à paixão nacional. Nos Estados Unidos, essa associação certamente não surtiria efeito, porque lá o futebol não é valorizado da mesma forma que no Brasil. O poder persuasivo de um argumento está vinculado ao que é valorizado ou desvalorizado numa dada cultura.

Tipos de Argumento

Já verificamos que qualquer recurso linguístico destinado a fazer o interlocutor dar preferência à tese do enunciador é um argumento. Exemplo:

Argumento de Autoridade

É a citação, no texto, de afirmações de pessoas reconhecidas pelo auditório como autoridades em certo domínio do saber, para servir de apoio àquilo que o enunciador está propondo. Esse recurso produz dois efeitos distintos: revela o conhecimento do produtor do texto a respeito do assunto de que está tratando; dá ao texto a garantia do autor citado. É preciso, no entanto, não fazer do texto um amontoado de citações. A citação precisa ser pertinente e verdadeira. Exemplo:

“A imaginação é mais importante do que o conhecimento.”

Quem disse a frase aí de cima não fui eu... Foi Einstein. Para ele, uma coisa vem antes da outra: sem imaginação, não há conhecimento. Nunca o inverso.

Alex José Periscinoto.

In: Folha de S. Paulo, 30/8/1993, p. 5-2

A tese defendida nesse texto é que a imaginação é mais importante do que o conhecimento. Para levar o auditório a aderir a ela, o enunciador cita um dos mais célebres cientistas do mundo. Se um físico de renome mundial disse isso, então as pessoas devem acreditar que é verdade.

Argumento de Quantidade

É aquele que valoriza mais o que é apreciado pelo maior número de pessoas, o que existe em maior número, o que tem maior duração, o que tem maior número de adeptos, etc. O fundamento desse tipo de argumento é que mais = melhor. A publicidade faz largo uso do argumento de quantidade.

Argumento do Consenso

É uma variante do argumento de quantidade. Fundamenta-se em afirmações que, numa determinada época, são aceitas como verdadeiras e, portanto, dispensam comprovações, a menos que o objetivo do texto seja comprovar alguma delas. Parte da ideia de que o consenso, mesmo que equivocado, corresponde ao indiscutível, ao verdadeiro e, portanto, é melhor do que aquilo que não desfruta dele. Em nossa época, são consensuais, por exemplo, as afirmações de que o meio ambiente precisa ser protegido e de que as condições de vida são piores nos países subdesenvolvidos. Ao confiar no consenso, porém, corre-se o risco de passar dos argumentos válidos para os lugares comuns, os preconceitos e as frases carentes de qualquer base científica.

Argumento de Existência

É aquele que se fundamenta no fato de que é mais fácil aceitar aquilo que comprovadamente existe do que aquilo que é apenas provável, que é apenas possível. A sabedoria popular enuncia o argumento de existência no provérbio “Mais vale um pássaro na mão do que dois voando”.

Nesse tipo de argumento, incluem-se as provas documentais (fotos, estatísticas, depoimentos, gravações, etc.) ou provas concretas, que tornam mais aceitável uma afirmação genérica. Durante a invasão do Iraque, por exemplo, os jornais diziam que o exército americano era muito mais poderoso do que o iraquiano. Essa afirmação, sem ser acompanhada de provas concretas, poderia ser vista como propagandística. No entanto, quando documentada pela comparação do número de canhões, de carros de combate, de navios, etc., ganhava credibilidade.

Argumento quase lógico

É aquele que opera com base nas relações lógicas, como causa e efeito, analogia, implicação, identidade, etc. Esses raciocínios são chamados quase lógicos porque, diversamente dos raciocínios lógicos, eles não pretendem estabelecer relações necessárias entre os elementos, mas sim instituir relações prováveis, possíveis, plausíveis. Por exemplo, quando se diz “A é igual a B”, “B é igual a C”, “então A é igual a C”, estabelece-se uma relação de identidade lógica. Entretanto, quando se afirma “Amigo de amigo meu é meu amigo” não se institui uma identidade lógica, mas uma identidade provável.

Um texto coerente do ponto de vista lógico é mais facilmente aceito do que um texto incoerente. Vários são os defeitos que concorrem para desqualificar o texto do ponto de vista lógico: fugir do tema proposto, cair em contradição, tirar conclusões que não se fundamentam nos dados apresentados, ilustrar afirmações gerais com fatos inadequados, narrar um fato e dele extrair generalizações indevidas.

Argumento do Atributo

É aquele que considera melhor o que tem propriedades típicas daquilo que é mais valorizado socialmente, por exemplo, o mais raro é melhor que o comum, o que é mais refinado é melhor que o que é mais grosseiro, etc.

Por esse motivo, a publicidade usa, com muita frequência, celebridades recomendando prédios residenciais, produtos de beleza, alimentos estéticos, etc., com base no fato de que o consumidor tende a associar o produto anunciado com atributos da celebridade.

Uma variante do argumento de atributo é o argumento da competência linguística. A utilização da variante culta e formal da língua que o produtor do texto conhece a norma linguística socialmente mais valorizada e, por conseguinte, deve produzir um texto em que se pode confiar. Nesse sentido é que se diz que o modo de dizer dá confiabilidade ao que se diz.

Imagine-se que um médico deva falar sobre o estado de saúde de uma personalidade pública. Ele poderia fazê-lo das duas maneiras indicadas abaixo, mas a primeira seria infinitamente mais adequada para a persuasão do que a segunda, pois esta produziria certa estranheza e não criaria uma imagem de competência do médico:

- Para aumentar a confiabilidade do diagnóstico e levando em conta o caráter invasivo de alguns exames, a equipe médica houve por bem determinar o internamento do governador pelo período de três dias, a partir de hoje, 4 de fevereiro de 2001.

- Para conseguir fazer exames com mais cuidado e porque alguns deles são barrapésada, a gente botou o governador no hospital por três dias.

Como dissemos antes, todo texto tem uma função argumentativa, porque ninguém fala para não ser levado a sério, para ser ridicularizado, para ser desmentido: em todo ato de comunicação deseja-se influenciar alguém. Por mais neutro que pretenda ser, um texto tem sempre uma orientação argumentativa.

A orientação argumentativa é uma certa direção que o falante traça para seu texto. Por exemplo, um jornalista, ao falar de um homem público, pode ter a intenção de criticá-lo, de ridicularizá-lo ou, ao contrário, de mostrar sua grandeza.

O enunciador cria a orientação argumentativa de seu texto dando destaque a uns fatos e não a outros, omitindo certos episódios e revelando outros, escolhendo determinadas palavras e não outras, etc. Veja:

LEGISLAÇÃO

BRASIL. CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA DE 1988. ARTS. 1º AO 9º; 37 AO 41; 205 A 214

Forma, Sistema e Fundamentos da República

• **Papel dos Princípios e o Neoconstitucionalismo**

Os princípios abandonam sua função meramente subsidiária na aplicação do Direito, quando serviam tão somente de meio de integração da ordem jurídica (na hipótese de eventual lacuna) e vetor interpretativo, e passam a ser dotados de elevada e reconhecida normatividade.

• **Princípio Federativo**

Significa que a União, os Estados-membros, o Distrito Federal e os Municípios possuem autonomia, caracteriza por um determinado grau de liberdade referente à sua organização, à sua administração, à sua normatização e ao seu Governo, porém limitada por certos princípios consagrados pela Constituição Federal.

• **Princípio Republicano**

É uma forma de Governo fundada na igualdade formal entre as pessoas, em que os detentores do poder político exercem o comando do Estado em caráter eletivo, representativo, temporário e com responsabilidade.

• **Princípio do Estado Democrático de Direito**

O Estado de Direito é aquele que se submete ao império da lei. Por sua vez, o Estado democrático caracteriza-se pelo respeito ao princípio fundamental da soberania popular, vale dizer, funda-se na noção de Governo do povo, pelo povo e para o povo.

• **Princípio da Soberania Popular**

O parágrafo único do Artigo 1º da Constituição Federal revela a adoção da soberania popular como princípio fundamental ao prever que “*Todo o poder emana do povo, que o exerce por meio de representantes eleitos ou diretamente, nos termos desta Constituição*”.

• **Princípio da Separação dos Poderes**

A visão moderna da separação dos Poderes não impede que cada um deles exerça atipicamente (de forma secundária), além de sua função típica (preponderante), funções atribuídas a outro Poder.

Vejamos abaixo, os dispositivos constitucionais correspondentes ao tema supracitado:

TÍTULO I DOS PRINCÍPIOS FUNDAMENTAIS

Art. 1º A República Federativa do Brasil, formada pela união indissolúvel dos Estados e Municípios e do Distrito Federal, constitui-se em Estado Democrático de Direito e tem como fundamentos:

I - a soberania;

II - a cidadania

III - a dignidade da pessoa humana;

IV - os valores sociais do trabalho e da livre iniciativa;

V - o pluralismo político.

Parágrafo único. Todo o poder emana do povo, que o exerce por meio de representantes eleitos ou diretamente, nos termos desta Constituição.

Art. 2º São Poderes da União, independentes e harmônicos entre si, o Legislativo, o Executivo e o Judiciário.

Objetivos Fundamentais da República

Os Objetivos Fundamentais da República estão elencados no Artigo 3º da CF/88. Vejamos:

Art. 3º Constituem objetivos fundamentais da República Federativa do Brasil:

I - construir uma sociedade livre, justa e solidária;

II - garantir o desenvolvimento nacional;

III - erradicar a pobreza e a marginalização e reduzir as desigualdades sociais e regionais;

IV - promover o bem de todos, sem preconceitos de origem, raça, sexo, cor, idade e quaisquer outras formas de discriminação.

Princípios de Direito Constitucional Internacional

Os Princípios de Direito Constitucional Internacional estão elencados no Artigo 4º da CF/88. Vejamos:

Art. 4º A República Federativa do Brasil rege-se nas suas relações internacionais pelos seguintes princípios:

I - independência nacional;

II - prevalência dos direitos humanos;

III - autodeterminação dos povos;

IV - não-intervenção;

V - igualdade entre os Estados;

VI - defesa da paz;

VII - solução pacífica dos conflitos;

VIII - repúdio ao terrorismo e ao racismo;

IX - cooperação entre os povos para o progresso da humanidade;

X - concessão de asilo político.

Parágrafo único. A República Federativa do Brasil buscará a integração econômica, política, social e cultural dos povos da América Latina, visando à formação de uma comunidade latino-americana de nações.

Referências Bibliográficas:

DUTRA, Luciano. *Direito Constitucional Essencial. Série Provas e Concursos. 2ª edição – Rio de Janeiro: Elsevier.*

Distinção entre Direitos e Garantias Fundamentais

Pode-se dizer que os direitos fundamentais são os bens jurídicos em si mesmos considerados, de cunho declaratório, narrados no texto constitucional. Por sua vez, as garantias fundamentais são estabelecidas na mesma Constituição Federal como instrumento de proteção dos direitos fundamentais e, como tais, de cunho assecutoratório.

Evolução dos Direitos e Garantias Fundamentais

• Direitos Fundamentais de Primeira Geração

Possuem as seguintes características:

- a) surgiram no final do século XVIII, no contexto da Revolução Francesa, fase inaugural do constitucionalismo moderno, e dominaram todo o século XIX;
- b) ganharam relevo no contexto do Estado Liberal, em oposição ao Estado Absoluto;
- c) estão ligados ao ideal de liberdade;
- d) são direitos negativos, que exigem uma abstenção do Estado em favor das liberdades públicas;
- e) possuíam como destinatários os súditos como forma de proteção em face da ação opressora do Estado;
- f) são os direitos civis e políticos.

• Direitos Fundamentais de Segunda Geração

Possuem as seguintes características:

- a) surgiram no início do século XX;
- b) apareceram no contexto do Estado Social, em oposição ao Estado Liberal;
- c) estão ligados ao ideal de igualdade;
- d) são direitos positivos, que passaram a exigir uma atuação positiva do Estado;
- e) correspondem aos direitos sociais, culturais e econômicos.

• Direitos Fundamentais de Terceira Geração

Em um próximo momento histórico, foi despertada a preocupação com os bens jurídicos da coletividade, com os denominados interesses metaindividuais (difusos, coletivos e individuais homogêneos), nascendo os direitos fundamentais de terceira geração.

Direitos Metaindividuais		
	Natureza	Destinatários
Difusos	Indivisível	Indeterminados
Coletivos	Indivisível	Determináveis ligados por uma relação jurídica
Individuais Homogêneos	Divisível	Determinados ligados por uma situação fática

Os Direitos Fundamentais de Terceira Geração possuem as seguintes características:

- a) surgiram no século XX;
- b) estão ligados ao ideal de fraternidade (ou solidariedade), que deve nortear o convívio dos diferentes povos, em defesa dos bens da coletividade;
- c) são direitos positivos, a exigir do Estado e dos diferentes povos uma firme atuação no tocante à preservação dos bens de interesse coletivo;
- d) correspondem ao direito de preservação do meio ambiente, de autodeterminação dos povos, da paz, do progresso da humanidade, do patrimônio histórico e cultural, etc.

• Direitos Fundamentais de Quarta Geração

Segundo Paulo Bonavides, a globalização política é o fator histórico que deu origem aos direitos fundamentais de quarta geração. Eles estão ligados à democracia, à informação e ao pluralismo. Também são transindividuais.

Direitos Fundamentais de Quinta Geração

Paulo Bonavides defende, ainda, que o direito à paz representaria o direito fundamental de quinta geração.

Características dos Direitos e Garantias Fundamentais

São características dos Direitos e Garantias Fundamentais:

- a) Historicidade:** não nasceram de uma só vez, revelando sua índole evolutiva;
- b) Universalidade:** destinam-se a todos os indivíduos, independentemente de características pessoais;
- c) Relatividade:** não são absolutos, mas sim relativos;
- d) Irrenunciabilidade:** não podem ser objeto de renúncia;
- e) Inalienabilidade:** são indisponíveis e inalienáveis por não possuírem conteúdo econômico-patrimonial;
- f) Imprescritibilidade:** são sempre exercíveis, não desaparecendo pelo decurso do tempo.

Destinatários dos Direitos e Garantias Fundamentais

Todas as pessoas físicas, sem exceção, jurídicas e estatais, são destinatárias dos direitos e garantias fundamentais, desde que compatíveis com a sua natureza.

Eficácia Horizontal dos Direitos e Garantias Fundamentais

Muito embora criados para regular as relações verticais, de subordinação, entre o Estado e seus súditos, passam a ser empregados nas relações provadas, horizontais, de coordenação, envolvendo pessoas físicas e jurídicas de Direito Privado.

Natureza Relativa dos Direitos e Garantias Fundamentais

Encontram limites nos demais direitos constitucionalmente consagrados, bem como são limitados pela intervenção legislativa ordinária, nos casos expressamente autorizados pela própria Constituição (princípio da reserva legal).

Colisão entre os Direitos e Garantias Fundamentais

O princípio da proporcionalidade sob o seu triplo aspecto (adequação, necessidade e proporcionalidade em sentido estrito) é a ferramenta apta a resolver choques entre os princípios esculpido na Carta Política, sopesando a incidência de cada um no caso concreto, preservando ao máximo os direitos e garantias fundamentais constitucionalmente consagrados.

Os quatro status de Jellinek

a) status passivo ou subjectionis: quando o indivíduo se encontra em posição de subordinação aos poderes públicos, caracterizando-se como detentor de deveres para com o Estado;

b) status negativo: caracterizado por um espaço de liberdade de atuação dos indivíduos sem ingerências dos poderes públicos;

c) status positivo ou status civitatis: posição que coloca o indivíduo em situação de exigir do Estado que atue positivamente em seu favor;

d) status ativo: situação em que o indivíduo pode influir na formação da vontade estatal, correspondendo ao exercício dos direitos políticos, manifestados principalmente por meio do voto.

Referências Bibliográficas:

DUTRA, Luciano. *Direito Constitucional Essencial. Série Provas e Concursos. 2ª edição – Rio de Janeiro: Elsevier.*

Os direitos individuais estão elencados no caput do Artigo 5º da CF. São eles:

Direito à Vida

O direito à vida deve ser observado por dois prismas: o direito de permanecer vivo e o direito de uma vida digna.

O direito de permanecer vivo pode ser observado, por exemplo, na vedação à pena de morte (salvo em caso de guerra declarada).

Já o direito à uma vida digna, garante as necessidades vitais básicas, proibindo qualquer tratamento desumano como a tortura, penas de caráter perpétuo, trabalhos forçados, cruéis, etc.

Direito à Liberdade

O direito à liberdade consiste na afirmação de que ninguém será obrigado a fazer ou deixar de fazer alguma coisa, senão em virtude de lei. Tal dispositivo representa a consagração da autonomia privada.

Trata-se a liberdade, de direito amplo, já que compreende, dentre outros, as liberdades: de opinião, de pensamento, de locomoção, de consciência, de crença, de reunião, de associação e de expressão.

Direito à Igualdade

A igualdade, princípio fundamental proclamado pela Constituição Federal e base do princípio republicano e da democracia, deve ser encarada sob duas óticas, a igualdade material e a igualdade formal.

A igualdade formal é a identidade de direitos e deveres concedidos aos membros da coletividade por meio da norma.

Por sua vez, a igualdade material tem por finalidade a busca da equiparação dos cidadãos sob todos os aspectos, inclusive o jurídico. É a consagração da máxima de Aristóteles, para quem o princípio da igualdade consistia em tratar igualmente os iguais e desigualmente os desiguais na medida em que eles se desigualem.

Sob o pálio da igualdade material, caberia ao Estado promover a igualdade de oportunidades por meio de políticas públicas e leis que, atentos às características dos grupos menos favorecidos, compensassem as desigualdades decorrentes do processo histórico da formação social.

Direito à Privacidade

Para o estudo do Direito Constitucional, a privacidade é gênero, do qual são espécies a intimidade, a honra, a vida privada e a imagem. De maneira que, os mesmos são invioláveis e a eles assegura-se o direito à indenização pelo dano moral ou material decorrente de sua violação.

Direito à Honra

O direito à honra almeja tutelar o conjunto de atributos pertinentes à reputação do cidadão sujeito de direitos, exatamente por tal motivo, são previstos no Código Penal.

Direito de Propriedade

É assegurado o direito de propriedade, contudo, com restrições, como por exemplo, de que se atenda à função social da propriedade. Também se enquadram como espécies de restrição do direito de propriedade, a requisição, a desapropriação, o confisco e o usucapião.

Do mesmo modo, é no direito de propriedade que se asseguram a inviolabilidade do domicílio, os direitos autorais (propriedade intelectual) e os direitos reativos à herança.

Destes direitos, emanam todos os incisos do Art. 5º, da CF/88, conforme veremos abaixo:

TÍTULO II

DOS DIREITOS E GARANTIAS FUNDAMENTAIS

CAPÍTULO I

DOS DIREITOS E DEVERES INDIVIDUAIS E COLETIVOS

Artigo 5º - Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

I- homens e mulheres são iguais em direitos e obrigações, nos termos desta Constituição;

II- ninguém será obrigado a fazer ou deixar de fazer alguma coisa senão em virtude de lei;

III- ninguém será submetido à tortura nem a tratamento desumano ou degradante;

IV- é livre a manifestação do pensamento, sendo vedado o anonimato;

V- é assegurado o direito de resposta, proporcional ao agravo, além da indenização por dano material, moral ou à imagem;

VI- é inviolável a liberdade de consciência e de crença, sendo assegurado o livre exercício dos cultos religiosos e garantida, na forma da lei, a proteção aos locais de culto e a suas liturgias;

VII- é assegurada, nos termos da lei, a prestação de assistência religiosa nas entidades civis e militares de internação coletiva;

VIII- ninguém será privado de direitos por motivo de crença religiosa ou de convicção filosófica ou política, salvo se as invocar para eximir-se de obrigação legal a todos imposta e recusar-se a cumprir prestação alternativa, fixada em lei;

IX- é livre a expressão de atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença;

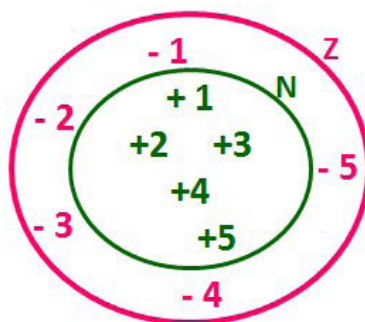
X- são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurado o direito à indenização por dano material ou moral decorrente de sua violação;

MATEMÁTICA E RACIOCÍNIO LÓGICO

NÚMEROS CONJUNTOS NUMÉRICOS: NATURAIS, INTEIROS, RACIONAIS, IRRACIONAIS E REAIS. OPERAÇÕES FUNDAMENTAIS, SISTEMA DE NUMERAÇÃO, DIVISIBILIDADE, FATORAÇÃO, MÁXIMO DIVISOR COMUM E MÍNIMO MÚLTIPLO COMUM, OPERAÇÕES COM FRAÇÕES, REPRESENTAÇÃO DECIMAL, NÚMEROS DECIMAIS PERIÓDICOS E NÃO-PERIÓDICOS

Conjunto dos números inteiros - z

O conjunto dos números inteiros é a reunião do conjunto dos números naturais $N = \{0, 1, 2, 3, 4, \dots, n, \dots\}$, $(N \subset Z)$; o conjunto dos opostos dos números naturais e o zero. Representamos pela letra Z.



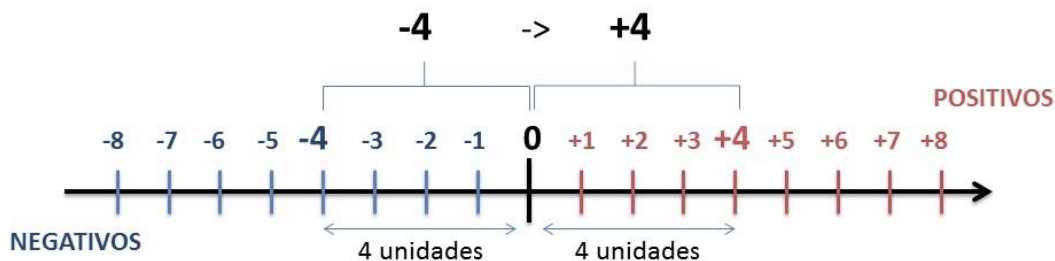
$N \subset Z$ (N está contido em Z)

Subconjuntos:

SÍMBOLO	REPRESENTAÇÃO	DESCRIÇÃO
*	Z^*	Conjunto dos números inteiros não nulos
+	Z_+	Conjunto dos números inteiros não negativos
* e +	Z^*_+	Conjunto dos números inteiros positivos
-	Z_-	Conjunto dos números inteiros não positivos
* e -	Z^*_-	Conjunto dos números inteiros negativos

Observamos nos números inteiros algumas características:

- **Módulo:** distância ou afastamento desse número até o zero, na reta numérica inteira. Representa-se o módulo por $| \cdot |$. O módulo de qualquer número inteiro, diferente de zero, é sempre positivo.
- **Números Opostos:** dois números são opostos quando sua soma é zero. Isto significa que eles estão a mesma distância da origem (zero).



Somando-se temos: $(+4) + (-4) = (-4) + (+4) = 0$

Operações

• **Soma ou Adição:** Associamos aos números inteiros positivos a ideia de ganhar e aos números inteiros negativos a ideia de perder.

ATENÇÃO: O sinal (+) antes do número positivo pode ser dispensado, mas o sinal (-) antes do número negativo nunca pode ser dispensado.

• **Subtração:** empregamos quando precisamos tirar uma quantidade de outra quantidade; temos duas quantidades e queremos saber quanto uma delas tem a mais que a outra; temos duas quantidades e queremos saber quanto falta a uma delas para atingir a outra. A subtração é a operação inversa da adição. O sinal sempre será do maior número.

ATENÇÃO: todos parênteses, colchetes, chaves, números, ..., entre outros, precedidos de sinal negativo, tem o seu sinal invertido, ou seja, é dado o seu oposto.

Exemplo:

(FUNDAÇÃO CASA – AGENTE EDUCACIONAL – VUNESP) Para zelar pelos jovens internados e orientá-los a respeito do uso adequado dos materiais em geral e dos recursos utilizados em atividades educativas, bem como da preservação predial, realizou-se uma dinâmica elencando “atitudes positivas” e “atitudes negativas”, no entendimento dos elementos do grupo. Solicitou-se que cada um classificasse suas atitudes como positiva ou negativa, atribuindo (+4) pontos a cada atitude positiva e (-1) a cada atitude negativa. Se um jovem classificou como positiva apenas 20 das 50 atitudes anotadas, o total de pontos atribuídos foi

- (A) 50.
- (B) 45.
- (C) 42.
- (D) 36.
- (E) 32.

Resolução:

50-20=30 atitudes negativas
20.4=80
30.(-1)=-30
80-30=50

Resposta: A

• **Multiplicação:** é uma adição de números/ fatores repetidos. Na multiplicação o produto dos números a e b , pode ser indicado por $a \times b$, $a \cdot b$ ou ainda ab sem nenhum sinal entre as letras.

• **Divisão:** a divisão exata de um número inteiro por outro número inteiro, diferente de zero, dividimos o módulo do dividendo pelo módulo do divisor.

ATENÇÃO:

- 1) No conjunto Z , a divisão não é comutativa, não é associativa e não tem a propriedade da existência do elemento neutro.
- 2) Não existe divisão por zero.
- 3) Zero dividido por qualquer número inteiro, diferente de zero, é zero, pois o produto de qualquer número inteiro por zero é igual a zero.

Na multiplicação e divisão de números inteiros é muito importante a **REGRA DE SINAIS:**

Sinais iguais (+) (+); (-) (-) = resultado sempre positivo .
Sinais diferentes (+) (-); (-) (+) = resultado sempre negativo .

Exemplo:

(PREF.DE NITERÓI) Um estudante empilhou seus livros, obtendo uma única pilha 52cm de altura. Sabendo que 8 desses livros possui uma espessura de 2cm, e que os livros restantes possuem espessura de 3cm, o número de livros na pilha é:

- (A) 10
- (B) 15
- (C) 18
- (D) 20
- (E) 22

Resolução:

São 8 livros de 2 cm: $8 \cdot 2 = 16$ cm
Como eu tenho 52 cm ao todo e os demais livros tem 3 cm, temos:

$52 - 16 = 36$ cm de altura de livros de 3 cm
 $36 : 3 = 12$ livros de 3 cm

O total de livros da pilha: $8 + 12 = 20$ livros ao todo.

Resposta: D

• **Potenciação:** A potência a^n do número inteiro a , é definida como um produto de n fatores iguais. O número a é denominado a *base* e o número n é o *expoente*. $a^n = a \times a \times a \times \dots \times a$, a é multiplicado por a n vezes. Tenha em mente que:

- Toda potência de **base positiva** é um número **inteiro positivo**.
- Toda potência de **base negativa** e **expoente par** é um número **inteiro positivo**.

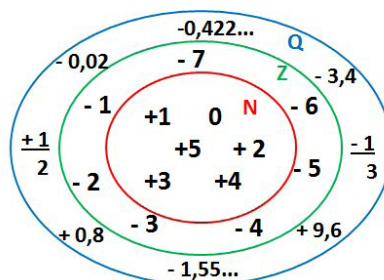
- Toda potência de **base negativa** e **expoente ímpar** é um número **inteiro negativo**.

Propriedades da Potenciação

- 1) Produtos de Potências com bases iguais: Conserva-se a base e somam-se os expoentes. $(-a)^3 \cdot (-a)^6 = (-a)^{3+6} = (-a)^9$
- 2) Quocientes de Potências com bases iguais: Conserva-se a base e subtraem-se os expoentes. $(-a)^8 : (-a)^6 = (-a)^{8-6} = (-a)^2$
- 3) Potência de Potência: Conserva-se a base e multiplicam-se os expoentes. $[(-a)^5]^2 = (-a)^{5 \cdot 2} = (-a)^{10}$
- 4) Potência de expoente 1: É sempre igual à base. $(-a)^1 = -a$ e $(+a)^1 = +a$
- 5) Potência de expoente zero e base diferente de zero: É igual a 1. $(+a)^0 = 1$ e $(-b)^0 = 1$

Conjunto dos números racionais – Q

Um número racional é o que pode ser escrito na forma $\frac{m}{n}$, onde m e n são números inteiros, sendo que n deve ser diferente de zero. Frequentemente usamos m/n para significar a divisão de m por n .



N C Z C Q (N está contido em Z que está contido em Q)

Subconjuntos:

SÍMBOLO	REPRESENTAÇÃO	DESCRIÇÃO
*	Q^*	Conjunto dos números racionais não nulos
+	Q_+	Conjunto dos números racionais não negativos
* e +	Q^*_+	Conjunto dos números racionais positivos
-	Q_-	Conjunto dos números racionais não positivos
* e -	Q^*_-	Conjunto dos números racionais negativos

Representação decimal

Podemos representar um número racional, escrito na forma de fração, em número decimal. Para isso temos duas maneiras possíveis:

1º) O numeral decimal obtido possui, após a vírgula, um número finito de algarismos. Decimais Exatos:

$$\frac{2}{5} = 0,4$$

2º) O numeral decimal obtido possui, após a vírgula, infinitos algarismos (nem todos nulos), repetindo-se periodicamente Decimais Periódicos ou Dízimas Periódicas:

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

Representação Fracionária

É a operação inversa da anterior. Aqui temos duas maneiras possíveis:

1) Transformando o número decimal em uma fração numerador é o número decimal sem a vírgula e o denominador é composto pelo numeral 1, seguido de tantos zeros quantas forem as casas decimais do número decimal dado.

Ex.:

$$0,035 = 35/1000$$

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

Assistente em Administração

NOÇÕES DE ADMINISTRAÇÃO GERAL: FUNDAMENTOS DA ADMINISTRAÇÃO, CONCEITOS E FUNÇÕES; TEORIAS DA ADMINISTRAÇÃO; PLANEJAMENTOS E SUAS FERRAMENTAS; MISSÃO; VISÃO; VALORES; EFICIÊNCIA E EFICÁCIA; CULTURA E CLIMA ORGANIZACIONAL

NOÇÕES BÁSICAS DE ADMINISTRAÇÃO

Prezado(a) Candidato(a), para entendermos o assunto de “Noções Básicas de Administração”, o conceito de “Organizações” é essencial de se compreender previamente, tendo em vista que a Administração se relaciona com a maneira de gestão das organizações.

Conceito de Organização¹

Organização é uma palavra originada do Grego “organon” que significa instrumento, utensílio, órgão ou aquilo com que se trabalha. Palavra que também pode ser entendida, como a forma que se dispõe um sistema (conjunto de elementos), em relação ao modo como eles estão organizados, ou seja, como os diversos elementos que o compõe estão coordenados e dispostos em um espaço.

No entanto, o conceito que queremos destacar se traduz à forma como ela é aplicada, seja na organização escolar, na organização empresarial, na organização pessoal, na organização de eventos, na organização doméstica, etc.

Pois em todas essas aplicações, o sentido de organização se baseia na forma com as pessoas se inter-relacionam e na disposição e distribuição dos diversos elementos envolvidos (recursos humanos e materiais), que sempre tem em vista a concretização de um mesmo objetivo.

Organização Empresarial

Uma organização empresarial é formada por duas ou mais pessoas, que executam tarefas de modo controlado e coordenado, por meio da divisão e atribuição de responsabilidades, visando um mesmo objetivo em comum e a máxima qualidade do processo de trabalho.

Dependendo do tipo de organização (pública ou privada, entidade econômica ou social), há uma pessoa que exerce um papel fundamental perante as funções de: liderança, planejamento, controle dos recursos humanos/materiais, financeiros e tecnológicos disponíveis na empresa.

Quanto a estrutura de uma organização, esta pode ser formal ou informal. Uma organização formal é planejada e estruturada seguindo um regulamento interno. Já uma organização informal são as relações geradas espontaneamente entre as pessoas, resultado do próprio funcionamento e evolução de uma empresa.

¹ <http://www.significados.com.br/organizacao/>.

Alguns elementos estão diretamente associados a uma organização, como por exemplo, clientes, fornecedores, concorrentes, comunicação social, etc. Por isso, também merecem a atenção das empresas.

Tipos e Importância das Organizações

A criação de uma organização sempre está fundamentada a algum propósito, ou seja, a algum objetivo, que podem ser vinculados ao desenvolvimento de produtos ou a prestação de serviços para a satisfação das necessidades humanas.

Quanto ao tipo destas organizações elas podem ser: públicas ou privadas, com ou sem fins lucrativos, permanentes ou temporárias. Vejamos algumas definições:

Organização Pública: é aquela mantida pelo poder público, isto é, por qualquer nível de governo federal, estadual ou municipal.

Organização Privada: é a mantida pela iniciativa privada, isto é, por pessoas sócias da organização. Também existe a organização mista, na qual esforços públicos são combinados com privados.

Organização com fins Lucrativos: é aquela cujo objetivo é gerar lucro a partir das atividades por ela desenvolvidas, para distribuí-lo aos seus sócios.

Organização sem fins Lucrativos: não tem objetivo de lucro, mas outras finalidades, como amparar os necessitados, desenvolver atividades sociais, congregar pessoas. A ausência da finalidade de lucro não impede que a organização venda mercadorias ou preste serviços remunerados, no entanto o lucro dessa atividade deve ser revertido somente para a organização, e jamais para os seus proprietários.

Organização Permanente: é aquela constituída por prazo indeterminado, em princípio para sempre, sem que isso impeça seu desaparecimento.

Organização Temporária: é a constituída com uma finalidade específica, para desaparecer logo que a atividade tenha sido concluída.

Observe alguns exemplos para a melhor compreensão do assunto:

- A Petrobras é uma organização mista, permanente, com finalidade lucrativa.

- Um consórcio de empresas de engenharia constituído para construir uma estrada é uma organização privada, temporária, com finalidade lucrativa.

- Um hospital municipal e uma associação de moradores são organizações permanentes, sem fins lucrativos, o primeiro público e a segunda privada.

Já a respeito de sua importância podemos citar que:

Servem à Sociedade: são instituições sociais que refletem alguns valores e necessidades culturalmente aceitos.

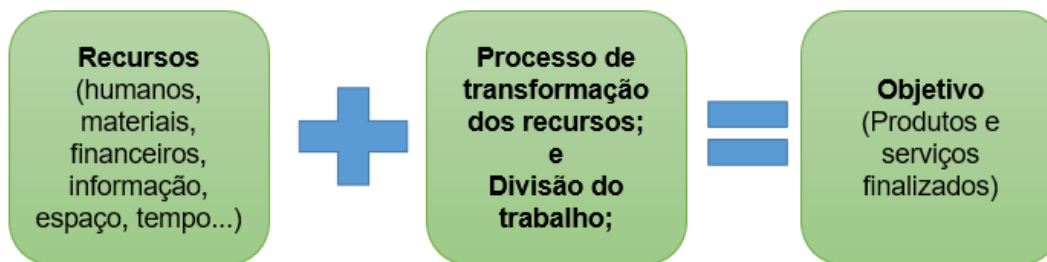
Realizam Objetivos: coordenam os esforços de diferentes indivíduos, permitindo-nos alcançar metas que, de outra forma, seriam muito mais difíceis ou até mesmo impossíveis de serem atingidas.

Preservam o Conhecimento: como as universidades, museus e corporações são essenciais porque guardam e protegem a maior parte do conhecimento que nossa civilização juntou e registrou.

Proporcionam Carreiras: proporcionam aos seus empregados uma fonte de sobrevivência.

Componentes de uma Organização

A figura abaixo apresenta um diagrama mostrando os principais componentes de uma organização, vejamos:



Fonte: Adaptado de Maximiano, 1995.

Com isso podemos observar que toda organização é composta pelo que chamamos de *inputs* e *outputs*, ou seja, entrada e saída, respectivamente, que ao passarem pelo processo de transformação, são convergidos em objetivos, e claro, nos produtos ou serviços que serão ofertados aos clientes.

Maximiano² reforça que toda organização é um sistema de recursos que procura realizar algum tipo de objetivo, e se utiliza de dois componentes importantes: *processo de transformação* e *divisão do trabalho*, como apresentado na figura acima.

Posto isso, para sua melhor compreensão, estudaremos a seguir cada um destes componentes.

Recursos

Os recursos são os meios ou ativos de que dispõem as empresas para a realização da produção.³ Quanto mais recursos as empresas tiverem ao seu alcance, melhor será o seu funcionamento e resultados, e quanto menos recursos tiverem, maiores as dificuldades no alcance de seus objetivos.

Porém, excesso de recursos significa uma aplicação pouco rentável para uma empresa, por isso a organização administrativa procura a máxima rentabilização dos recursos necessários para a obtenção dos objetivos.

Existe uma variedade de recursos empresariais, porém os recursos mais importantes são os seguintes:

1. Recursos Materiais: são os recursos físicos, como edifícios, prédios, máquinas, equipamentos, instalações, ferramentas, matérias-primas etc.

2. Recursos Financeiros: são recursos monetários, como capital, dinheiro em caixa ou em bancos, créditos, investimentos, contas a receber etc.

3. Recursos Humanos: são as pessoas que trabalham em todos os níveis da empresa, desde o presidente até o mais humilde dos operários. Na verdade, as pessoas são os únicos recursos vivos e inteligentes de uma empresa, capazes de lidar com todos os demais recursos empresariais.

Os recursos humanos estão distribuídos em todos os níveis de uma organização, desde o nível estratégico até o nível operacional, e este é o recurso mais importante que uma organização pode ter atualmente.

Alguns economistas denominam os recursos empresariais como fatores de produção, pois para eles, a produção de riqueza somente ocorre quando três fatores de produção estão presentes: a natureza, o capital e o trabalho.

Natureza: representa os meios que proporcionam matéria-prima, máquinas e equipamentos.

Capital: representa os meios que financiam a produção.

Trabalho: representa a mão de obra que transforma a matéria-prima em produto acabado ou serviço prestado, com a ajuda de máquinas e equipamentos.

² MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. *Introdução à Administração* – 6. ed. rev. e ampl. – São Paulo: Atlas, 2004.

³ <http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/as-empresas-e-seus-recursos/49451/>

Com o avanço científico, outros dois outros tipos de recursos passaram a integrar os recursos básicos de uma empresa, sendo estes os recursos mercadológicos e os administrativos.

Recursos Mercadológicos: são os recursos comerciais que as empresas utilizam para colocar seus produtos ou serviços no mercado, como vendas, promoção, propaganda, pesquisa de mercado, definição de preços etc.

Recursos Administrativos: são os recursos gerenciais que as empresas utilizam para planejar, organizar, dirigir e controlar suas atividades.

A falta de um desses recursos impossibilita o processo de produção e colocação dos bens e serviços no mercado. Assim, todos os recursos empresariais apresentam a mesma relevância. Todavia, são os recursos humanos, os únicos recursos que proporcionam inteligência, conhecimento, competência e tomada de decisões para que seja colocado em ação todos os demais recursos empresariais, que por sua vez são inerentes, estáticos e sem vida própria.

Processos de Transformação

É por meio dos processos que as organizações transformam os recursos em resultados, e alguns processos que se encontram nas organizações são:

Processo de Produção: transformação de matérias-primas, por meio de máquinas ou da atividade humana, em produtos e serviços.

Processo de Administração de Encomendas: transformação de um pedido feito ou prestação de um serviço.

Processo de Administração de Recursos Humanos: transformação de necessidades de mão-de-obra em disponibilização de pessoas.

Divisão do Trabalho

Em uma organização, cada pessoa realiza tarefas específicas, e todas contribuem para a realização dos objetivos organizacionais. A divisão do trabalho é o processo que permite superar as limitações individuais e a especialização é o elemento que agrega mais eficiência e eficácia a este processo.

Objetivos

Toda empresa existe para produzir alguma coisa, seja produtos (bens), ou serviços (educação, saúde segurança...). As empresas que produzem bens são chamadas de *empresas industriais*, enquanto que as que prestam serviços são chamadas de *empresas prestadoras de serviços*. Além da produção, as empresas precisam colocar seus produtos ou serviços no mercado e é aí que surge a comercialização.

A Organização Administrativa⁴

O papel da Organização Administrativa é exatamente alocar, arranjar, agrupar, reunir, dividir o trabalho, especializar, para que as atividades sejam executadas da melhor maneira possível.

Vale lembrar que cada organização possui uma identidade pessoal que é peculiar à sua gestão, ou seja, possui seus objetivos, seu ramo de atividade, um ou mais produtos ou serviços que oferta, uma missão, visão e valores que cabe à sua cultura organizacional, seus pontos fortes e fracos, ameaças e oportunidades inerentes ao negócio, sua política empresarial, sua situação tecnológica e financeira, entre outros. Fatos que só confirmam que cada organização é única, mas que todas necessitam de uma administração eficiente e eficaz para conseguir agregar bons resultados ao negócio.

O papel da organização administrativa incumbe o agrupamento das atividades necessárias para atingir os objetivos da empresa, esse agrupamento envolve a reunião de pessoas e recursos empresariais sob a autorização de um chefe, tendo em vista que a organização precisa lidar com pessoas, órgãos e relações de autoridade e responsabilidade.

Por fim o que devemos considerar é que a organização administrativa, serve para agrupar e estruturar todos os recursos da empresa, permitindo assim o alcance dos objetivos almejados da melhor forma possível.

A organização administrativa existe porque são muitas as tarefas do trabalho empresarial, e seria impossível uma só pessoa realizar todas com o máximo de qualidade, daí a necessidade de muitas pessoas em conjunto executando atividades diferentes, o que conduz a departamentalização da empresa (criação de áreas funcionais) e a um novo problema: o da coordenação entre as pessoas envolvidas.

Funções Organizacionais e as Pessoas que as Exercem

As funções organizacionais condizem as tarefas especializadas que serão realizadas por um grupo de pessoas ou por uma pessoa específica, para que a organização realize seus objetivos. A partir destas funções é que surgem as áreas funcionais da empresa, áreas que tem a função de determinar o conjunto de processos que será aplicado aos recursos da empresa.

A Administração Geral é que se responsabiliza pela coordenação das áreas funcionais e das pessoas envolvidas no processo do trabalho. Posto isso, Maximiano⁵ afirma que as áreas funcionais mais importantes para qualquer organização são: produção (ou operações), marketing, finanças, recursos humanos e pesquisa e desenvolvimento.

⁴ MOLINA, J. *Gestão em Petróleo e Gás. Organização*. 2015.

⁵ MAXIMIANO, Antonio César Amauri. *Teoria Geral da Administração: da Revolução Urbana à Revolução Digital*. São Paulo: Atlas, 2007.