



FORMAÇÃO INICIAL E CONTINUADA

RECEPCIONISTA



Endereço

Email

Anotações



RECEPCIONISTA

Gabardo, Maristella; Moraz, Catherine Pereira

Versão 1
Ano 2012



INSTITUTO FEDERAL
PARANÁ



Os textos que compõem estes cursos, não podem ser reproduzidos sem autorização dos editores
© Copyright by 2012 - Editora IFPR

IFPR - INSTITUTO FEDERAL DO PARANÁ

Reitor

Prof. Irineu Mario Colombo

Pró-Reitor de Extensão, Pesquisa e Inovação

Silvestre Labiak Junior

Organização

Marcos José Barros

Cristiane Ribeiro da Silva

Projeto Gráfico e Diagramação

Leonardo Bettinelli



Introdução

Prezados alunos e futuros profissionais de recepção. É com muito prazer que nós os recebemos para participar conosco nessa jornada por alguns dos aspectos mais importantes da sua futura profissão. Esperamos que vocês possam aprender um pouco mais sobre as habilidades que o profissional RECEPCIONISTA deve ter assim como as especificidades que a sua profissão exigirá.

Assim como em sua vida profissional e pessoal, tivemos que fazer escolhas, pois nem o tempo nem o espaço disponível não poderia dar conta de tudo o que você vai precisar saber nessa tão ampla, bela e encantadora profissão. Esse livro então deve ser consultado mais como um guia do que como um manual completo no qual se poderia encontrar tudo. Vale à pena lembrar também que saber “tudo” deve ser sempre o nosso objetivo, mas toda vez que ele for alcançado em algum dos campos com os quais trabalhamos devemos olhar para outros e iniciar novamente a nossa jornada.

Ao final do curso, esperamos que todos os conteúdos abordados neste material possam contribuir para o seu sucesso profissional e pessoal!

Bons estudos!

Os autores.





Anotações

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.



Sumário

Unidade 1

COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO	7
A COMUNICAÇÃO NO MUNDO DO TRABALHO	12
REFERÊNCIAS.....	16

Unidade 2

PRÁTICA PROFISSIONAL - TÉCNICAS DE RECEPÇÃO	17
ÁREAS DE ATUAÇÃO E ESPECIALIDADES.....	17
MERCADO DE TRABALHO.....	17
REFERÊNCIAS.....	27

Unidade 3

INFORMÁTICA BÁSICA.....	29
HARDWARE	30
PROGRAMAS APLICATIVOS.....	32
REFERÊNCIAS.....	36

Unidade 4

ÉTICA E ETIQUETA EMPRESARIAL	37
RELAÇÕES HUMANAS NO TRABALHO	38
REFERÊNCIAS.....	41

Unidade 5

ATENDIMENTO TELEFÔNICO E AO CLIENTE	43
A COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL.....	44
ATIVIDADE INDIVIDUAL	48
REFERÊNCIAS.....	48

Unidade 6

REDAÇÃO EMPRESARIAL	49
ELEMENTOS DA COMUNICAÇÃO	49
MODELOS DE DOCUMENTOS EMPRESARIAIS	54
REFERÊNCIAS.....	62



Unidade 1

COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO

O que é língua?

Objetivos:

- Diferenciar a língua padrão da não-padrão, seus usos e contextos;
- Auxiliar no melhor atendimento dos clientes;
- Mostrar a importância de uma comunicação eficaz em uma empresa;
- Formas de melhorar a comunicação na empresa.

Desde que um grupo de animais se organiza em sociedade eles desenvolvem meios de se comunicar, compartilhar informações e aspectos importantes para a manutenção de sua sociedade. Com o ser humano não foi diferente. Desde que nos organizamos em comunidades desenvolvemos um código para poder contar aos outros o que nos acontecia, as coisas que pensávamos, entre outras coisas. Esse sistema que compartilhamos com os outros de nossa sociedade é o mais eficaz quando se trata de transmitir emoções, informações, impressões, idéias, conhecimentos, etc. Entendemos e sentimos expressões como Eu te amo, Te odeio ou Acho que vai chover com muito mais força quando essas são ditas por pessoas que são de nosso convívio e que se expressam usando o mesmo tipo de linguagem que nós. Os homens e mulheres de uma mesma sociedade compartilham o significado e o peso que cada uma dessas expressões têm. Se eu digo você é legal ou eu te amo, apesar de ambas as expressões se relacionarem positivamente com a ação de gostar a diferença entre elas é clara para nós. Aprendemos, inconscientemente, a identificar os sons que formam as palavras, a ordem em que devemos formar nossos enunciados, o significado das palavras, de algumas expressões e a entender o que as pessoas dizem sem dizer, ou seja, as suas intenções. Como assim?

Imaginemos essa conversa. Você trabalha como recepcionista em uma central de atendimento de sua cidade e hoje vocês estão atendendo muitas pessoas ao mesmo tempo. Enquanto mais e mais pessoas vão chegando, você pede a elas que aguardem sentada a sua vez de serem atendidas. A seguinte conversa se segue:

Recepcionista: - Sr. Pedro

Sr. Pedro: - Pois não.

Recepcionista: - Vou acompanhá-lo a sala de reuniões. O Sr. Cláudio vai demorar mais alguns

Unidade 1



minutos para chegar.

Sr. Pedro: - Claro, sem problemas.

(na sala de reuniões)

Recepcionista: - O Senhor pode ficar a vontade. Deseja uma água, um café...?

Sr. Pedro: - Uma água, por favor.

Para que ambos, falante e ouvinte, possam entender essa conversa, eles têm que ser capazes de entender o que os sons emitidos pelo falante significam, como eles se agrupam e qual é o movimento que fazemos para produzi-lo. Além desse, temos que saber em que ordem as palavras devem ser postas na frase. Afinal, nenhum falante nativo diria “A Reuniões vou acompanhá sala -lo de” pois esse enunciado não faria sentido algum. A forma como a recepcionista trata o cliente e vice-versa deve ser também identificada, mantendo certo grau de formalidade exigido no ambiente de trabalho. Há uma última informação a ser interpretada nesse texto, a intenção da recepcionista ao utilizar-se desses sons, significados e dessa ordem para pergunta ao Sr. Pedro se ele desejava algo para beber. O que a recepcionista quer dizer ao oferecer água ou café ao cliente?

Ao enunciar “Deseja uma água, um café...?” a recepcionista está dizendo indiretamente ao cliente que a empresa se preocupa com o bem estar dele e deseja que ele se sinta o mais confortável possível, amenizando assim o mal estar que esse possa sentir pela demora em ser atendido. Além disso, oferecer água ou café é um gesto de cordialidade e simpatia o que diminui a formalidade do ambiente profissional.

Todos esses fatores que vimos formam o que chamamos de língua. Logo, sempre existe um falante que emite um enunciado ao ouvinte que o interpreta e que ao responder a esse enunciado se torna falante e assim por diante.

Responda:

1 - Leia atentamente o texto acima novamente e responda a essas perguntas:

a) O que é língua?

b) Quais partes formam um enunciado?

c) Analise essa conversação, identifique as partes e interprete o que o chefe quis dizer a Andréia.

- Andréia, preciso que esses vouchers sejam entregues hoje a tarde no aeroporto para o Sr.



Sousa.

- Ok, Sr. Cláudio. Pedirei ao motoboy que venha buscá-los e os entregue.
- Prefiro que você os leve pessoalmente. O Sr. Sousa é um dos nossos melhores clientes e prefiro que ele tenha um tratamento mais personalizado.

A língua padrão e a não-padrão. Confusões e usos

As línguas em geral surgem na interação entre os falantes que nela deixam suas marcas e a utilizam da melhor forma possível para atender as suas intenções. Sendo assim a língua é um órgão vivo que pode ser moldado e que vai se modificando com o passar dos anos. Mas calma! Para entendermos melhor o que acontece vejamos um pouco da história da língua portuguesa.

Não voltaremos ao início dos tempos porque de lá não temos registros claros de como surgiram e se organizaram os primeiros idiomas. Esses registros só começaram a existir com a invenção da escrita por volta de 3500 a.C. Vamos avançar um pouco mais na história até a época romana. Os romanos era um povo que dominou grande parte do que hoje conhecemos como Europa e parte da Ásia e da África. À medida que eles iam dominando esses territórios, eles espalhavam a língua que era usada em sua capital, Roma, o latim. Como ele não era imposto como língua oficial pelos dominadores, ele era aprendido e ia se adaptando como a incorporação de novos sons, palavras e formas de expressão em consequência do contato direto com as línguas dos nativos e com os usos e necessários de cada povo. Com o tempo essas diferentes formas de se falar o latim se distanciaram tanto da maneira como o latim estava sendo falado em Roma (já que esse também foi se alterando com o passar dos tempos e também não era mais igual do que foi levado a outras partes do império) que elas passaram a ser consideradas outras línguas. Foi assim que muitos anos após o fim do império romano as variantes do latim que existiam na época levaram o nome do que hoje conhecemos por italiano, espanhol, português, francês, romeno, etc. Porém, assim como não era possível que em todo território romano se falasse latim da mesma maneira, era impossível que todas as pessoas desses territórios falassem da mesma maneira. Na Itália, por exemplo, as pessoas até hoje falam os dialetos (variantes específicas de uma determinada região) que aprendem em casa (e que são muito diferentes do que conhecemos como italiano) e aprendem a falar o italiano padrão na escola. É comum as pessoas em suas regiões utilizarem o dialeto que aprenderam desde crianças e em outras regiões, falando por telefone ou escrevendo utilizem o dialeto que se denomina padrão. Mas quem decidiu ou decide qual é o dialeto padrão a ser seguido? Essa é uma questão bastante política e continua sendo assim até hoje.

Nessa época com o início da união dos diversos reinos para a formação dos países os

Unidade 1



governantes tinham que escolher uma língua que representasse o seu país e seu povo. Antônio de Nebrija em 1492 apresentou a rainha Isabel da Espanha um compilado de regras e descrições da fala dela e do seu povo de Castilha. Isabel gostou tanto da idéia que instituiu a língua descrita por Nebrija como a língua oficial da Espanha, o castelhano, hoje também conhecido como espanhol. O mesmo aconteceu na Itália que escolheu a variante da Toscana para ser chamada de italiano. As razões que levaram a essa escolha também foram políticas, uma vez que essa era a região mais rica da Itália e um dos principais pólos artísticos e culturais da época. Foi com esse dialeto também, que Dante escreveu um dos livros mais importantes da literatura italiana, a Divina Comédia. A escolha então pela variante a ser seguida ou denominada padrão não tem a ver com certo e errado, com bonito e feio, nem mesmo com mais ou menos importante, mas com uma decisão política.

A ideia de que todos na Itália falam italiano está errada assim como a idéia de que todos nós de norte a sul do Brasil falamos o mesmo português também está errada. Cada grupo social, étnico, regional utiliza a língua de uma maneira e se identifica com essa maneira. A língua ainda pode ser utilizada de diferentes maneiras mesmo dentro de um mesmo grupo por homens e mulheres; jovens, crianças e adultos, etc. Essa língua única que todos pensamos ter que usar e falar não existe, é apenas uma ilusão.

O que é isso então que aprendemos na escola e que chamam de português? Como a língua é muito variada e dinâmica, ou seja, muda o tempo todo e é (re)feita a cada conversa por quem a utiliza, não podemos esperar que pessoas de diferentes partes do mesmo país e de realidades tão diferentes se entendam. Logo,

x

para isso foi escolhida uma das variantes usadas no Brasil e foi decidido que para facilitar a comunicação entre essas pessoas, em algumas situações seria aconselhável o uso dessa língua padrão, ou seja, igual para todos. Essa variante ou língua é a utilizada nos meios de comunicação, como jornais, revistas, internet, etc. Alguns desses meios de comunicação, inclusive, publicam manuais de como seus jornalistas e repórteres devem falar e escrever. Assim como todas as outras variantes ela também é dinâmica e muda com o tempo, sofrendo alterações dependendo da formalidade esperada, se ela está sendo escrita ou falada e até mesmo sofrendo influência de alguns regionalismos. Por tanto, mais importante do que decorar regras é prestar atenção a como a língua está sendo utilizada na mídia e no seu ambiente de trabalho. Essa será a forma mais eficaz de aprender a língua padrão a que chamamos português: lendo jornais, livros e revistas; vendo os tele diários e observando a forma como as demais colegas de trabalho falam e escrevem. Afinal de nada adianta sabermos regras e regras

Não tenha vergonha de utilizar a língua que você aprendeu a falar desde pequeno. Ela faz parte da sua identidade.



se não conseguimos produzir um bom texto, de qualidade, que transmita de forma clara as intenções de quem o escreve.

Finalizando, então, essa nossa breve conversa sobre as línguas padrão e não- padrão, vale lembrar que se não existe uma única variante certa, não existe motivos para que as pessoas não utilizem as variantes que dominam em conversas informais. É claro que ao escrever um documento ou um e-mail, ou nas relações de trabalho que exijam certa formalidade é recomendado que se faça uso da norma culta, porém ao chegar em casa, com um grupo de amigos e nas mais diversas situações nas quais não se exige esse

formalidade é preferível que se utilize a língua em que fomos criados e na qual todos nos sentimos mais a vontade. Não há problema, e nem está errado dizer frô (flor), problema (problema), as menina, Ele trouxe esse livro para mim e você e tantas outras consideradas não-padrão ou até mesmo erradas por muitos. Assim como não se vai a praia com traje esporte fino, não se vai a um casamento de biquíni. Cada variante deve ser utilizada no lugar adequado, a padrão nos contextos de trabalho e a não-padrão nos contextos informais.

Se você quer saber mais sobre a língua padrão e a não-padrão leia: A língua de Eulália de Marcos Bagno publicado pela editora Contexto. Ou ainda, o Preconceito Lingüístico do mesmo autor publicado pelas edições Loyola.

Crie e faça bom uso das oportunidades que você tem ou vai ter de aprender um pouco mais sobre a língua padrão, ela vai ser muito útil para as suas relações profissionais.

Responda:

2 - Diga se essas afirmações são verdadeiras (V) ou falsas (F). Se elas forem falsas corrija as afirmações.

- a) () Todas as línguas são as mesmas desde que foram inventadas.
- b) () As pessoas que não seguem as regras da gramática não falam português ou falam português errado.
- c) () As línguas variam de acordo com a faixa etária da pessoa, sua classe social e a região onde mora.
- d) () Sempre utilizamos a língua da mesma forma independente da situação.

Se você quer saber mais sobre a língua padrão e a não-padrão leia: A língua de Eulália de Marcos Bagno publicado pela editora Contexto. Ou ainda, o Preconceito Lingüístico do mesmo autor publicado pelas edições Loyola.

Unidade 1



- e) () A língua que utilizamos no trabalho nem sempre é a mesma que utilizamos em casa.
- f) () Todos nós de norte ao sul do Brasil falamos a mesma língua portuguesa.

3) Qual é a melhor forma de dominar a língua padrão?

4) Qual é a importância de se dominar a língua padrão?

A COMUNICAÇÃO NO MUNDO DO TRABALHO

Como vimos a língua transmite muito sobre quem somos e no que acreditamos e é por isso que devemos fazer bom uso dela principalmente no mundo do trabalho. Uma das principais coisas que devemos cuidar é manter sempre um tom de voz cordial e firme ao transmitir informações aos clientes. Não devemos nos deixar levar por problemas pessoais ou profissionais na hora de realizar um atendimento, afinal a forma como nos comunicamos com as pessoas que nos procuram mostra muito sobre quem somos e qual a imagem que a empresa que representamos quer transmitir. Manter uma linguagem clara (sem termos técnicos ou rebuscados e gírias) e objetiva é muito importante para que não haja mal entendidos futuros ou para que o ouvinte não saia com a impressão de que ele foi “enrolado” ou de que as pessoas dessa empresa não sabem informar corretamente sobre os serviços que ela presta. Isso também é importante, pois, como vimos todos não





utilizamos a mesma língua (utilizamos variantes dessa língua que chamamos de português) para nos comunicarmos, por isso clareza e capacidade de adaptar o que se quer dizer a um tipo de linguagem que o ouvinte possa compreender é fundamental. Cabe também lembrar, como já vimos, que não devemos julgar ou criticar a fala das pessoas, principalmente se essas forem nossas clientes, com o risco de que as mesmas por vergonha não voltem mais. Muitos de nós já passamos ou conhecemos casos de pessoas que vão comprar mais em certas lojas ou não usam mais certos serviços por terem sido vítimas de pré-conceitos com relação a sua fala, sua roupa ou a forma como se portam. Quando estamos atendendo a uma pessoa esses pontos devem ser insignificantes e em nada alterar a forma como tratamos ao ouvinte.

Nos casos em que é o cliente ou ouvinte que está nervoso ou alterado emocionalmente é pelo nosso poder de utilizar a fala de maneira polida e calma que nos ajudará a contornar essa situação sem que nos deixemos levar pelo estado emocional do outro. Imaginemos que um senhor chegue muito nervoso na agência de turismo em que você trabalha. Ele grita com as pessoas e deseja ver o gerente imediatamente. O gerente, porém, está em uma reunião e cabe a você solucionar a situação. O que vc faria? O recomendado é que primeiramente você mantenha a calma e não altere seu tom de voz. Fale pausadamente, porém, com segurança. Respire fundo e tente acalmar o senhor oferecendo-lhe algo para beber, uma cadeira e comece o atendimento perguntando em que a empresa pode lhe ser útil. Anote as reclamações do senhor e tente resolver o problema. Se for necessário falar com gerente veja se sua reunião já terminou ou tente agendar outro horário para o cliente. Se isso não for possível comprometa-se a resolver a situação e repassar o posicionamento da empresa. As suas anotações facilitarão o trabalho do gerente, pois esse já poderá passar uma posição mais precisa da empresa com relação ao problema apresentado. Para tanto, suas anotações devem ser claras e devem ser apresentadas ordenadamente em forma de um relato. É imprescindível que você cumpra o que se comprometa a fazer para que mantenha a credibilidade da empresa. Jamais prometa o que não pode cumprir.

Algumas dicas que podem ser útil ao realizar um atendimento:

- Não fale rápido demais.
- Fale sempre com segurança.
- Tente ser o mais clara, objetiva e dar informações da forma mais completa possível.
- Esteja sempre disponível para sanar possíveis dúvidas.
- Ouça com atenção ao que os outros estão dizendo antes de julgar ou mesmo responder.
- Sempre mantenha a calma, por mais que as pessoas a sua volta não estejam calmas.
- Preze pela qualidade no atendimento atendendo com atenção aos que lhe procuram.

Unidade 1



Em grupos:

- 1 - Invente uma apresentação da empresa onde você trabalha ou sobre o IFPR. Explique quais são os objetivos dessa empresa, suas metas, sua missão, etc.
- 2 - Os demais alunos devem fazer perguntas sobre essa empresa e os demais colegas do grupo deverão responder as mesmas seguindo as dicas apresentadas acima.
- 3 - Após as apresentações façam um balanço do que o grupo realizou positiva e o que deve melhorar para poder apresentar um atendimento de qualidade.

Auto-avaliação:

Responde essas perguntas sobre a sua forma de se relacionar com a sua língua e reflita sobre as suas respostas.

a) Você respeita as diferentes formas de falar português?

b) Você tinha vergonha de falar em público? E agora? O que você pode fazer para melhorar a sua timidez?

c) O que você tem feito para aprimorar os seus conhecimentos sobre a língua padrão?

d) Conte resumidamente o que você aprendeu nessa unidade sobre o uso da língua e da comunicação. Cuidado e atenção para o uso da língua padrão e para escrever um texto que tenha começo, meio e fim.



Respostas:

1)

- a) É o sistema de comunicação que compartilhamos com outros de nossa sociedade que através da interação torna possível a comunicação de sentimentos, descobertas e pensamentos.
- b) É composto pela interação entre duas ou mais pessoas que se utilizam de um sistema de sons, e significados em uma determinada ordem para poder expressar o que intencionam.
- c) Se utiliza de um grupo de sons que formam palavras com significados e que em uma determinada ordem formam o sentido desses enunciados. Pode-se interpretar que a intenção do chefe ao proferir o último enunciado é de que ele não deseja que nenhuma outra pessoa leve esses documentos, ou por confiar mais na ATI, pela pressa ou por diversos outros fatores que só poderíamos saber se conhecêssemos melhor todos os envolvidos.

2) Resposta: a- f ; b – f; c- v; d-v; e-v; f-f

Justificativa:

- a) As línguas variam e evoluem assim como os povos. Afinal palavras como mimeógrafo, LP e goma arábica não são mais tão utilizadas e foi substituída pelo Xerox, CD e cola. Ou seja, nós nos utilizamos da língua e a adaptamos para que ela atenda as nossas necessidades.
- b) Todos nós dominamos alguma variante da língua portuguesa, por isso não existe certo ou errado. Quem domina a gramática (conjunto de regras de uma determinada variante) da língua padrão utiliza uma dessas variantes para se expressar e essa não é nem melhor e nem pior que as outras, mas diferente.
- d) As línguas padrão e não-padrão nos servem para que comuniquemos de forma mais clara o que queremos. Assim como as roupas que usamos, vão ser utilizada de acordo com a situação em que estamos e com quem falamos. Não falamos da mesma maneira com uma pessoa desconhecida, com um familiar e com um superior.
- f) Todos podemos utilizar a língua padrão para nos comunicarmos, porém a língua que aprendemos e que é a nossa língua materna não é a mesma em todas as partes do país pois ela varia de acordo com o local, as origens (se existem colônias de imigrantes na região), a classe social, a faixa etária, etc. Cada comunidade acrescenta a língua a sua marca de personalidade, que a distingue das demais.

3- Prestar atenção a como a língua está sendo utilizada na mídia e no seu ambiente de trabalho. Lendo jornais, livros e revistas; vendo os tele diários e observando a forma como as demais colegas de trabalho falam e escrevem.

Unidade 1



4) Facilitar a comunicação entre as diferentes pessoas de diferentes partes do país, pois a homogeneização facilita a comunicação entre pessoas que não são da mesma comunidade de fala. Por isso, a língua padrão é a mais recomendada para o mundo do trabalho.

REFERÊNCIAS

- FIORIN, J. L. **Introdução à Linguística 1** – Objetivos teóricos. Ed. Contexto, São Paulo:2006.
- MUSSALIM, F., BENTES, A. C. **Introdução à Linguística 1** – domínios e fronteiras. Ed. Cortez, São Paulo:2001.
- BAGNO, M. **A língua de Eulália**. Ed Contexto, São Paulo: 1997.
- PILARES, N. C. **Atendimento ao cliente**: o recurso esquecido. Ed. Nobel, São Paulo: 1989.
- FARACO, C. A., TEZZA, C. **Prática de texto**. Língua portuguesa para nossos estudantes. Ed. Vozes. Petrópoles: 1999.

Sites:

- <<http://www.historiadomundo.com.br/romana/mapa-do-imperio-romano.htm>>. Acessado em 23/12/2011.
- <<http://www.historiadomundo.com.br/romana>>. Acessado em 23/12/2011.
- <<http://www.webartigos.com/artigos/a-evolucao-da-lingua-latina-e-suas-modalidades-linguisticas/47297>>. Acessado em 23/12/2011.

Outros:

- <<http://www.cultura.pe.gov.br/patrimonio.html>>.
- V<http://w3.ufsm.br/ppgppc/index.php?option=com_content&view=article&id=105:o-que-atrim-cultural-patrim-histo-patrim-ambiental-ou-natural&catid=7:examples&Itemid=25>.



Unidade 2

PRÁTICA PROFISSIONAL - TÉCNICAS DE RECEPÇÃO



O profissional recepcionista desempenha função muito importante para a empresa, pois é ele quem recepciona e atende os visitantes ou clientes de uma instituição. Para desempenhar com sucesso o seu trabalho, o recepcionista deve sempre estar atento ao aperfeiçoamento das habilidades específicas inerentes a sua função, para que a qualidade de seus serviços se transforme em benefícios para a empresa e em crescimento pessoal.

Quais as características desejáveis para ser um recepcionista?

Fluência verbal, boa dicção, postura, concentração, facilidade e gosto em lidar com o público, organização, metodologia, dinamismo, determinação, conhecimento de assuntos gerais, atenção aos detalhes, saber administrar o tempo, bom humor, paciência, confiabilidade e responsabilidade são algumas das características desejadas pelo mercado de trabalho atualmente

ÁREAS DE ATUAÇÃO E ESPECIALIDADES

O recepcionista pode trabalhar em qualquer tipo de empresa que trabalhe com atendimento ao cliente ou com visitantes. Pode trabalhar em multinacionais, agências de publicidade, de turismo, de recursos humanos, hotéis, consultórios médicos e odontológicos, hospitais, spas, comércio, empresas de logística, bancos e financeiras, entre outras.

MERCADO DE TRABALHO

Atualmente, quase toda a empresa possui um recepcionista, o mercado de trabalho é amplo, mas para se manter na área é necessário se atualizar constantemente por meio de cursos de aperfeiçoamento e se dedicar muito à função, afinal, para um profissional qualificado, o mercado está sempre aberto. Há muitos recepcionistas desempenhando funções de

Unidade 2



secretária e vice versa, pois existem algumas atribuições em comum, mas deve-se sempre diferenciar as duas profissões.

Quais as tarefas e funções do Recepcionista/Telefonista?

- Controlar a entrada e saída de visitantes e equipamentos.
- Ser responsável pela guarda e controle de chaves.
- Elaborar relatórios para registro de suas atividades.
- Controlar e sugerir compras de materiais pertinentes à sua área de atuação.
- Receber e interagir com o público externo de forma agradável, solícita e colaborativa para prestação de informações e no encaminhamento ao local desejado.
- Prestar atendimento telefônico, dando informações ou buscando autorização para a entrada de visitantes.
- Efetuar registro e manter controle de todas as visitas efetuadas, registrando nome, horários e assunto.
- Manter-se atualizada sobre a organização, departamentos, pessoas e eventos de sua área.
- Executar outras tarefas correspondentes, conforme necessidade ou a critério de seu superior.

A arte de recepcionar

A recepção não é somente o lugar por onde passam as pessoas, mas sim o primeiro contato do cliente com a empresa, daí a importância de um recepcionista bem preparado para prestar um atendimento de qualidade. Veja abaixo algumas dicas:

- Sempre cumprimente a pessoa com “bom dia”, “boa tarde”, “boa noite”.
- Use “sempre: “Por favor”, “Senhor”, “Senhora”, “Obrigado (a)”.
- Sempre ofereça algo para beber, como uma água, café, chá, suco etc.
- Informe ao seu chefe a chegada do cliente, dizendo sempre o nome, a empresa e se possível o assunto.
- Caso seu chefe esteja ocupado, informe ao cliente a posição de atendimento; não deixe que ele pense que você não informou sua chegada, o acomode e ofereça jornais e revistas atuais enquanto ele espera.
- Não faça consultas com profissionais liberais fora de seus consultórios ou escritórios.
- Saiba a hora certa e com quem brincar, mas preferencialmente, evite brincadeiras e piadas.
- Nunca fale mal do seu local de trabalho, de seu chefe e colegas e evite fofocas ao telefone



enquanto o cliente espera.

- Não fale demais, não grite, aprenda a ouvir, com certeza aprenderá mais.
- Evite atender o celular ou tratar de assuntos particulares na frente dos clientes.
- Trate todos da mesma maneira, caso chegue alguém que você tenha mais contato, seja imparcial.

Relacionamentos – com o chefe, clientes, visitantes e colegas

Já sabemos que o recepcionista trabalha diretamente com o público interno e externo e que qualquer pessoa que lida com o público deve ter paciência, ser imparcial, saber ouvir, entre outras habilidades, pois desempenha um cargo-chave na empresa. Para desenvolvermos um bom relacionamento no ambiente de trabalho, devemos exercitar algumas virtudes fundamentais para uma boa convivência com o chefe e clientes.

Cliente: deve ser sempre valorizado, pois é a pessoa mais importante em qualquer negócio, ele não pode ser considerado uma interrupção ao nosso trabalho e sim um objetivo, um propósito, devemos sempre buscar aprimorar o nosso relacionamento com o cliente.

Saber ouvir: você já deve ter escutado aquela frase famosa: “Ouvir é ouro, falar é prata”, porque ao ouvir podemos aprender algo novo, um profissional quando sabe ouvir, fica bem informado, cria elementos indispensáveis para um bom interlocutor a uma solução justa para ambas as partes.

- Demonstre interesse.
- Mantenha contato visual.
- Esteja consciente de sua linguagem corporal.
- Participe oportunamente da conversa.
- Explore a força do silêncio.

Paciência: Está intimamente ligada ao saber ouvir. É sendo paciente que o profissional consegue em determinados casos, controlar a agressividade de algum cliente e tratar o cliente de maneira adequada é positivo para você.

Iniciativa: Tenha iniciativa para lidar com os mais diversos tipos de situações, saiba distinguir quando deve agir por conta própria ou quando consultar seu chefe ou algum colega. Saiba resolver os pequenos problemas que ocorrem no escritório do seu chefe, aliviando a sua carga

Unidade 2



de trabalho e suas preocupações.

Exemplo: Seu chefe está em uma reunião importante e lhe pede uma ligação urgente para um cliente e você percebe que não possui o telefone deste cliente. Você possui três alternativas:

- Perguntar ao chefe (mas ele está em reunião e não pode ser interrompido);
- Perguntar a algum colega;
- Usar sua iniciativa e obter os endereços nas listas telefônicas, arquivos ou em algum site de endereços e telefones.

Qual a alternativa você considera a mais adequada?

Amabilidade: Trate o público com simpatia, atenção e amabilidade. Qualquer tipo de impressão que você causar refletirá na imagem que as pessoas farão da empresa.

Tato e Discrição

- Seja discreta com naturalidade.
- A vida particular de seu chefe é confidencial e não deve ser assunto “de corredor”. Não queira impressionar os colegas com comentários sobre a vida particular de seu superior ou informações particulares sobre outras pessoas.
- Aprenda a guardar segredos profissionais. O que foi dito ou ocorreu no escritório não deve ser comentado. Nunca revele assuntos comerciais a clientes ou visitantes, pois, o que para você pode parecer sem importância, poderá fornecer a um concorrente uma informação valiosa.
- Quando seus colegas tentarem obter de você uma informação confidencial saiba contornar tais perguntas sem ofendê-los.
- Se o chefe de outro departamento lhe perguntar informações confidenciais e você não souber se ele pode ter conhecimento ou não da informação, encaminhe-o ao seu superior. Diga: “Meu chefe poderá dar-lhe melhores informações do que eu. O Senhor quer que eu peça a ele para recebê-lo?”.
- Nunca permita a alguém entrar na sala do seu chefe, na ausência dele, a não ser que tenha ordens específicas.
- Não se envolva em fofocas e na vida particular de seus colegas.



Gerenciando a documentação- Correspondências

Considera-se correspondência toda e qualquer forma de comunicação escrita, produzida e destinada a pessoas jurídicas ou físicas, bem como aquela que se processa entre órgãos e servidores de uma instituição.

O que fazer com a correspondência recebida? Tente liquidar o maior número de cartas possível, respondendo o que puder ou encaminhando para a secretária ou ao departamento/setor/pessoa responsável, se isto não for possível, guarde-as no em pastas de follow-up. Todos os volumes recebidos devem ser protocolados, classificados e encaminhados aos departamentos por pessoas competentes. Este protocolo pode ser feito através de um carimbo simples com a data e hora do recebimento, ou formulário no computador com as seguintes informações: número seqüencial data, hora, remetente, destinatário, assunto e observações. Nos serviços públicos e nas empresas mais tradicionais, utiliza-se o Livro de Registo para a correspondência recebida.

Classificações da Correspondência

Classificação pela distribuição

Oficial: é de interesse direto da empresa.

Particular: interesse do seu diretor.

Classificação pelo destinatário

Externa: deve ser controlada e só deve ser feita utilizando papel oficial e assinada pelas pessoas responsáveis ou credenciadas.

Interna: também deve ser controlada.

Classificação pela velocidade

Normal: processamento dentro do fluxo normal diário de trabalho.

Urgente: tem prioridade sobre as normais, saindo da rotina do serviço de comunicações.

Urgentíssima: exige a utilização de todos os recursos disponíveis, sem considerar o aumento dos custos.



Unidade 2



Classificação pelo sigilo

Comum: pode ser do conhecimento de todos.

Confidencial: conhecimento limitado a um número de pessoas.

Secreta: só deve ser de conhecimento da Diretoria ou de pessoas que trabalham em determinada área.

Correspondência Expedida

1 - Certifique-se que a correspondência preparada foi devidamente conferida e assinada pelo responsável.

2- Confira todos os anexos, tomando as seguintes precauções:

- a) não use alfinete ou cliques, prefira grampos;
- b) anexos devem ser grampeados separadamente do documento.

3 - Confirme se o endereço está completo e o nome do destinatário.

4. Prepare o envelope a ser utilizado.

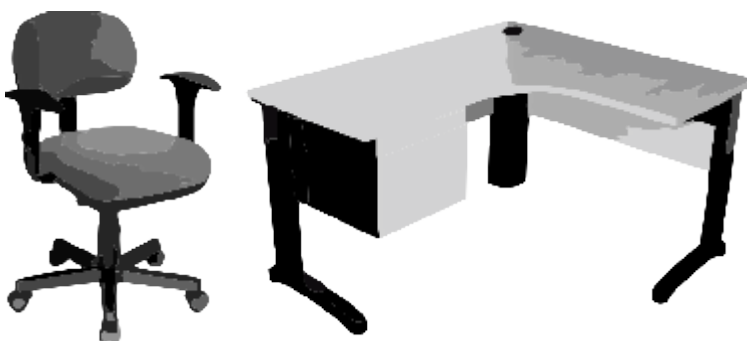
Organização local de trabalho

Muitas vezes passamos mais tempo em nosso local de trabalho que em nossas próprias casas. Se em casa desejamos ter um ambiente confortável e organizado, devemos fazer o mesmo na nossa empresa, para que a sala de recepção seja harmoniosa e funcional. A decoração de sua sala vai depender muito da necessidade da empresa, sua cultura, do seu porte, do tipo de serviço prestado ou do produto que trabalha.

Work Station = Estação de trabalho

Montagem de uma estação de trabalho básica

- Mesa em forma de L ou mesa retangular.
- Cadeira secretário (dois braços para apoio e com rodas).
- Gaveteiros e armários para arquivos





suspensos - devem estar sempre organizados de forma a permitir que sejam encontrados os objetos necessários imediatamente, envelopes, papéis, pastas, arquivos, livros e outros.

- Cadeiras, sofás ou poltronas para a recepção.

Equipamentos

- Computador;
- Aparelho telefônico;
- Impressora e scanner ou impressora multiuso;
- Fotocopiadora (xerox);
- Calculadora.



Material de Expediente

- Agenda de mesa e calendário;
- Canetas, lápis, borracha, régua;
- Caixa de entrada e saída;
- Tubos de cola;
- Clipes de vários tamanhos;
- Grampeador e grampos;
- Perfurador de papel;
- Espátula;
- Pastas suspensas para arquivos, com visores e divisores;
- Blocos para recados;
- Recados para lembretes;
- Cartucho para impressora;
- Papel tamanho A4 para impressora;
- Papel timbrado para correspondência;
- Envelopes médios e grandes;
- Elástico de látex;
- Carimbos e tinta para carimbo.



Unidade 2



Sugestão de atividade: Pesquise sobre os diversos tipos de agendas existentes e de que forma elas podem facilitar o trabalho de um recepcionista, por exemplo: Agendas Cronológicas, Agenda Alfabética, etc.

Sugestão de atividade: Pesquise sobre os diversos tipos de agendas existentes e de que forma elas podem facilitar o trabalho de um recepcionista, por exemplo: Agendas Cronológicas, Agenda Alfabética, etc.

Objetos de decoração

- Persianas;
- Tapete;
- Quadros;
- Luminárias;
- Vaso de planta natural;
- Arranjo de mesa;
- Porta revista;
- Porta guarda-chuva.

Utensílios

- 6 a 12 xícaras de café;
- 6 a 12 colheres de café ou mexedores de plástico;
- 6 a 12 copos de vidro;
- Garrafa térmica para chá e café;
- Bebedouro;
- Porto copos;
- Xícaras de chá;
- 6 colheres para chá;
- Bandeja de inox;
- Açucareiro e porta adoçante e açúcar em sachê;
- Jarra de água.





Atividade

Em duplas definir com o modelo da estação de trabalho ideal para uma recepção e realizar através da Internet ou telefone uma cotação com empresas do ramo conforme especificado abaixo:

- Mobiliário (que será definido pela equipe);
- Equipamentos de trabalho (que será definido pela equipe);
- Material de Expediente (que deverá ser definido pela equipe);
- Utensílios (que deverá ser definido pela equipe).

Observação: Cada item deve ter suas características descritas e valores colocados em uma tabela digitada no computador.

Apresentação pessoal

No seu local de trabalho e em outras situações sociais, o (a) recepcionista convive com diferentes públicos, seja no atendimento e recepção aos clientes ou quando participa de eventos corporativos, este profissional precisa transmitir uma imagem de respeito e credibilidade. Em um mercado de trabalho competitivo, a construção de uma boa imagem profissional, social e pessoal requer postura, hábitos e vestimenta adequada. Neste mundo de negócios, os profissionais que têm consciência do poder da imagem possuem uma ferramenta valiosa que os ajudará a alcançar o sucesso, qualquer que seja a profissão.

A roupa comunica

- Transmite mensagens a respeito de quem algumas propositalmente, outras não.
- Profissões diferentes requerem diferente abordagens da moda.
- Qual a imagem você quer transmitir?
- Qual imagem você transmite?
- De nada adianta estarmos com a roupa correta, se ela está suja, amassada, com a barra por fazer, descosturada, colarinho da camisa marrom de sujeira ou com



Unidade 2



manchas nas axilas, meias finas desfiadas, sapatos sujos.

Responda as perguntas:

1. Você acredita que existe algum problema em mascar chicletes no trabalho? Por quê?

2. Como você acredita que deve ser a maquiagem para uma entrevista de emprego ou durante o trabalho?

3. Você está na festa de confraternização da empresa e a banda contratada para animar é muito boa e a bebida alcoólica está liberada. Como você se comporta?

4. Qual é o grau de tolerância quanto ao modo como as pessoas se vestem na empresa onde você trabalha ou algum local onde já trabalhou?



Anotações

This image shows a full page of blank, lined paper. It features approximately 30 horizontal blue or grey lines spaced evenly apart, typical of notebook paper. The lines extend across the entire width of the page, leaving small margins at the top and bottom. There are no vertical lines, text, or other markings present.



Unidade 3

INFORMÁTICA BÁSICA

Vivemos no mundo da informação e a informática faz parte da vida do ser humano, ao se comunicar, em casa, no trabalho, na escola, no trânsito, na vida em geral. Quando assistimos televisão, falamos ao telefone, em transações bancárias, e até mesmo quando usamos o micro-ondas, e em muitas outras atividades cotidianas, estamos utilizando os benefícios trazidos pela informática.

Como podemos ver, no mundo atual, é impossível não utilizarmos os recursos da informática, por isso, todas as pessoas precisam aprender a lidar com o computador, pois esta ferramenta veio para inovar a vida das pessoas, facilitando e abrindo novos horizontes.

Você sabe o que é Informática?

Informática: Ciência que estuda o tratamento racional e automático de informação armazenamento, análise, organização e transmissão de dados. Em português, a palavra informática é formada pela junção das palavras informação + automática. Pode dizer-se que informática é a ciência que estuda o processamento automático da informação por meio do computador.

Microcomputador: Máquina que processa uma grande quantidade de dados com rapidez e precisão. Entre as vantagens do computador podemos citar:

- Grande velocidade no processamento e disponibilização de informações;
- Auxilia na execução de tarefas repetitivas;
- Propicia a redução de custos em várias atividades.



Foto disponível em: www.institutocsu.org.br

Unidade 3



HARDWARE

É a parte física de um PC, como por exemplo, CPU, Monitor, etc.

Monitor: é um dispositivo de saída, serve para o computador exibir ao usuário programas em execução, vídeos, animações e outros tipos de informações. Atualmente existem diversos modelos com tamanhos diferentes, de 14 até 21 polegadas.

Teclado: serve para que o usuário forneça informações ao computador. Semelhante aos teclados usados nas máquinas de escrever. O teclado apresenta, além das teclas de letras e números, algumas das seguintes funções:

Esc: É usada para abandonar um programa, ou cancelar um comando. É a primeira tecla do lado esquerdo do teclado.

Tab: É usada principalmente em programas editores de texto. Define tabulação.

Caps Lock: Quando esta tecla estiver acionada, qualquer letra digitada no microcomputador será interpretada como maiúscula. Quando pressionar a tecla novamente o comando será desativado.

Shift: Possui a mesma função que o fixador (Caps lock) de letras maiúsculas usado na máquina de escrever. Além disso, possui também a função de acionar alguns caracteres posicionados na parte superior das teclas.

Ctrl: Esta tecla gera comandos especiais quando utilizada em conjunto com outra tecla. Esses comandos dependem do programa em uso.

Alt: Esta tecla funciona como uma segunda tecla de controle do microcomputador. A tecla Alt também possui a função de gerar caracteres com significados especiais em certos programas.

Backspace: Apaga o caractere do lado esquerdo em textos.

Insert: Modo de inserção de linhas, caracteres ou palavras no texto.

Enter: tecla que confirma a entrada de dados no microcomputador.

Delete/Del: Possui a função de apagar dados inseridos no microcomputador. Em textos apaga o caractere à direita.

Home: Leva o cursor para o começo da linha.

End: Leva o cursor para o final da linha.

Page Up: Sobe o cursor.

Page Down: Desce o cursor.

Gabinete: é uma grande peça metálica que fica geralmente ao lado do monitor e que serve para armazenar e processar as informações. A maioria dos gabinetes possui, um botão de força (chave liga/desliga), e um botão de reset que serve para reinicializar o computador.

Mouse: dispositivo de apontamento, ou seja, é um dispositivo de entrada que o usuário utiliza



para posicionar uma seta nas opções da tela executando em seguida um clique, solicitando assim que o programa realize determinada ação.

Scanner: dispositivo de entrada que captura imagens, fotos ou desenhos transferindo-os para a tela, onde podem ser trabalhados (editados) e depois impressos de volta para o papel ou armazenados em disco.

Impressoras: Dispositivos de saída que passam para o papel o resultado do trabalho desenvolvido no microcomputador, como textos, relatórios, gráficos. Para diferentes tipos de impressão existem diferentes impressoras:

Matriciais: São as mais comuns no mercado, utilizam um sistema de impressão por impacto de agulhas (9 ou 24) contra uma fita sobre um papel. São bem rápidas, com qualidade de impressão regular. O preço é baixo e sua velocidade é medida em CPS (Caracter Por Segundo), indo até cerca de 800 CPS, coloridas ou não.

Jato de tinta (Deskjet): Funciona com borrifamento de jatos de tinta, formando minúsculos pontos sobre o papel. São silenciosas e possuem ótima qualidade de impressão, chegando a 300 *DPI* (*Dot Per Inch*, pontos por polegada) ou mais, tornando-se uma boa alternativa para quem não pode comprar uma laser. São relativamente lentas, podendo ou não ser coloridas. Possuem uma boa qualidade de impressão. Preço intermediário.

Laser: Produz cópias de alta qualidade com absoluto silêncio, sendo sua velocidade medida em PPM (Páginas Por Minuto). Existem no mercado impressoras de 4 até 16 PPM. São muito difundidas apesar do custo elevado, tanto em equipamento como em seu material de consumo. Podem ser coloridas, mas, neste caso, o preço torna-se proibitivo para aplicações não profissionais.

Memória: São dispositivos que permitem a um computador guardar dados, temporariamente ou permanentemente. Memória é um termo genérico usado para designar as partes do computador ou dos dispositivos periféricos onde os dados e programas são armazenados.

A menor unidade utilizável para representação de informações em um computador é o *BIT*. Como este único bit é insuficiente para representar um caractere eles são reunidos em conjuntos de oito. Estes conjuntos de 8 *bits* recebem a denominação de *byte*.

Quando nos referimos às informações armazenadas em um computador utilizamos, portanto o termo *byte*, correspondendo a um caractere. Tendo em vista que a unidade *byte* é consideravelmente pequena quando indicamos valores mais extensos, utilizamos múltiplos do *byte*:

Unidade 3



Kbyte - Unidade equivalente a 1.024 <i>bytes</i>
Mbyte - Unidade equivalente a 1.024 <i>kbytes</i>
Gbyte - Unidade equivalente a 1.024 <i>Mbytes</i>

A memória divide-se em dois tipos distintos: a memória Principal e a memória Secundária. Enquanto a memória principal é responsável pelo armazenamento temporário dos dados necessários ao processamento, a secundária é responsável pelo armazenamento “permanente” das informações. A memória principal é dividida em RAM e ROM. Memória RAM- (Random Access Memory) ou memória de acesso aleatório. A informação armazenada nessa memória é apenas temporária. Se você quiser preservar o seu conteúdo, que pode representar horas de trabalho, deve movê-lo da Memória do Computador para um DISCO de armazenamento, operação conhecida como SALVAR.

Memória ROM: Um outro tipo de memória existente nos microcomputadores é uma que permite apenas a leitura das informações nela contidas. É a ROM (de Read Only Memory). Esta memória não perde as informações ao ser desligado o equipamento, portanto nela estão contidos os códigos básicos de operação do equipamento, suas rotinas de inicialização e auto-teste. Tais informações não podem ser alteradas, apenas lidas. Este conjunto de códigos de operação/funcionamento forma o sistema básico de entrada e saída (BIOS) da máquina.

Memória Secundária: São geralmente não-voláteis, permitindo guardar os dados permanentemente. Incluem-se, nesta categoria, os discos rígidos, CDs disquetes, etc.

Sistema Operacional: é uma coleção de programas que inicializa o hardware do computador, fornece rotinas básicas para controle de dispositivos, fornece e gerência, faz escalonamento e interação de tarefas, mantém a integridade de sistema. O Windows e o Linux são os principais exemplos de sistemas operacionais para microcomputadores.

PROGRAMAS APLICATIVOS

Os programas aplicativos, ou simplesmente aplicativos, ajudam você a fazer seu trabalho. Por exemplo, redigir um texto, escrever cartas, elaborar tabelas ou um gráfico.



Editores de Texto

São também conhecidos como processadores de texto, já que os mais avançados não se limitam a oferecer uma maneira informatizada de “datilografar” textos, mas possuem ainda a possibilidade de correção automática, pré-visualização da impressão, inserção de figuras e tabelas, além da utilização de modelos, o que os torna bastante poderosos.

Existem vários editores disponíveis no mercado, os mais conhecidos são: Word, WordPerfect, AmiPro, BrOffice.

Para uso no trabalho, por exemplo, encontramos bastante o WORD da empresa Microsoft. O Word possui recursos de formatação de textos e tabelas, inserção de figuras, modelos e possibilidade de gerar etiquetas e cartas para mala direta.

Salvar: Função que armazena informação residente na memória em um determinado local, com um determinado nome, em um dos discos do seu computador.

Atividade 1- individual

Localize e digite o texto identificado no site abaixo observando as regras básicas de digitação conforme instruções abaixo:

As 8 horas que fazem a diferença
Texto do professor Luis Almeida
Marins Filho. Acesse o site:
<http://marketingvendas.blogspot.com>

- Título: Fonte Arial 14, estilo negrito itálico, cor vermelho e alinhamento centralizado;
- Corpo do texto: Fonte Arial 12, alinhamento justificado e parágrafo de 3cm.

Planilhas Eletrônicas ou Planilhas de Cálculo

São programas capazes de construir planilhas e, a partir destas são efetuados cálculos envolvendo fórmulas, tais como orçamentos, previsões, folhas de pagamento e até o controle de notas dos alunos. Dentre as mais comuns, destacamos: Excel, Lotus 1-2-3, Quatro Pro, Supercalc.

Navegadores

Também são chamados de browsers, são utilizados para “navegar” na Internet. Resumidamente, é o programa responsável por mostrar as páginas da Internet, exemplo: Internet Explorer, Google Chrome, Mozilla Firefox, entre outros.

Unidade 3



Internet

Hoje não temos como desenvolver nossas atividades sem a utilização da internet, seja no trabalho para acessarmos nosso e-mail, procurar informações sobre produtos, serviços, efetuar pagamentos bancários, localizar pessoas, e em casa para nos comunicarmos e interagirmos com nossos familiares e amigos, entre inúmeras outras facilidades desta tecnologia. Para nos conectarmos, necessitamos de equipamentos e programas específicos, uma linha de telefone e de algum servidor ou provedor, esses equipamentos varia de acordo com a necessidade de cada usuário.

Download

Significa descarregar (*down*=baixo, *load*=carga), copiar um arquivo eletrônico; Processo de captura de informações pela cópia de arquivos localizados em computadores distantes por seu próprio computador local.

Forma de realização usual: através de links que estão em páginas Web (estes links apontam para arquivos que podem ser baixados).

Para se fazer um download deve-se clicar com o botão do mouse no link desejado e selecionar a opção “Download”, então abrirá uma janela com uma barra de progressão para o download. O processo inverso é chamado UPLOAD.

Comunicação: Existem diversas formas de comunicação via Internet, dentre as quais destacam-se:

- E-mail;
- Chats;
- Mensagens instantâneas (ICQ, MSN, Yahoo messenger);
- Skype (voz pela internet);
- Sites de relacionamentos:
- Orkut: www.orkut.com;
- Facebook: www.facebook.com;
- MySpace;
- Twitter;
- Badoo;



E-mail-Abreviação de electronic mail, correio eletrônico.

- Serviço de recebimento e envio de e-mails, oferecido gratuitamente aos usuários;
- Para se ter acesso é necessário efetuar um cadastro com alguns dados do usuário;
- Utiliza páginas Web para a digitação e visualização das mensagens;
- Os fornecedores não se responsabilizam pelo conteúdo das mensagens, nem por qualquer dano que os usuários venham a ter ao utilizarem o serviço;
- Para se redigir um e-mail, é necessário que você abra sua caixa de e-mail (informando endereço de e-mail e senha) e escolha a opção “Escrever e-mail” ou “Novo”;
- Então, deve-se informar o endereço de e-mail da pessoa que irá recebê-lo, informar o assunto e digitar seu conteúdo;
- Por fim, deve-se clicar em “Enviar”.

Atividade

- 1 - Crie seu endereço eletrônico e troque mensagens com seus amigos e colegas.
- 2 - Envie para seu amigo ou colega o texto digitado anteriormente: “As 8 horas que fazem a diferença”.

Responda

- 1 - Qual o conceito de Internet?
- 2 - Faça uma breve pesquisa sobre “A história da Internet e a influência da Internet em nossas vidas” e apresente aos seus colegas.
- 3 - O que é um browser ou navegador?
- 4 - O que significa Download?

Respostas

- 1 - *Internet* - é a maior interconexão de redes de computadores que permite a estes conexão e comunicação direta; Tem caráter planetário e aberto ao público, que conecta redes de informática de organismos oficiais, educativos e empresariais.
- 3 - Um *browser* ou navegador é um programa que permite a navegação na *Internet* e a visualização das páginas na *Web*; O browser mais difundido é o *Internet Explorer*.
- 4 - Download significa descarregar (*down*=baixo, *load*=carga); Copiar um arquivo eletrônico;

VELLOSO, F. C. Informática: conceitos básicos. 2ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

www.portaldoprofessor.mec.gov.br

Anotações

[illegible]



Unidade 4

ÉTICA E ETIQUETA EMPRESARIAL

Porque ética e etiqueta estariam presentes num livro para Recepcionistas?

Qualquer profissional que queira se destacar no mercado de trabalho e ter melhores oportunidades, precisa obter conhecimentos específicos sobre padrões de conduta adequados. Profissionais que lidam com o público, precisam conhecer os costumes sociais, regras protocolares e hábitos culturais existentes no mundo e usar estes conhecimentos a seu favor, pois em um mundo altamente competitivo, a pessoa que conhece e cultiva bons modos tem melhores chances de ascensão pessoal e profissional.

Mas antes de estudarmos as regras de conduta social, se faz necessário um breve entendimento sobre ética profissional, aqui estão algumas informações para facilitar a colocação destes conceitos em prática:

Ética Profissional

Falar sobre ética é complexo e abrangente, pois precisamos rever valores sociais, educacionais e morais. É complexo, pois cada indivíduo pode interpretar esses valores de diversas formas, dependendo da maneira como foi criado, dos exemplos que teve durante sua criação e do meio social em que vive.

Ética é o estudo do comportamento humano, ela sustenta e dirige as ações do homem, norteando sua conduta individual e social. Tais princípios e valores correspondem a moralidade, religião, honestidade, comportamentos, atitudes, posturas etc.

Na vida profissional, as nossas atitudes são constantemente avaliadas pelos nossos superiores, colegas e clientes, então, aquele que possui uma conduta ética ao exercer sua profissão, terá maior destaque no mercado, permanecendo nele (mercado) por mais tempo, tendo sua carreira consolidada e respeitada.

Um profissional íntegro é aquele que age em conformidade com seus princípios morais e valores, sem prejudicar as pessoas em sua volta, porém o que vemos hoje são interesses pessoais em se sobressair perante os demais.

Segundo Antônio Lopes de Sá (2000), há algumas virtudes básicas profissionais:

- Zelo: responsabilidade individual, fundamentada na relação entre o sujeito e o objeto de trabalho. “Desejar fazer cuidadosamente, procurar ser perfeito, abranger todas as

Unidade 4



possibilidades que garantem a boa qualidade do que se faz, ser eficaz e cumprir tudo isso com amor e prazer caracteriza bem a virtude do zelo”.

- Honestidade: “É necessário ser honesto, parecer honesto e ter ânimo de sê-lo, para que exista a prática do respeito de direito de nosso semelhante”.
- Sigilo: Eticamente, o sigilo é compromisso de honra, a preservação do silêncio é obrigatória. “ Nem tudo é objeto de sigilo, mas preferível será sempre o profissional que se reserve quanto a tudo o que sabe e que lhe é reservado pelo cliente ou que ele veio a saber, por força da execução do trabalho.
- Competência: é o conhecimento suficiente para o desempenho eficaz de uma tarefa de forma adequada e pertinente a um trabalho. “ O conservadorismo é prejudicial à competência quando gera menor qualidade de trabalho e maiores custos aos utentes serviços.

RELAÇÕES HUMANAS NO TRABALHO

- A adoção de princípios éticos e comportamentais reflete o tipo da organização da qual fazemos parte e o tipo de pessoa que somos. Segundo Sá (2000), cada um possui sua própria identidade, muito embora exista semelhança entre as pessoas, nunca poderemos ser idênticos, caracterizando assim, o que pode ser chamado de caráter.
- As relações humanas dentro de seu trabalho resumem-se em obter e conservar a confiança de seus colegas e clientes.
- As relações humanas no trabalho, portanto, tem a finalidade de.

Criar um clima de bem estar, promover conhecimento mútuo, valorizar as pessoas humanas, evitar conflitos, etc.

As relações humanas no trabalho, portanto, adequada evitará:

- Trocas freqüentes de pessoal, redução de produtividade, faltas, erros e acidentes, inimizades, etc.

Algumas causas de desajustamento no trabalho:

- Problemas familiares, relações amorosas (namoro, casamento), problemas de saúde, rivalidade (inveja), mudança de chefia, insegurança no trabalho, falta de valorização humana.



As portas de solução são:

- Conhecer perfeitamente a empresa em que trabalha, conhecer bem os chefes, discussão dos problemas em grupo (diálogo), a motivação dos membros do Grupo (empresa) .

O recepcionista deverá trabalhar harmoniosamente com colegas de trabalho sem fazer distinção de qualquer espécie.

Relações humanas podem ser entendidas como:

Comunicação interpessoal: É fato que nos relacionamos com as pessoas o tempo todo, desde os momentos mais simples, como quando compramos o pão na padaria perto de casa, ou caminhamos pela rua, até quando se participa de uma reunião com a gerência da empresa para a solução de um problema que decidirá o destino da organização.

Comunicação intrapessoal: A comunicação intrapessoal é aquela mensagem que circula no nosso interior, na nossa mente, sendo assim, os pensamentos. Estes pensamentos e a forma como iremos exprimir uma mensagem antecede a ação de falar, e, a maneira como processamos mentalmente uma informação influenciará a nossa interação com o outro

Sugestão de atividade

Se possível, assistam ao filme: “O Diabo veste Prada” e façam um pequeno resumo analisando o filme e as relações com ética profissional e assédio moral.



Foto disponível em: <<http://www.lightroom.com.br>>

Unidade 4



Etiqueta Profissional

O relacionamento interpessoal é umas das competências mais valorizadas no mercado de trabalho atual. Nesse ambiente, saber relacionar-se adequadamente com seus colegas de trabalho e comportar-se em eventos empresariais gera respeito e harmonia, além de somar pontos na construção da carreira e imagem profissional.

Vários autores afirmam que, até mesmo na competição por uma vaga no mercado de trabalho, entre dois candidatos igualmente preparados para o cargo, tem maiores chances aquele com boa apresentação e que saiba comportar-se de maneira adequada.

As dicas são muitas e variadas. Algumas situações, pela frequência com que ocorrem na vida profissional, exigem maior cuidado, entre elas:

Pontualidade nos Compromissos: Uma regra básica que, apesar de indispensável, é uma das mais desrespeitadas, a pontualidade deve ser uma questão de honra, não se pode atrasar, salvo se ocorrer uma situação absolutamente imprevisível. E, neste caso, é preciso telefonar avisando.

Uso do Celular: No ambiente de trabalho, deve-se evitar usar o telefone celular e engatar um bate-papo, deixando seus colegas de trabalho como espectadores de um "show" que não pediram para ver. A única exceção pode ser aberta quando se está aguardando uma notícia importante e, mesmo assim, as pessoas em volta devem ser avisadas e se deve pedir licença para atender a chamada.

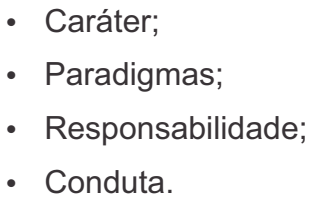
Memória Falha: Esquecer o nome da pessoa com quem está falando é uma falha que pode acontecer com qualquer um. Nesses casos, a regra é simples: não confie em sua memória e anote em um caderno ou agenda o nome das pessoas com quem tem contato no seu dia a dia.

Estrangeiros: Regras de etiqueta mudam de país para país e o ideal, para quem vai ter contato com profissionais de outros países, é procurar informar-se sobre alguns hábitos culturais dos visitantes.

Cumprimentar pessoas: Quem quer que esteja se apresentando ou sendo apresentado, deve sorrir e olhar a pessoa nos olhos. O famoso tapinha nas costas e os beijinhos devem ser evitados sempre, a menos que haja grande intimidade entre eles e a ocasião permita esse tipo de carinho.

Auto avaliação

Defina para si mesmo alguns termos relativos aos temas abordados. O que significa para você?



REFERÊNCIAS

SÁ, A. L. **Ética Profissional**. 3a.ed. São Paulo: Atlas, 2000.

VIEIRA, M. C. de A. **Comunicação empresarial**. Etiqueta e ética nos negócios. São Paulo: Editora SENAC, 2007.

Sites

<<http://www.secretariamoderna.com.br>>

<<http://www.sinsesp.com.br>>

Anotações

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.



Anotações

[illegible]



Unidade 5

ATENDIMENTO TELEFÔNICO E AO CLIENTE



Disponível em: <<http://www.recepcionistas.com.br>>

O que significa comunicar?

Comunicar é compartilhar ideias, sentimentos e experiências com outras pessoas que conhecem o significado daquilo que se diz e do que se faz, ou seja:

- A comunicação faz-se em diversas situações e é tão importante para o desenvolvimento individual ou social, como o ar que respiramos;
- Através de um sistema de sinais exprimimos o que queremos às outras pessoas e estabelecemos um sistema de relações;
- Cada um de nós comunica através de um sistema de símbolos: sinais verbais ou não verbais, e assim exprimimos o que queremos às pessoas;
- Através da comunicação assimilamos a cultura – os valores, as regras, o saber, o modo de vida da sociedade onde vivemos. As pessoas com quem convivemos, desde que nascemos comunicam-nos os princípios pelos quais se deve reger e orientar o nosso comportamento e assim aprendemos a comunicar;
- A comunicação no seu sentido lato e pragmático, ocorre sempre a dois níveis;
- VERBAL = traduz-se em tudo aquilo que transmitimos oralmente ou por escrito; (livros, cartazes, rádio, televisão, cartas etc...)
- NÃO VERBAL = é tudo aquilo que comunicamos através de nossas expressões faciais,

Unidade 5



postura, gestos, mímica, movimento do corpo, inflexão da voz, ritmo, silêncios, etc.

Assim, os comportamentos de alguém perante outra pessoa,, a todos os níveis, (gestos, ritmo das palavras, olhar, silêncios, etc.), vão integrar a mensagem verbal que o receptor recebe, influenciando o que ele interpreta.

ACOMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

A comunicação empresarial deve ser inicialmente desenvolvida dentro da instituição, através de políticas que valorizem seus funcionários, como planos de carreira, programas de qualidade de vida, salários justos, boas condições do local de trabalho, são iniciativas primárias para uma comunicação organizacional positiva.

Mas, obviamente a comunicação organizacional não depende somente de fatores internos conforme os citados acima, a comunicação com seu público externo (clientes e fornecedores) também transmite uma mensagem e cria uma imagem à sociedade.

Segundo Andrade (2003, p.85), clientes e fornecedores procuram as organizações para: Sollicitar, informar-se ou informar, reivindicar, reclamar e queixar-se, sugerir, pagar, receber, comprar, vender, permutar, acordar, visitar, convidar, doar.

Atendimento telefônico

Dicas úteis para falar corretamente ao telefone

por Mirian Nasser Gomes

As empresas fazem de tudo para se modernizar e usam todas as tecnologias disponíveis para oferecer um bom atendimento ao cliente. Isso, sem dúvida nenhuma, é de grande valia. O problema é que colocam tudo a perder quando o atendimento telefônico é falho, ineficiente e ruim.

Quantas vezes você pesquisou uma empresa na internet, viu o site, ficou maravilhado com tudo o que a empresa oferece ao cliente e, quando precisou de um contato telefônico, veio a decepção: atendimento péssimo e sem receber o retorno de seu questionamento que tanto aguardava.

O telefone ainda é um instrumento de vendas e de networking muito importante, por isso é necessário levar em conta alguns fatores quando precisar falar com um cliente ou mesmo para encantá-lo. Não se esqueça também da qualidade do atendimento que dá às ligações internas, que também compromete a comunicação e a agilidade no andamento dos negócios de



sua empresa. Lembre-se: trate sempre bem o cliente. Não se esqueça de que você também é cliente e deseja ter um bom atendimento e ser tratada com respeito. Então, faça o mesmo!

Dicas:

- Nunca fale o habitual “alô”. Use a prática utilizada pela empresa: nome da empresa, seu nome e sua saudação para ligações externas e apenas seu nome ou, se preferir, também uma saudação para as internas.
- Evite o terrível “quem fala?”, “quem é?” “quem gostaria?”. Seja cortês ao telefone e pergunte de uma outra forma como “por gentileza, quem deseja falar ou quem quer falar?”
- Se o cliente precisar aguardar na linha, não o deixe esperando por muito tempo, pois correrá o risco dele desligar o telefone ou atender outra linha interna dele.
- Nunca digite enquanto fala ao telefone e evite fazer barulho ao redor que possa prejudicar a conversa com o cliente.
- Caso esteja em uma ligação particular e seu telefone tocar (linha interna ou externa), desligue ou coloque sua chamada em “espera ou hold”. Dê prioridade às ligações da empresa.
- Se tiver uma crise de riso, soluço ou tosse, peça licença ao cliente e coloque o telefone em “espera”.
- Se tocar uma outra linha, peça licença por 1 minuto, atenda a 2ª linha e diga que está em outra ligação e que retornará em seguida.
- Evite comer, beber, mascar chiclete ou chupar bala enquanto fala ao telefone.
- Caso seu chefe não esteja disponível para atender o cliente, jamais peça para o cliente ligar mais tarde ou de novo. Quem deve retornar a ligação é você.
- Se combinar dia e horário para retornar a ligação, faça-o conforme o combinado, ou, caso haja algum imprevisto, avise ao cliente. Se a ligação for feita para um celular, sempre inicie a conversa, perguntando se a pessoa pode atender naquele momento.
- Nunca diga “Ele não se encontra”, afinal ele não está perdido. Diga apenas “Ele não está”.
- Quando for transferir uma ligação externa a alguém internamente da sua empresa, tenha a delicadeza de adiantar o assunto ao colega de trabalho e só assim transferir a ligação. Não cometa a grosseria de transferir diretamente a ligação sem mesmo saber se seu colega está em seu local de trabalho ou mesmo se ele poderá atender o cliente pois o cliente voltará a ligar para você, e, provavelmente estará irritado.
- Use um tom de voz firme, claro e gentil ao telefone. Evite gírias, diminutivos, gritos, intimidades (amor, bem, querida).
- Se estiver ao telefone com o cliente, evite conversar com a colega de trabalho quando ele sair

Unidade 5



da linha por alguns instantes. Ele poderá ouvir algum assunto pessoal ou da empresa.

- Se estiver resfriada, evite tossir, espirrar ao telefone enquanto fala. Peça um minuto e coloque o telefone em “espera”. Caso a situação esteja crítica, peça desculpas e ligue em seguida, quando estiver se sentindo melhor.
- Sorria ao telefone. Você pode não perceber, mas fará toda a diferença. Você não se sente mais à vontade quando alguém fala com você sorrindo? Pois é...
- Se não quiser ofender o cliente, evite falar “Ele saiu”, “Está em reunião”, “Não pode atender”. Procure ser sincera na medida do possível e evite esses clichês.
- Seja natural ao telefone. Você não percebe quando alguém está mentindo ao telefone? Tenha certeza de que os outros também!
- Tente se conter com clientes mal-educados. Mantenha sua classe e postura e tente acalmá-lo. Jamais o interrompa, grite, ou seja agressiva com ele.
- Na necessidade de anotar um recado para o chefe ou colega de departamento, tenha sempre à mão papel e caneta, escreva com letra legível e fale e anote corretamente. Atenção: não faça o cliente repetir várias vezes o recado. Ninguém suporta isso!
- E, não se esqueça de anotar dia, hora e assinar o recado ou, se preferis, envie um e-mail. Não faça o que geralmente a maioria faz; que é o de transmitir o recado quando se encontrar com o colega. E se você não vê-lo? Ele ficará sem receber o recado?
- Quando precisar deixar um recado no celular ou no escritório do cliente, fale de forma clara e pausada, repita apenas o telefone de contato e agradeça.
- Por fim, quando ligar para alguém, diga já na primeira frase seu nome, empresa e porque está ligando. Assim evitará aqueles intermináveis e cansativos diálogos. Diga: “Bom dia, sou fulana, da empresa tal ... e dê seu recado”. Simples assim!

Etiqueta ao Telefone

por Maria do Carmo Lima*

Você já ligou para alguém e sentiu-se cansada, desmotivada só de ouvir o tom de voz do outro. Não que a conversa fosse propriamente chata. Mas, realmente, o tom de voz, a falta de entonação não eram adequados. Outra situação, já ligou para uma empresa e teve a sensação de que a recepcionista queria fazer qualquer outra coisa, menos atender ao telefone? Alguém que parece estar ali “amarrada”, sendo forçada a atender (logo quem) o cliente. Dá vontade de pedir desculpas e desligar rapidinho, não é mesmo?

Por isso, para evitar este comportamento, é necessário sabermos utilizar as regras da etiqueta ao telefone. Assim como nas mais diversas situações, precisamos ser simpáticos, claros e demonstrar ânimo naquilo que fazemos. Não importa se é a primeira ligação das 8h da



manhã ou a última do dia, as 20h. Tenha ênfase em sua fala, seja cordial, gentil, empático. Procure compreender o problema alheio.

Seja empático: Coloque-se no lugar do cliente. Para isso você precisa imaginar quão sério e significativo é a reivindicação do outro. Imagine que você é um atendente de um Pronto Socorro Infantil do Big Bom Plano de Saúde. Uma mãe desesperada, chorando entra na sala com o filho com 38,5 de febre. Bom, isso não é uma febre muita alta, você pensa. Então, vira-se para a mãe e diz: Senhora, isso não é nada (com o ar mais natural do mundo). Vou preencher sua filha e em 15 minutos o médico a atenderá. Imagine a aflição dessa mãe, que pode ser "marinheira de primeira viagem", pode ter feito tratamento para engravidar o que agrava seu medo. Ela pode não ter a menor idéia do quanto é considerado "normal" para uma febre. Mas sabe que ama seu filho. Talvez, se você mudar um pouco a forma de falar...: "-Senhora, o médico vai atender seu filho em poucos minutos. Procure ficar calma porque esta temperatura indica apenas uma febrícula. Nós estamos aqui para ajudá-la. Não se preocupe". Você vai perceber que o retorno positivo virá naturalmente.

Por outro lado, para nos comunicarmos com precisão é fundamental sermos bons ouvintes. Nada mais chato que ser interrompida a cada vírgula. Concentre-se no que o outro diz! Demonstre que sua atenção está completamente voltada para atendê-lo(a). Não se permita divagar. Use seu felling para perceber o que está nas entrelinhas. E, ao interromper o outro inadvertidamente volte atrás e desculpe-se da falta de cortesia.

E quando somos atendidas por alguém com Síndrome de Odontopediatra? Imagine a cena: "Meu anjinho, abre a boquinha, para eu ver o dentinho. Obrigadinha. Aqui uma revistinha. É uma lembrancinha para você que foi lindinha. " Nossa! Tudo bem, quando temos entre 2 e 3 anos, pode até ser legal. Mas, vamos combinar que passando dos 15 anos, ao sermos atendidas por: "Queridinha, amorzinho, meu bem", nos sentiremos fora de contexto. A menos que seja um gato tipo Brad Pitt ou Richard Gere (para as que passaram ligeiramente dos 30). Neste caso, prevalece a regra da cortesia e entusiasmo.

Atenda ao telefone seguindo a regra básica, mas que não falha: Diga o nome da Empresa, Seu nome e Cumprimento ao interlocutor. Fale pausadamente para ser entendida na primeira Evite o: Quem? De onde? Lembre-se de tratar cada telefonema como único, especial, vip, super!.

Maria do Carmo Ferreira Lima - Bacharel em Secretariado Executivo Bilíngüe pela Universidade Anhembi Morumbi e Especialista em Gestão de Recursos Humanos pela Universidade de Santo Amaro. É articulista para alguns sites, como o <<http://www.rh.com.br>>.

Deixando recados: Você deve primeiramente, identificar-se, dizendo seu nome, empresa, e o assunto de forma compreensível. Seja conciso, os recados devem ser objetivos e não extensos.

Unidade 5



Usando o viva-voz: Sempre informar a pessoa com quem você está falando ao telefone que você está usando o “viva voz” por determinado motivo. Se houver mais pessoas na sala, identifique-as primeiro e deixe que essas pessoas cumprimentem quem está do outro lado da linha.

Atividade individual

Você, como recepcionista da empresa onde trabalha, necessita ausentar-se de seu ambiente de trabalho por motivo de férias. Ficará em seu lugar sua colega Ana que desconhece as normas do bom atendimento telefônico e ao público. Para orientar o substituto no momento de sua chegada, você deve deixar por escrito todas as recomendações sobre a forma de condução no processo de atender ao telefone e ao público, no que se refere a:

- forma de atender ao telefone corretamente;
- repasse de ligações à Diretora e aos outros setores;
- anotação de recados e repasse dos mesmos aos interessados;
- seleção de telefonemas (filtragem das ligações);
- o tratamento a ser dispensado aos clientes internos e externos;
- como lidar com reclamações dos clientes;
- como recepcionar corretamente os clientes.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, C. T. de S. **Curso de relações públicas:** relações com os diferentes públicos. 6 ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

Sites

<<http://www.recepcionistas.com.br>>

<<http://www.brasilprofissoes.com.br/profissoes/recepcionista>>

<http://www.fenassec.com.br/c_artigo_comportamento_etiqueta_busca_do_seu_estilo.html>

Acesso em: 23/12/2011.

<http://www.institutosiegen.com.br/documentos/apostila_secretariado.pdf> Acesso em: 21/12/2011.

<<http://www.sinsesp.com.br>>.



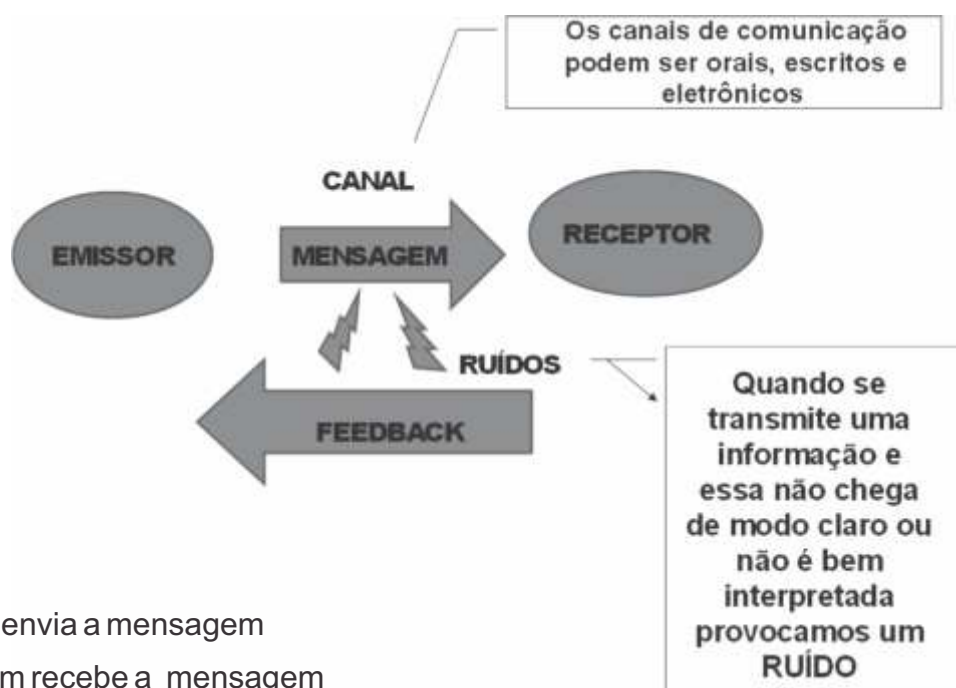
Unidade 6

REDAÇÃO EMPRESARIAL

Segundo o dicionário Houaiss, comunicar é transmitir conhecimento, informação, ordem, opinião ou mensagem a alguém. O processo de comunicação é uma necessidade básica do ser humano, é através dela que adquirimos cultura e, aprendemos a ser membro de uma sociedade. As comunicações entre os setores, departamentos e instituições públicas ou privadas, exigem atenção especial quanto a sua escrita e formato adequado, para que seja compreendida e cumpra a sua função principal que é a de COMUNICAR, e comunicação é isso: tornar comum, partilhar, transmitir, trocar informações, conhecimentos e experiências.

ELEMENTOS DA COMUNICAÇÃO

Em um processo de comunicação existem alguns elementos que são considerados essenciais e que apresentam o seguinte esquema:



EMISSOR= Quem envia a mensagem

RECEPTOR= Quem recebe a mensagem

MENSAGEM= O que o emissor quer transmitir

CANAL= Meio de comunicação escolhido para transmitir a mensagem

FEEDBACK= Retorno do que foi comunicado

RUÍDOS= Tudo aquilo que pode interferir ou atrapalhar uma comunicação eficaz.

Assim, uma redação empresarial de boa qualidade, depende de certos pré-requisitos

Unidade 6



de ordem ética, legal, linguística e estética. Atualmente há uma busca por profissionais de Recepção que além de eficientes, também tenham uma boa redação para escrita de diversos documentos, ou seja, que redija corretamente, exponha com objetividade um pensamento, com clareza para que o receptor entenda corretamente o objetivo deste documento.

Tipologias textuais

Texto narrativo: Um texto narrativo tem por objetivo nos contar uma história, que pode ser real ou fictícia, através de um narrador, que pode ser personagem, observador ou onisciente. Este tipo de texto envolve personagens, tempo, espaço e conflito.

Algumas perguntas são fundamentais em um texto narrativo:

. O que aconteceu? _____ Acontecimento, fato, situação.

Com quem? _____ Personagem.

Onde? Quando? Como? _____ Espaço, tempo, modo.

Quem está contando? _____ Narrador.

Observe o texto a seguir: O Coveiro - Millôr Fernandes

Ele foi cavando, cavando, cavando, pois sua profissão - coveiro - era cavar. Mas, de repente, na distração do ofício que amava, percebeu que cavara demais. Tentou sair da cova e não conseguiu. Levantou o olhar para cima e viu que sozinho não conseguiria sair. Gritou. Ninguém atendeu. Gritou mais forte. Ninguém veio. Enrouqueceu de gritar, cansou de esbravejar, desistiu com a noite. Sentou-se no fundo da cova, desesperado. A noite chegou, subiu, fez-se o silêncio das horas tardias. Bateu o frio da madrugada e, na noite escura, não se ouviu um som humano, embora o cemitério estivesse cheio de pipilos e coaxares naturais dos matos. Só pouco depois da meia-noite é que vieram uns passos. Deitado no fundo da cova o coveiro gritou. Os passos se aproximaram. Uma cabeça ébria apareceu lá em cima, perguntou o que havia: O que é que há? O coveiro então gritou, desesperado: Tire-me daqui, por favor. Estou com um frio terrível! Mas, coitado! - condoeu-se o bêbado - Tem toda razão de estar com frio. Alguém tirou a terra de cima de você, meu pobre mortinho! E, pegando a pá, encheu-a e pôs-se a cobri-lo cuidadosamente.

Moral: Nos momentos graves é preciso verificar muito bem para quem se apela.



***Identifique no texto apresentado quem é são os personagens? Lugar/Local?Tempo?**

Texto descritivo: O texto descritivo procura retratar através de palavras, as características de pessoas, animais, objetos, paisagens, eventos ou de qualquer outra situação. Observa-se neste tipo de texto a predominância de verbos que servem para ligar o sujeito ao seu predicativo, na grande maioria dos casos. Podemos dizer que um texto descritivo é uma fotografia traduzida em palavra, dependendo da riqueza de detalhes e clareza de informações essa imagem vai se tornando mais nítida e mais acessível a todos os tipos de leitores. Exemplo:

Iracema, a virgem dos lábios de mel, que tinha cabelos mais negros que a asa da graúna, e mais longos que seu talhe de palmeira. O favo da jati não era doce como seu sorriso, nem a baunilha recendia no bosque como seu hálito perfumado. Mais rápida que a ema selvagem, a morena campeava os campos da nação tabajara. [...]

Iracema (José de Alencar)

A descrição pode ser apresentada de duas forma:

Objetiva: quando o objetivo, pessoa, animal, objeto, etc, são apresentados como são exatamente, forma realista. *Exemplo: Sua altura é de 1,73m , seu peso é 80 kg, cabelos castanhos e lisos, olhos verdes.

Subjetiva: quando há emoção no processo de descrição, ou seja, o observador transmite para a descrição a sua emoção em relação ao objeto. *Exemplo: Era uma aluna muito meiga e atenciosa, sempre teve respeito pela professora, porém naquele dia estava muito nervosa e acabou magoando seus colegas.

Texto Dissertativo

Dissertar é defender ideias a respeito de determinado assunto, argumentar , persuadir, apresentar, analisar, discorrer sobre questões diversas baseando-se em argumentos concretos e lógicos que justifiquem seu ponto de vista. O texto dissertativo é composto de de três partes essenciais:

Sugestão de atividade:
Desenvolva uma dissertação escolhendo um dos seguintes temas:
- A violência na televisão;
- Homofobia;
- Redes Sociais.

Sugestão de atividade: Desenvolva uma dissertação escolhendo um dos seguintes temas:

Unidade 6



- A violência na televisão;
- Homofobia;
- Redes Sociais.

Introdução: Na introdução apresentamos o que será discutido, definimos a ideia principal a ser desenvolvida e despertamos a atenção do leitor.

Desenvolvimento: É o momento para desenvolver o assunto, é a defesa do posicionamento do autor, através de argumentos que podem ser expostos através de exemplos, citações, fatos, dados comprovados, etc.

Conclusão: É a parte final do texto, o seu desfecho, onde retomamos tudo o que foi dito e elaboramos um resumo, podendo apresentar sugestões e alternativas sobre o assunto abordado.

Correspondência comercial

É um meio de comunicação escrita, muito comum entre as pessoas físicas ou jurídicas, trata de assuntos comerciais, bancários, entre indústrias e escritórios, é através destas correspondências que transmitimos mensagens, estabelecemos ou encerramos relações de trabalho.

Independente do seu local de trabalho, é preciso muita atenção na escrita de cartas comerciais, escrever corretamente, com clareza e objetividade é fator primordial para o sucesso das relações.

Há três tipos de correspondência:

- 1 - Particular, familiar ou social - trata de assuntos variados, desde felicitações, convites e avisos até solicitações e pêsames. A linguagem utilizada pode ser informal e dependendo do contexto formal.
- 2 - Comercial - trata de assuntos ligados à vida do comércio, da indústria, dos bancos, escritórios e empresas. Tem por objetivo estabelecer um relacionamento entre as empresas, ou entre as pessoas e as empresas. A linguagem utilizada nesse tipo de correspondência deve ser formal, objetiva, simples, elegante e correta.
- 3 - Oficial - correspondência dirigida a autoridades ou órgãos públicos, eclesiásticos ou militares.



Componentes de cartas comerciais

Timbre: Símbolo ou marca que identifica uma instituição, normalmente composto do nome e endereço da empresa.

Índice ou número: Iniciais do departamento expedidor e número do documento.

Localidade e data: Escreve-se na parte superior direita e a sua parte final deve estar alinhada com a margem direita do texto da carta. Pode ser colocada também ao final do texto, antes da despedida, alinhada à esquerda. A data é precedida do nome da localidade de onde se escreve e separada dele por uma vírgula. O nome do mês escreve-se com letra minúscula e após o ano completo coloca-se um ponto final, não se coloca zero antes dos números de 1 a 9: 01,02, 03....Exemplo: Curitiba, 2 de dezembro de 2011.

Referência (Assunto): Também conhecido como ementa, consiste em um resumo do assunto, é mais usual em caso de longas cartas.

Vocativo ou Invocação: Usar, de preferência o nome do destinatário: Sr. José da Silva, Sra. Maria Pereira e é seguido de dois pontos. Recomenda-se evitar: Muito digno Sr.; Respeitabilíssimo Sr.; Prezadíssimo Sr.; Caríssimo Sr.

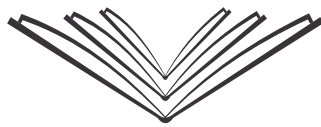
Introduções: devem ser criativas e sempre estimular o receptor a continuar a leitura da carta. As mais comuns são: Participamos-lhe que... Com relação aos termos de sua carta ...Atendendo às solicitações constantes de sua carta...Solicitamos a V. Sa...Com referência à carta de V. Sa. Em vista do anúncio publicado no...Informamos V.Sas. que...Evitem-se introduções rançosas, como: comunicamos em resposta e outras.

Fechos de cortesia (Despedida): é constituído pelo último parágrafo; os mais comuns são:

- Atenciosamente.
- Respeitosamente.
- Saudações.
- Com distinta consideração.
- Apreciaremos sua pronta resposta.
- Antecipadamente somos gratos.
- Cordialmente.
- Um grande abraço
- Abraços¹.

¹ O uso dessas expressões depende do grau de intimidade das pessoas envolvidas (emissor e receptor).

Unidade 6



Fechos antiquados:

- Aguardando suas notícias, aqui vai meu abraço carinhoso.
- Sendo o que se apresenta para o momento.
- No aguardo de suas breves notícias, aqui vai meu abraço cordial e atencioso.
- Na expectativa de suas breves notícias, aqui vai meu abraço cordial e amável.
- Com nossos agradecimentos, renovamos as expressões de nossa elevada consideração e distinta amizade.
- Com as expressões de nossa elevada consideração, subscrevemo-nos prazerosamente.
- É tendência moderna evitar o subscrevo-me, o despedimo-nos e o sem mais para o momento.

Signatário (Assinatura): Vem sempre acompanhada da especificação do cargo do remetente na empresa, dispensa-se em qualquer documento o uso do traço para assinatura. Se a secretária, assitente ou recepcionista assinar a correspondência por seu executivo, deverá fazer legivelmente. Coloca-se p/ antes do nome do executivo, o que significa por Fulano de Tal, isto é, na ausência do executivo, estou assinando por ele.

MODELOS DE DOCUMENTOS EMPRESARIAIS

ATA- O que é uma ata?

É um documento em que se registram as ocorrências de uma reunião, assembleia ou convenção. A pessoa responsável por lavrar ou redigir uma ata não pode deixar espaços onde se possa, mais tarde, alterar o texto original. Caso haja algum erro, o redator deve escrever “digo” e fazer, logo em seguida, a devida correção. Se o erro só for percebido no final, o redator deve escrever “Em tempo: onde se lêleia-se”, na ata não se usam abreviaturas e os números devem ser escritos por extenso. Após a leitura e a aprovação do texto final, todas as pessoas que participaram a reunião devem assinar o documento, em alguns casos (conforme o estatuto da empresa) pelo presidente e pelo secretário, sempre.

São elementos de uma ata:

- Localizadores temporais: data, mês, ano, hora da reunião (sempre por extenso).
- Espaço da reunião: local, rua, no. cidade, etc.
- Nome e sobrenome das pessoas presentes, com respectivas qualificações.
- Declarações do presidente e secretário.



- Assuntos tratados (ordem do dia).
- Fecho.
- Assinaturas de presidente, secretário e participantes da reunião.

Veja um exemplo:

ATA DE REUNIÃO DE DIRETORIA

Às dezoito horas do dia quinze de maio de dois mil e dez, realizou-se a primeira reunião de diretoria deste ano do Clube de Tênis Farroupilha, em sua sede social, localizado na Rua Marechal Deodoro, número trezentos e noventa e cinco, na cidade de Curitiba. A reunião foi presidida pelo Diretor do Departamento Financeiro, senhor Paulo Silva, que sugeriu aos presentes a realização de almoço festivo e bingo cujos lucros seriam revertidos para a organização de um campeonato de tênis para os jovens carentes da região metropolitana em novembro de dois e dez. Propôs, também, que cada sócio se comprometesse a vender pelo menos vinte convites e que se formasse uma comissão para angariar, junto aos empresários da região, brindes que seriam sorteados no bingo por ocasião da realização do evento. Todos os presentes aceitaram as sugestões e o senhor Paulo Silva providenciará os convites para entrega na próxima reunião, que ficou agendada para o dia vinte e seis de junho de dois mil e dez, às vinte horas, no mesmo local. Nada mais havendo a tratar, a reunião foi encerrada. E, eu, Maria Pereira, secretária, lavrei a presente ata, a qual será devidamente assinada por todos os participantes. Curitiba, quinze de maio de dois mil e dez.

Carta comercial: É a comunicação utilizada para manter ou encerrar as mais diversas transações comerciais, industriais ou financeiras. Deve ser simples e objetiva, obedecer à norma culta, mas sem exageros.

Objetivos de uma carta comercial:

- Envio de produtos.
- Recebimento de produtos.
- Cobranças.
- Solicitações das mais diversas.
- Reclamações.
- Informações

Unidade 6



.O que devo evitar?

- Venho por meio desta...
- Acusamos o recebimento de sua carta e respondemos...
- Damos em nosso poder sua carta...
- É com prazer que comunicamos...

Algumas alternativas:

- "Em atenção ao anúncio publicado..."
- "Em atenção ao pedido..."
- "Com relação à carta do dia..."
- "Atendendo a solicitação da carta..."
- "Em cumprimento às determinações..."
- "Participamos-lhe que..."

Veja um exemplo:

Timbre

(5 espaços)

Índice e número: DRH/ 234

(3 espaços)

Local e data: Curitiba, 2 de março de 2011.

(5 espaços)

Referência: Atraso de entrega

(3 espaços)

Invocação: Sr. Joaquim da Silva

Chefe do departamento de compras das Livrarias Metropolitana

(3 espaços)



Prezado Senhor:

Comunicamos que o atraso na entrega dos livros solicitados pelo sr. Alberto Franco em janeiro deste ano, através do pedido 500/2011, ocorreu não por falha de nossos funcionários, mas por problemas com a empresa transportadora. Estamos tomando as devidas providências a fim de que as mercadorias sejam entregues o mais breve possível. Desculpamo-nos pelo ocorrido e colocamo-nos à disposição para eventuais dúvidas.

Fecho: Atenciosamente,
(3 espaços)

Signatário:
Amanda Pereira Gonçalves
Gerente de Vendas das Editoras Céu Azul

Circular: A circular é um documento dirigido a diversas pessoas com o objetivo de transmitir avisos, ordens de instruções, enfim, notícias relativas à empresa de uma forma geral. A linguagem utilizada na circular deve ser simples e direta para não dar margem a outras interpretações, ou seja, deve ser entendida claramente por todos os receptores.

Veja o exemplo:

Declaração: É um documento que emite um parecer, baseado na idoneidade do declarante. Difere-se do atestado no objeto. A declaração é feita em relação a alguém (inclusive pode ser contra a pessoa) e o atestado é expedido em favor de alguém. Exemplo:

DECLARAÇÃO

Declaro, para os devidos fins que eu _____ não possuo nenhum vínculo empregatício com instituição pública ou privada e, também, não possuo outra fonte de rendimento.

Curitiba, _____ de _____ de _____

Unidade 6



Nome: _____

CI: _____

CPF: _____

Memorando: Meio de comunicação utilizado em situações informais, onde há o objetivo é transmitir um recado, indagar, advertir, noticiar eventos, informar, divulgar, comunicar, passar alguma informação a alguém próximo, de uma forma rápida e direta. São poucas linhas onde a linguagem utilizada deve ser a mais clara possível, pode ser comparado a um bilhete comercial de que as empresas ou órgãos oficiais se utilizam para estabelecer a correspondência interna entre seus setores e departamentos.

Tipos de memorando:

INTERNO: emissor e destinatário pertencem ao mesmo setor;

EXTERNO: emissor e destinatário são de setores diferentes.

TIMBRE DA EMPRESA

Memo: nº33/2010/DT

Em 16 de outubro de 2011.

Destinatário: Ao Sr. Chefe do Setor de Transportes

Assunto: Reserva de Veículo

Atendendo à solicitação, comunico-lhe que estará à sua disposição uma caminhonete com capacidade para seis passageiros, no próximo dia 30, a partir das 18 horas.

Atenciosamente,

Luís Carlos Brandão

Secretário de Administração



Ofício: é um tipo de correspondência muito utilizada nos órgãos públicos, originalmente é uma correspondência oficial, podendo ser usado também por empresas, clubes e associações, e, ainda atualmente, como correspondência protocolar entre as entidades públicas ou particulares.

Consta no Manual de Redação da Presidência da República que a linguagem utilizada deve ser formal sem ser rebuscada, e devemos seguir a padronização conforme disposição federal.

Exemplo de Ofício

5cm
↓

[Ministério]
[Secretaria/Departamento/Setor/Entidade]
[Endereço para correspondência].
[Endereço - continuação]
[Telefone e Endereço de Correio Eletrônico]

Ofício no 524/1991/SG-PR

Brasília, 27 de maio de 1991.

A Sua Excelência o Senhor
Deputado [Nome]
Câmara dos Deputados
70.160-900 – Brasília – DF

Assunto: Demarcação de terras indígenas

2,5 cm
→

Senhor Deputado,

1. Em complemento às observações transmitidas pelo telegrama no 154, de 24 de abril último, informo Vossa Excelência de que as medidas mencionadas em sua carta no 6708, dirigida ao Senhor Presidente da República, estão amparadas pelo procedimento administrativo de demarcação de terras indígenas instituído pelo Decreto no 22, de 4 de fevereiro de 1991 (cópia anexa).

2. Em sua comunicação, Vossa Excelência ressalva a necessidade de que – na definição e demarcação das terras indígenas – fossem levadas em consideração as características sócio-econômicas regionais.

3. Nos termos do Decreto no 22, a demarcação de terras indígenas deverá ser precedida de estudos e levantamentos técnicos que atendam ao disposto no art. 231, § 1o, da Constituição Federal. Os estudos deverão incluir os aspectos etno-históricos,



sociológicos, cartográficos e fundiários. O exame deste último aspecto deverá ser feito conjuntamente como órgão federal ou estadual competente.

4. Os órgãos públicos federais, estaduais e municipais deverão encaminhar as informações que julgarem pertinentes sobre a área em estudo. É igualmente assegurada a manifestação de entidades representativas da sociedade civil.

5. Como Vossa Excelência pode verificar, o procedimento estabelecido assegura que a decisão a ser baixada pelo Ministro de Estado da Justiça sobre os limites e a demarcação de terras indígenas seja informada de todos os elementos necessários, inclusive daqueles assinalados em sua carta, com a necessária transparência e agilidade

Atenciosamente,

[Nome]

[cargo]

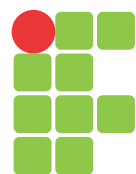
Relatório: Tipo de redação técnica usada para a exposição de fatos ocorridos de uma administração pública ou privada ou da execução de serviços, pode vir acompanhado de gráficos, tabelas, mapas, ilustrações que exemplifiquem melhor o conteúdo apresentado. Quem redige um relatório deve tomar como base um fato real, descrevê-lo detalhadamente, interpretá-lo e, com base neste detalhamento, apresentar propostas práticas.

Partes de um relatório

- folha de rosto (título, autor, destinatário);
- sumário (relação dos assuntos);
- introdução;
- desenvolvimento;
- conclusão.

Constam da introdução:

- indicação do assunto ou fato investigado;
- objetivos que levaram à escolha do assunto ou o propósito da investigação;
- tratamento dado a pesquisa ou a investigação;



INSTITUTO FEDERAL
PARANÁ



PDE | PRONATEC

PROGRAMA NACIONAL DE ACESSO AO
ENSINO TÉCNICO E EMPREGO

FORMAÇÃO INICIAL E CONTINUADA

EMPREENDEDORISMO



EMPREENDEDORISMO

Érica Dias de Paula Santana e Ximena Novais de Moraes



INSTITUTO FEDERAL
PARANÁ



Os textos que compõem estes cursos, não podem ser reproduzidos sem autorização dos editores
© Copyright by 2012 - Editora IFPR

IFPR - INSTITUTO FEDERAL DO PARANÁ

Reitor

Prof. Irineu Mario Colombo

Pró-Reitor de Extensão, Pesquisa e Inovação

Silvestre Labiak Junior

Organização

Marcos José Barros

Cristiane Ribeiro da Silva

Projeto Gráfico e Diagramação

Leonardo Bettinelli



Introdução

Certamente você já ouviu falar sobre empreendedorismo, mas será que você sabe exatamente o que significa essa palavra, será que você possui as características necessárias para tornar-se um empreendedor? Esse material busca responder essas e outras perguntas a respeito desse tema que pode fazer a diferença na sua vida!

No dia 29 de dezembro de 2008 foi promulgada a Lei nº 11.892 que cria a Rede Federal de Ciência e Tecnologia. Uma das instituições que compõe essa rede é o Instituto Federal do Paraná, criado a partir da escola técnica da Universidade Federal do Paraná. Você deve estar se perguntando “O que isso tem a ver com o empreendedorismo?”, não é mesmo? Pois tem uma relação intrínseca: uma das finalidades dessas instituições federais de ensino é estimular o empreendedorismo e o cooperativismo.

E como o IFPR vai estimular o empreendedorismo e o cooperativismo? Entendemos que a promoção e o incentivo ao empreendedorismo deve ser tratado com dinamismo e versatilidade, ou seja, esse é um trabalho que não pode estagnar nunca. Uma das nossas ações, por exemplo, é a inserção da disciplina de empreendedorismo no currículo dos cursos técnicos integrados e subsequentes, onde os alunos tem a oportunidade de aprender conceitos básicos sobre empreendedorismo e os primeiros passos necessários para dar início a um empreendimento na área pessoal, social ou no mercado privado.

Neste material, que servirá como apoio para a disciplina de empreendedorismo e para cursos ministrados pelo IFPR por programas federais foi desenvolvida de forma didática e divertida. Aqui vamos acompanhar a vida da família Bonfim, uma família como qualquer outra que já conhecemos! Apesar de ser composta por pessoas com características muito diversas entre si, os membros dessa família possuem algo em comum: todos estão prestes a iniciar um empreendimento diferente em suas vidas. Vamos acompanhar suas dúvidas, dificuldades e anseios na estruturação de seus projetos e através deles buscaremos salientar questões bastante comuns relacionadas ao tema de empreendedorismo.

As dúvidas desta família podem ser suas dúvidas também, temos certeza que você vai se





Sumário

HISTÓRIADO EMPREENDEDORISMO.....	7
TRAÇANDO O PERFIL EMPREENDEDOR.....	8
PLANEJANDO E IDENTIFICANDO OPORTUNIDADES	12
ANÁLISE DE MERCADO	14
PLANO DE MARKETING	15
PLANO OPERACIONAL	17
PLANO FINANCEIRO	18
EMPREENDEDORISMO SOCIAL OU COMUNITÁRIO	21
INTRAEMPREENDEDORISMO	23
REFERÊNCIAS	25





Anotações

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.



HISTÓRIA DO EMPREENDEDORISMO

Antes de apresentá-los a família Bonfim, vamos conhecer um pouco da história do empreendedorismo?

Você deve conhecer uma pessoa extremamente determinada, que depois de enfrentar muitas dificuldades conseguiu alcançar um objetivo. Quando estudamos a história do Brasil e do mundo frequentemente nos deparamos com histórias de superação humana e tecnológica. Pessoas empreendedoras sempre existiram, mas não eram definidas com esse termo.

Os primeiros registros da utilização da palavra empreendedor datam dos séculos XVII e XVIII. O termo era utilizado para definir pessoas que tinham como característica a ousadia e a capacidade de realizar movimentos financeiros com o propósito de estimular o crescimento econômico por intermédio de atitudes criativas.

Joseph Schumpeter, um dos economistas mais importantes do século XX, define o empreendedor como uma pessoa versátil, que possui as habilidades técnicas para produzir e a capacidade de capitalizar ao reunir recursos financeiros, organizar operações internas e realizar vendas.

É notável que o desenvolvimento econômico e social de um país se dá através de empreendedores. São os empreendedores os indivíduos capazes de identificar e criar oportunidades e transformar ideias criativas em negócios lucrativos e soluções e projetos inovadores para questões sociais e comunitárias.

O movimento empreendedor começou a ganhar força no Brasil durante a abertura de mercado que transcorreu na década de 90. A importação de uma variedade cada vez maior de produtos provocou uma significativa mudança na economia e as empresas brasileiras precisaram se reestruturar para manterem-se competitivas. Com uma série de reformas do Estado, a expansão das empresas brasileiras se acelerou, acarretando o surgimento de novos empreendimentos e trazendo luz à questão da formação do empreendedor. língua e linguagem e sua importância na leitura e produção de textos do nosso cotidiano.

Perfil dos integrantes da família Bonfim

Felisberto Bonfim: O pai da família, tem 40 anos de idade. Trabalha há 20 anos na mesma empresa, mas sempre teve vontade de investir em algo próprio.

Pedro Bonfim: O filho mais novo tem 15 anos e faz o curso de técnico em informática no IFPR. Altamente integrado às novas tecnologias, não consegue imaginar uma vida desconectada.

Clara Bonfim: A primogênita da família tem 18 anos e desde os 14 trabalha em uma ONG de

Unidade 1



seu bairro que trabalha com crianças em risco social. Determinada, não acredita em projetos impossíveis.

Serena Bonfim: Casada desde os 19 anos, dedicou seus últimos anos aos cuidados da casa e da família. Hoje com 38 anos e com os filhos já crescidos, ela quer resgatar antigos sonhos que ficaram adormecidos, como fazer uma faculdade.

Benvinda Bonfim: A vovó da família tem 60 anos de idade e é famosa por cozinhar muito bem e por sua hospitalidade.

Todos moram juntos em uma cidade na região metropolitana de Curitiba.

TRAÇANDO O PERFIL EMPREENDEDOR



Muitas pessoas acreditam que é preciso nascer com características específicas para ser um empreendedor, mas isso não é verdade, essas características podem ser estimuladas e desenvolvidas.

O sr. Felisberto Bonfim é uma pessoa dedicada ao trabalho e a família e que embora esteja satisfeito com a vida que leva nunca

deixou para trás o sonho de abrir o próprio negócio. Há 20 anos atuando em uma única empresa, há quem considere não haver mais tempo para dar um novo rumo à vida. Ele não pensa assim, ele acredita que é possível sim começar algo novo, ainda que tenha receio de não possuir as características necessárias para empreender. Você concorda com ele, você acha que ainda há tempo para ele começar?

Responda as questões abaixo. Elas servirão como um instrumento de autoanálise e a partir das questões procure notar se você tem refletido sobre seus projetos de vida. Se sim, eles estão bem delineados? O que você considera que está faltando para alcançar seus objetivos? Preste atenção nas suas respostas e procure também identificar quais características pessoais você possui que podem ser utilizadas para seu projeto empreendedor e quais delas podem ser aprimoradas:

a) Como você se imagina daqui há 10 anos?



b) Em que condições você gostaria de estar daqui há 10 anos?

c) Quais pontos fortes você acredita que tem?

d) Quais pontos fortes seus amigos e familiares afirmam que você tem? Você concorda com eles?

e) Para você, quais seus pontos precisam ser melhor trabalhados

f) Na sua opinião, você poderia fazer algo para melhorar ainda mais seus pontos fortes? Como?



g) Você acha que está tomando as atitudes necessárias para atingir seus objetivos?

h) O que você acha imprescindível para ter sucesso nos seus objetivos?

A ousadia é uma característica extremamente importante para quem pretende iniciar um projeto empreendedor - é necessário estar disposto a correr riscos e buscar novas alternativas, mesmo se outras pessoas disserem que não vai dar certo (o que provavelmente sempre ocorrerá em algum momento da trajetória). Isso nos leva a uma outra característica muito importante para um empreendedor, ele precisa ser positivo e confiante, ou seja, precisa acreditar em si e não se deixar abalar pelos comentários negativos. Um empreendedor precisa ser criativo e inovador, precisa estar antenado ao que está acontecendo no mundo e estar atento às necessidades do mercado e da comunidade, precisa ser organizado e manter o foco dos seus objetivos.

Você já ouviu falar do pipoqueiro Valdir? Valdir Novaki tem 41 e nasceu em São Mateus do Sul-PR, é casado e tem 1 filho. Durante a adolescência trabalhou como boia fria. Mora em Curitiba desde 98 e durante muito tempo trabalhou com atendimento ao público em lanchonete e bancas de jornal. Parece uma história corriqueira, mas o que Valdir tem de tão especial? Valdir conquistou a oportunidade de vender pipoca em carrinho no centro da cidade de Curitiba, mas decidiu que não seria um pipoqueiro qualquer, queria ser o melhor. Em seu carrinho ele mantém uma série de atitudes que o diferenciam dos demais. Além de ser extremamente cuidadoso com a higiene do carrinho, Valdir preocupa-se com a higiene do cliente também, oferecendo álcool gel 70% para que o cliente higienize suas mãos antes de comer a pipoca e junto com a pipoca entrega um kit higiene contendo um palito de dentes, uma bala e um guardanapo. Ele também possui um cartão fidelidade, onde o cliente depois de comprar cinco pipocas no carrinho ganha outro de graça. Pequenas atitudes destacaram esse pipoqueiro e hoje, além de possuir uma clientela fiel, faz uma série de palestras por todo o país, sendo reconhecido como um empreendedor de sucesso. A simpatia com que atende a seus clientes faz toda a diferença, as pessoas gostam de receber um tratamento especial.



Conheça mais sobre o pipoqueiro Valdir em:

<<http://www.youtube.com/watch?v=vsAJHv11GLc>>.

Há quem julgue que o papel que ocupam profissionalmente é muito insignificante, mas não é verdade, basta criatividade e vontade de fazer o melhor. Toda atividade tem sua importância! Falando em criatividade, vamos estimulá-la um pouco?

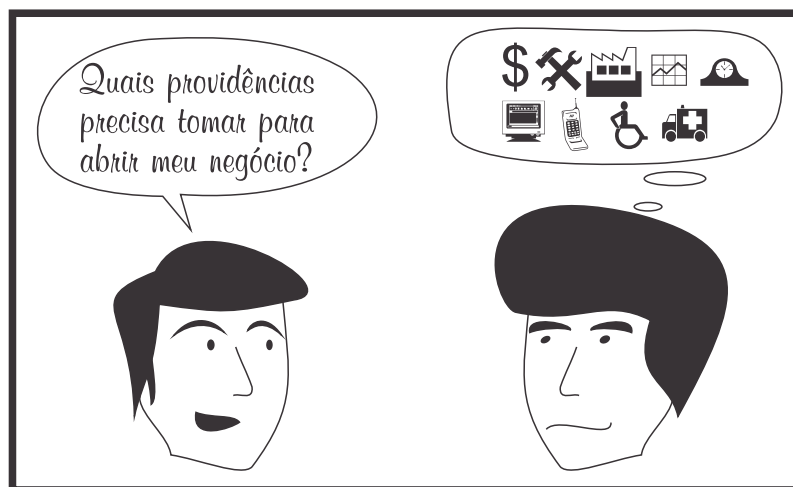
- 1) Já pensou em procurar novas utilidades para os objetos do dia a dia? Como assim? Pense em algum material que você utiliza em seu trabalho ou em casa e em como você poderia utilizá-lo para outra finalidade diferente da sua original. Lembre-se que nem sempre dispomos de todos os instrumentos necessários para realizar uma determinada atividade. Nesses momentos precisamos fazer da criatividade nossa maior aliada para realizar as adaptações necessárias para alcançar o êxito em nossas ações!
- 2) Agora vamos fazer ao contrário, pense em uma atividade do seu dia que você não gosta ou tem dificuldade de fazer. Pensou? Então imagine uma alternativa para torná-la fácil e rápida, pode ser mesmo uma nova invenção!

E aí? Viu como a imaginação pode ser estimulada? Habitue-se a fazer as mesmas coisas de formas diferentes: fazer novos caminhos para chegar ao mesmo lugar, conversar com pessoas diferentes e dar um novo tom a sua rotina são formas de estimular o cérebro a encontrar soluções criativas. Como vimos, a inovação e a criatividade é extremamente importante para um empreendedor, por isso nunca deixe de estimular seu cérebro! Leia bastante, faça pesquisas na área que você pretende investir e procure enxergar o mundo ao redor com um olhar diferenciado!

Refletindo muito sobre a possibilidade de abrir seu próprio negócio, o pai da família procurou em primeiro lugar realizar uma autoanálise. Consciente de seus pontos fortes e fracos, ele agora se sente mais seguro para dar o próximo passo: planeja. Antes de tomar alguma decisão importante em sua vida, siga o exemplo do sr. Felisberto!



PLANEJANDO E IDENTIFICANDO OPORTUNIDADES



Planejar é palavra de ordem em todos os aspectos de nossa vida, você concorda? Quando queremos fazer uma viagem, comprar uma casa ou um carro, se não realizarmos um planejamento adequado certamente correremos o risco de perder tempo e dinheiro ou, ainda pior, sequer poderemos alcançar nosso objetivo.

Para começar um empreendimento não é diferente, é necessário definir claramente nossos objetivos e traçar os passos necessários para alcançá-los. Para operacionalizar a etapa de planejamento, o Plano de Negócios é uma ferramenta obrigatória.

O plano de negócios caracteriza-se como uma ferramenta empresarial que objetiva averiguar a viabilidade de implantação de uma nova empresa. Depois de pronto, o empreendedor será capaz de dimensionar a viabilidade ou não do investimento. O plano de negócios é instrumento fundamental para quem tem intenção de começar um novo empreendimento, é ele que vai conter todas as informações importantes relativas a todos os aspectos do empreendimento.

Vamos acompanhar mais detalhadamente os fatores que compõem um Plano de Negócios.

Elaboração de um Plano de Negócio

1. Sumário executivo

É um resumo contendo os pontos mais importantes do Plano de Negócio, não deve ser extenso e muito embora apareça como primeiro item do Plano ele deve ser escrito por último. Nele você deve colocar informações como:

Definição do negócio

O que é o negócio, seus principais produtos e serviços, público-alvo, previsão de faturamento, localização da empresa e outros aspectos que achar importante para garantir a



viabilidade do negócio.

Dados do empreendedor e do empreendimento

Aqui você deve colocar seus dados pessoais e de sua empresa tal como nome, endereço, contatos. Também deverá constar sua experiência profissional e suas características pessoais, permitindo que quem leia seu Plano de Negócios, como um gerente de banco para o qual você pediu empréstimo, por exemplo, possa avaliar se você terá condições de encaminhar seu negócio de maneira eficiente.

Missão da empresa

A missão deve ser definida em uma ou no máximo duas frases e deve definir o papel desempenhado pela sua empresa.

Setor em que a empresa atuará

Você deverá definir em qual setor de produção sua empresa atuará: indústria, comércio, prestação de serviços, agroindústria etc..

Forma Jurídica

Você deve explicitar a forma como sua empresa irá se constituir formalmente. Uma microempresa, por exemplo, é uma forma jurídica diversa de uma empresa de pequeno porte.

Enquadramento tributário

É necessário realizar um estudo para descobrir qual a melhor opção para o recolhimento dos impostos nos âmbitos Municipal, Estadual e Federal.

Capital Social

O capital social é constituído pelos recursos (financeiros, materiais e imateriais) disponibilizados pelos sócios para constituição da empresa. É importante também descrever qual a fonte de recursos



DICA: Tenha muito cuidado na hora de escolher seus sócios, é essencial que eles tenham os mesmos objetivos e a mesma disponibilidade que você para se dedicar ao negócio, se vocês não estiverem bastante afinados há um risco muito grande de enfrentarem sérios problemas na consecução do empreendimento.

Diferencial: saliente o diferencial do seu produto ou serviço, ou seja, por qual razão os consumidores irão escolher você ao invés de outro produto ou serviço.

ANÁLISE DE MERCADO

Clientes

Esse aspecto do seu Plano de Negócio é extremamente importantes, afinal é nele que será definindo quais são os seus clientes e como eles serão atraídos. Comece identificando-os:

- Quem são?
- Idade?
- Homens, mulheres, famílias, crianças?
- Nível de instrução?

Ou ainda, se forem pessoas jurídicas:

- Em que ramo atuam?
- Porte?
- Há quanto tempo atuam no mercado?

É importante que você identifique os hábitos, preferências e necessidades de seus clientes a fim de estar pronto para atendê-los plenamente e para que eles possam tê-lo como primeira opção na hora de procurar o produto/serviço que você oferece. Faça um levantamento sobre quais aspectos seus possíveis clientes valorizam na hora de escolher um produto/serviço, isso vai ser importante para você fazer as escolhas corretas no âmbito do seu empreendimento. Saber onde eles estão também é importante, estar próximo a seus clientes vai facilitar muitos aspectos.



Concorrentes

Conhecer seus concorrentes, isto é, as empresas que atuam no mesmo ramo que a sua, é muito importante porque vai te oferecer uma perspectiva mais ampla e realista de como encaminhar seu negócio. Analisar o atendimento, a qualidade dos materiais utilizados, as facilidades de pagamento e garantias oferecidas, irão ajudá-lo a responder algumas perguntas importantes: Você tem condições de competir com tudo o que é oferecido pelos seus concorrentes? Qual vai ser o seu diferencial? As pessoas deixariam de ir comprar em outros lugares para comprar no seu estabelecimento? Por quê? Em caso negativo, por que não?

Mas não esqueça de um aspecto muito importante: seus concorrentes devem ser visto como fator favorável, afinal eles servirão como parâmetro para sua atividade e podem até mesmo tornar-se parceiros na busca da melhoria da qualidade dos serviços e produtos ofertados.

Fornecedores

Liste todos os insumos que você utilizará em seu negócio e busque fornecedores. Para cada tipo de produto, pesquise pelo menos três empresas diferentes. Faça pesquisas na internet, telefonemas e, se possível, visite pessoalmente seus fornecedores. Certifique-se de que cada fornecedor será capaz de fornecer o material na quantidade e no prazo que você precisa, analise as formas de pagamento e veja se elas serão interessantes para você. Mesmo após a escolha um fornecedor é importante ter uma segunda opção, um fornecedor com o qual você manterá contato e comprará ocasionalmente, pois no caso de acontecer algum problema com seu principal fornecedor, você poderá contar com uma segunda alternativa. Lembre-se, seus fornecedores também são seus parceiros, manter uma relação de confiança e respeito com eles é muito importante. Evite intermediários sempre que possível, o ideal é comprar direto do produtor ou da indústria, isso facilita, acelera e barateia o processo.

PLANO DE MARKETING

Descrição

Aqui você deve descrever seus produto/serviço. Especifique tamanhos, cores, sabores, embalagens, marcas entre outros pontos relevantes. Faça uma apresentação de seu produto/serviço de maneira que possa se tornar atraente ao seu cliente. Verifique se há exigências oficiais a serem atendidas para fornecimento do seu produto/serviço e certifique-se que



seguir todas as orientações corretamente.

Preço

Para determinar o preço do seu produto/serviço você precisa considerar o custo TOTAL para produzi-lo e ainda o seu lucro. É preciso saber quanto o cliente está disposto a pagar pelo seu produto/serviço verificando quanto ele está pagando em outros lugares e se ele estaria disposto a pagar a mais pelo seu diferencial.

Divulgação

É essencial que você seja conhecido, que seus clientes em potencial saibam onde você está e o que está fazendo, por isso invista em mídias de divulgação. Considere catálogos, panfletos, feiras, revistas especializadas, internet (muito importante) e propagandas em rádio e TV, analise e veja qual veículo melhor se encaixa na sua necessidade e nos seus recursos financeiros.

Estrutura de comercialização

Como seus produtos chegarão até seus clientes? Qual a forma de envio? Não se esqueça de indicar os canais de distribuição e alcance dos seus produtos/serviços. Você pode considerar representantes, vendedores internos ou externos, por exemplo. Independente de sua escolha esteja bastante consciente dos aspectos trabalhistas envolvidos. Utilizar instrumentos como o telemarketing e vendas pela internet também devem ser considerados e podem se mostrar bastante eficientes.

Localização

A localização do seu negócio está diretamente ligada ao ramo de atividades escolhido para atuar. O local deve ser de fácil acesso aos seus clientes caso a visita deles no local seja necessária. É importante saber se o local permite o seu ramo de atividade. Considere todos os aspectos das instalações, se é de fácil acesso e se trará algum tipo de impeditivo para o desenvolvimento da sua atividade.

Caso já possua um local disponível, verifique se a atividade escolhida é adequada para ele, não corra o risco de iniciar um negócio em um local inapropriado apenas porque ele está disponível. Se for alugar o espaço, certifique-se de que é possível desenvolver sua atividade nesse



local e fique atento a todas as cláusulas do contrato de aluguel.

PLANO OPERACIONAL

Layout

A distribuição dos setores da sua empresa de formas organizada e inteligente vai permitir que você tenha maior rentabilidade e menor desperdício. A disposição dos elementos vai depender do tamanho de seu empreendimento e do ramo de atividade exercido. Caso seja necessário você pode contratar um especialista para ajudá-lo nessa tarefa, mas se não for possível, por conta própria procure esquematizar a melhor maneira de dispor os elementos dentro de sua empresa. Pesquise se o seu ramo e atividade exige regulamentações oficiais sobre layout, preocupe-se com segurança e com a acessibilidade a portadores de deficiência.

Capacidade Produtiva

É importante estimar qual é sua capacidade de produção para não correr o risco de assumir compromissos que não possa cumprir - lembre-se que é necessário estabelecer uma relação de confiança entre você e seu cliente. Quando decidir aumentar a capacidade de produção tenha certeza que isso não afetará a qualidade do seu produto/serviço.

Processos Operacionais

Registre detalhadamente todas as etapas de produção desde a chegada do pedido do cliente até a entrega do produto/serviço. É importante saber o que é necessário em cada uma delas, quem será o responsável e qual a etapa seguinte.

Necessidade de Pessoal

Faça uma projeção do pessoal necessário para execução do seu trabalho, quais serão as formas de contratação e os aspectos trabalhistas envolvidos. É importante estar atento à qualificação dos profissionais, por isso verifique se será necessário investir em cursos de capacitação.



PLANO FINANCEIRO

Investimento total

Aqui você determinará o valor total de recurso a ser investido. O investimento total será formado pelos investimentos fixos, Capital de giro e Investimentos pré-operacionais.

Agora que você tem uma noção básica de como compor um plano de negócios acesse a página <<http://www.planodenegocios.com.br/www/index.php/plano-de-negocios/outros-exemplos>> e encontre mais informações sobre como elaborar o planejamento financeiro de seu Plano de Negócio, além de outras informações importantes. Lá você encontrará exemplos de todas as etapas de um Plano de Negócio.

Faça pesquisas em outros endereços eletrônicos e se preciso, busque o apoio de consultorias especializadas. O sucesso do seu projeto irá depender do seu empenho em buscar novos conhecimentos e das parcerias conquistadas para desenvolvê-lo.

Pesquise também por fontes de financiamento em instituições financeiras, buscando sempre a alternativa que melhor se adequará as suas necessidades. Não tenha pressa, estude bastante antes de concluir seu plano de negócio. É importante conhecer todos os aspectos do ramo de atividade que você escolher, valorize sua experiência e suas características pessoais positivas. Lembre-se que o retorno pode demorar algum tempo, certifique-se que você terá condições de manter o negócio até que ele dê o retorno planejado. Separe despesas pessoais de despesas da empresa. Busque sempre estar atualizado, participe de grupos e feiras correlatas à sua área de atuação.

Planejar para clarear!

Após buscar auxílio especializada e estudar sobre o assunto, o pai concluiu seu plano de negócios. A partir dele pôde visualizar com clareza que tem em mãos um projeto viável e até conseguiu uma fonte de financiamento adequada a sua realidade. Com o valor do financiamento investirá na estrutura de seu empreendimento que será lançado em breve.

MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL





Será mesmo que a dona Benvinda não tem capacidade para empreender?

Vamos analisar a situação: a vovó é muito conhecida no seu bairro e é admirada pela sua simpatia. Seus quitutes são conhecidos por todos e não é a primeira vez que alguém sugere que ela comece a vendê-los. À primeira vista, o cenário parece ser favorável para que ela inicie seu empreendimento: ela tem uma provável clientela interessada e que confia e anseia por seus serviços.

Ao conversar com a família, é incentivada por todos. Com a ajuda dos seus netos, a vovó vai atrás de informações e descobre que se enquadra nos requisitos para ser registrada como microempreendedora individual.

Você conhece os requisitos para se tornar um microempreendedor individual?

A Lei Complementar 128/2008 criou a figura do Microempreendedor Individual – MEI, com vigência a partir de 01.07.2009. É uma possibilidade de profissionais que atuam por conta própria terem seu trabalho legalizado e passem a atuar como pequenos empresários.

Para se enquadrar como microempreendedor individual, o valor de faturamento anual do empreendimento deve ser de até 60 mil reais. Não é permitida a inscrição como MEI de pessoa que possua participação como sócio ou titular de alguma empresa.

O MEI possui algumas condições específicas que favorecem a sua legalização. A formalização pode ser feita de forma gratuita no próprio Portal do Empreendedor. O cadastro como MEI possibilita a obtenção imediata do CNPJ e do número de inscrição na Junta Comercial, sem a necessidade de encaminhar quaisquer documentos previamente. Algumas empresas de contabilidade optantes pelo Simples Nacional estão habilitadas a realizar também a formalização.

Custos

Há alguns custos após a formalização. O pagamento dos custos especificados abaixo é feito através do Documento de Arrecadação do Simples Nacional, que pode ser gerado online :

- 5% de salário mínimo vigente para a Previdência.
- Se a atividade for comércio ou indústria, R\$ 1,00 fixo por mês para o Estado.
- Se a atividade for prestação de serviços, R\$ 5,00 fixos por mês para o Município.



Exemplo de atividades reconhecidas para o registro como MEI:

A dona Benvinda se registrou como doceira. São diversas as atividades profissionais aceitas para o registro como microempreendedor individual. Algumas delas são: Artesão, azulejista, cabeleireiro, jardineiro, motoboy. Para conhecer todas as atividades, acesse o site <<http://www.portaldoempreendedor.gov.br>>.

Todos podem empreender!

Hoje a vovó está registrada como microempreendedora individual e aos poucos sua clientela está crescendo. Recentemente ela fez um curso para novos empreendedores e já está com planos de expandir seus serviços nos próximos meses, talvez ela precise até mesmo contratar um ajudante para poder dar conta das encomendas que não param de aumentar.

O microempreendedor individual tem direito a ter um funcionário que receba exclusivamente um salário mínimo ou o piso salarial da categoria profissional a qual pertença.

Atividade Formativa

- Acesse o conteúdo sobre microempreendedor individual no Portal do Empreendedor e discuta com seus colegas sobre o tema.
- Pense em alguém que exerça uma atividade profissional informalmente. Quais vantagens você apontaria para convencer essa pessoa a realizar seu cadastro como Microempreendedor Individual?
- Pesquise sobre linhas de crédito e incentivo específicas para microempreendedores individuais no Brasil.



Muitas pessoas acreditam que características empreendedoras já vem de berço: ou se nasce com elas ou não há nada a ser feito. Pois saiba que é possível através de uma educação voltada para o empreendedorismo desenvolver características necessárias para o início de um empreendimento. Esse empreendimento não precisa ser necessariamente um negócio com



fins lucrativos, pode ser um objetivo pessoal, um sonho em qualquer área da sua vida.

A pedagogia empreendedora de Fernando Dolabela afirma que a educação tradicional a qual somos submetidos nos reprime e faz com que percamos características importantes no decorrer de nossa trajetória, levando muitas pessoas a crer que não são capazes de empreender. Sua proposta de educação busca romper com esse pensamento e inserir no sistema educacional aspectos que priorizem a criatividade e a autoconfiança para que quando estas crianças atingirem a idade adulta possam enxergar a possibilidade de abrir um negócio como uma alternativa viável.

Não podemos esquecer que é empreendedor, em qualquer área, alguém que tenha sonhos e busque de alguma forma transformar seu sonho em realidade. O sonho pode ser abrir um negócio, fazer um curso, aprender uma língua ou mudar a realidade social em que vive. É inegável que para realizar qualquer um desses itens é essencial estar comprometido com o trabalho, ser ousado e estar disposto a enfrentar desafios.

O empreendedorismo pode ser aprendido e está relacionado mais a fatores culturais do que pessoais e consiste em ser capaz de cultivar e manter uma postura e atitudes empreendedoras.

O Pedro está tendo seu primeiro contato com o empreendedorismo na sala de aula e eles e seus amigos já estão cheio de ideias. Eles planejam usar os conhecimentos adquiridos na disciplina e escrever um projeto para dar início a uma empresa júnior na área de informática.

Inspire-se

Certamente você já deve ter ouvido falar da Cacau Show, mas você conhece a história dessa marca? Você sabia que ela nasceu do sonho de um rapaz que vendia chocolates de porta em porta em um fusca? Não? Então leia mais em:

<http://www.endeavor.org.br/endeavor_tv/start-up/day1/aprendendo-a-ser-empreendedor/empreendedorismo-em-todos-os-sentidos> e inspire-se!

EMPREENDEDORISMO SOCIAL OU COMUNITÁRIO

Educação empreendedora

O empreendedor é aquele que tem como objetivo maior o lucro financeiro a partir





de um empreendimento, correto? Não necessariamente! O objetivo maior do empreendedor social ou comunitário pode ser desde o desenvolvimento social de uma comunidade inteira à luta pela preservação de uma reserva ambiental.

Vejam os exemplos da Clara. Desde a sua adolescência ela atua em uma organização não-governamental que lida com crianças carentes, dando ênfase na emancipação social dessas crianças através da arte, de esportes e da educação. O projeto, que começou com uma pequena dimensão, hoje atende não apenas seu bairro, como três outros próximos. É importante lembrar que o sucesso do projeto dependeu de sujeitos empreendedores, que se comprometeram com a causa e, com criatividade e competência foram capazes de expandir o projeto. Agora com o apoio da Clara e com o espírito empreendedor de mais um grupo, uma nova cidade será atendida pelo projeto e novas crianças serão beneficiadas!

Vamos conhecer mais sobre empreendimentos sociais e comunitários?

Empreendedorismo Social

O empreendedorismo social ultrapassa a noção de mera filantropia - há espaço aqui para metas, inovação e planejamento. Muitas organizações não governamentais tem uma estrutura semelhante a qualquer empresa com fins lucrativos.

A Pastoral da Criança é um exemplo de um empreendimento social de sucesso. Sua fundadora, a Dr^a Zilda Arns, aliou sua experiência profissional como médica pediatra e sanitária e sua própria sensibilidade para identificar um método simples e eficaz para combater a mortalidade infantil. Qual foi o ponto inovador do trabalho assumido pela Pastoral da Criança? Foi confiar às comunidades afetadas pelo problema de mortalidade infantil o papel de multiplicadores do saber e de disseminadores da solidariedade.

Empreendedorismo Comunitário

O empreendedorismo comunitário consiste no movimento de organização de grupos e pessoas com o propósito de alcançar um objetivo comum, fortalecendo uma atividade que, se realizada individualmente, não seria capaz de alcançar a projeção adequada no mercado. No Brasil, a economia solidária ascendeu no final do século XX, em reação à exclusão social sofrida pelos pequenos produtores e prestadores de serviço que não tinham condições de concorrer com grandes organizações.

Imagine um pequeno produtor de leite em uma região onde atua um grande produtor de leite. Sozinho, ele não tem condições de concorrer com o grande produtor no mercado ou



receber financiamentos para expandir sua produção, por exemplo. Ao se aliar com outros pequenos produtores, o negócio adquire uma nova dimensão, onde são favorecidos não apenas os produtores, que agora tem condições de levar seu produto ao mercado com segurança e em nível de igualdade com o outro produtor, mas também todo o arranjo produtivo daquela região.

Em 2003 foi criada pelo Governo Federal a Secretaria Nacional de Economia Solidária, que tem a finalidade de fortalecer e divulgar as ações de economia solidária no país, favorecendo a geração de trabalho, renda e inclusão social.

Atividade Formativa

- Dê um exemplo de uma organização não-governamental. Que trabalho essa organização realiza? Você acredita que os gestores dessa ONG são empreendedores? Por quê?
- Identifique em seu bairro ou cidade uma carência que não foi suprida pelo setor público ou um trabalho exercido informalmente por algumas pessoas que possa ser fortalecido através da formação de uma estrutura de cooperativismo. Proponha uma ação que você acredita que possa transformar a realidade desse grupo.
- Você já ouviu falar em sustentabilidade? Dê um exemplo de uma ação sustentável que você já adota ou que possa ser adotada no seu dia a dia e como essa ação pode afetar positivamente o meio em que você vive.

INTRAEMPREENDEDORISMO



A sr^a Serena Bonfim há muito tempo mantém o sonho de fazer uma faculdade. Depois de tantos anos dedicados à família, ela está certa que está na hora de investir mais em si mesma. Além disso, com seu marido prestes a abrir uma empresa, ela está disposta a usar os conhecimentos adquiridos na graduação para trabalhar diretamente no novo empreendimento e contribuir com seu desenvolvimento.

Você pode estar pensando: “E se eu não quiser abrir um negócio, e se eu não quiser ser



um empresário?”. Abrir uma empresa é apenas uma alternativa, caso você não tenha intenção de ter seu próprio negócio você ainda pode ser um empreendedor.

O intraempreendedorismo é quando o empreendedorismo acontece no interior de uma organização, é quando alguém mesmo não sendo dono ou sócio do negócio mantém uma postura empreendedora dando sugestões e tendo atitudes que ajudam a empresa a encontrar soluções inteligentes. Intra empreendedores são profissionais que possuem uma capacidade diferenciada de analisar cenários, criar ideias, inovar e buscar novas oportunidades para as empresas e assim ajudam a movimentar a criação de ideias dentro das organizações, mesmo que de maneira indireta. São profissionais dispostos a se desenvolver em prol da qualidade do seu trabalho.

A cada dia as empresa preocupam-se mais em contratar colaboradores dispostos a oferecer um diferencial, pessoas dedicadas que realmente estejam comprometidas com o bom andamento da empresa. Esse comportamento não traz vantagens somente para a empresa, mas os funcionários também se beneficiam, na participação dos lucros, por exemplo, vantagens adicionais que as empresas oferecem a fim de manter o funcionário e, principalmente, na perspectiva de construção de uma carreira sólida e produtiva.

A capacitação contínua, o desenvolvimento da criatividade e da ousadia são características presentes na vida de um intraempreendedor.

- Vamos analisar se você tem características de um intraempreendedor?
- Você gosta do seu trabalho e do ambiente em que trabalha?
- Você está sempre atento às novas ideias?
- Você gosta de correr riscos e ousar novas ideias?
- Você procura soluções em locais incomuns?
- Você é persistente e dedicado?
- Você mantém ações proativas?
- Você busca fazer novas capacitações regularmente?

Caso você não tenha ficado suficientemente satisfeito com as respostas a estas perguntas, utilize o espaço abaixo para listar atitudes que podem ajudá-lo a ser um funcionário intraempreendedor.

O que fazer?	Como fazer?	Quando fazer?



Conclusão

Muitos acreditam que para ser empreendedor é necessário possuir um tipo de vocação que se manifesta somente para alguns predestinados, mas ao acompanhar a trajetória da família Bonfim, podemos notar que o sonho de empreender está ao alcance de todos nós. Como qualquer sonho, esse também exige planejamento e dedicação para que seja concretizado com sucesso.

Agora que você aprendeu os princípios básicos do empreendedorismo, que tal fazer como os membros da família Bonfim e investir nos seus sonhos?

REFERÊNCIAS

<<http://www.portaldoempreendedor.gov.br>>.

<<http://www.mte.gov.br/ecosolidaria/sies.asp>>.

<<http://www.pastoraldacrianca.org.br>>.

<<http://www.scielo.gpeari.mctes.pt/pdf/cog/v14n1/v14n1a05.pdf>>.

<<http://www.sobreadministracao.com/intraempreendedorismo-guia-completo>>.

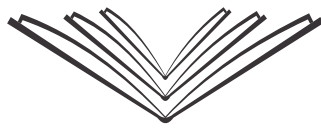
<<http://www.hsm.com.br/editorias/inovacao/intraempreendedorismo-voce-ja-fez-algo-diferente-hoje>>.

<<http://www.captaprojetos.com.br/artigos/ResenhaFDsite.pdf>>.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**. Transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008. 3ª edição revista e atualizada.

ROSA, C. A. **Como elaborar um plano de negócio**. Rio de Janeiro: Sebrae, 2007.

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.



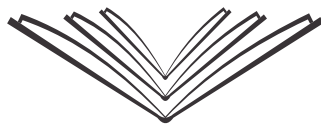
Anotações

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.



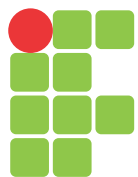
A series of horizontal lines for writing, spanning the width of the page. The lines are evenly spaced and extend from the left margin to the right margin.





Anotações

[illegible]



**INSTITUTO FEDERAL
PARANÁ**



PDE | PRONATEC

PROGRAMA NACIONAL DE ACESSO AO
ENSINO TÉCNICO E EMPREGO

FORMAÇÃO INICIAL E CONTINUADA

PLANO DE AÇÃO PROFISSIONAL





Os textos que compõem estes cursos, não podem ser reproduzidos sem autorização dos editores
© Copyright by 2012 - Editora IFPR

IFPR - INSTITUTO FEDERAL DO PARANÁ

Reitor

Irineu Mario Colombo

Pró-Reitor de Extensão, Pesquisa e Inovação

Silvestre Labiak Junior

Organização

Jeyza da Piedade de Campos Pinheiro

Marcos José Barros

Revisão Ortográfica

Rodrigo Sobrinho

Projeto Gráfico e Diagramação

Leonardo Bettinelli



**INSTITUTO FEDERAL
PARANÁ**

Nome

Endereço

Telefone

Email

Anotações



Caro (a) estudante,

O Plano de Ação Individual – PAI será elaborado por você durante sua qualificação profissional nos cursos FIC (Formação Inicial e Continuada) do PRONATEC – IFPR. O destino desta viagem é apresentado por meio de um roteiro que o ajudará a lembrar e a organizar informações sobre suas experiências de trabalho e de seus familiares e a planejar a continuidade de seus estudos, incluindo sua formação escolar e seus planos profissionais.

O PAI é um instrumento que integra os conteúdos dos cursos FIC, devendo ser alimentado com suas ideias, pesquisas, experiências de trabalho e escolhas pessoais, com o objetivo de orientar e organizar sua trajetória acadêmica.

No decorrer do curso você desenvolverá atividades coletivas e individuais com a orientação do professor em sala de aula, e fará o registro destas informações, resultados de pesquisas e reflexões do seu cotidiano de forma sistematizada nas fichas que compõem o Plano. Toda a equipe pedagógica e administrativa contribuirá com você, orientando-o e ajudando-o a sistematizar estes dados. O preenchimento deste instrumento por você, será um referencial na sua formação e na construção do seu conhecimento, no processo de ensino-aprendizagem.

Bom estudo!



**INSTITUTO FEDERAL
PARANÁ**

Anotações

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.



Anotações

[illegible]

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.



Sumário

Ficha 1: Iniciando minha viagem pelo Curso de Formação Inicial e continuada – FIC (IFPR/PRONATEC)	10
Ficha 2: Quem sou?	11
Ficha 3: O que eu já sei?	12
Ficha 4: Minha trajetória profissional.....	13
Ficha 5: O que ficou desta etapa do curso?.....	14
Ficha 6: Resgate histórico da vida profissional da minha família.....	15
Ficha 7: Comparando as gerações.	16
Ficha 8: Refletindo sobre minhas escolhas profissionais.....	17
Ficha 9: Pesquisando sobre outras ocupações do Eixo Tecnológico do curso que estou matriculado no IFPR/PRONATEC.	18
Ficha 10: Pesquisando as oportunidades de trabalho no cenário profissional.	19
Ficha 11: O que ficou desta etapa do curso?.....	20
Ficha 12: Vamos aprender mais sobre associação de classe.	21
Ficha 13: O que ficou desta etapa do curso?.....	22
Ficha 14: O que eu quero? (hoje eu penso que...).....	23
Ficha 15: O que ficou desta etapa do curso?.....	24
Ficha 16: Planejando minha qualificação profissional.....	25
Ficha 17: O que ficou desta etapa do curso?.....	26
Ficha 18: Momento de avaliar como foi o curso ofertado pelo IFPR/PRONATEC.....	27
Referências bibliográficas	28

Anotações

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.



Ficha 1: Iniciando minha viagem pelo Curso de Formação Inicial e Continuada – FIC (IFPR/PRONATEC).

No quadro abaixo liste o curso de Formação Inicial e Continuada – FIC, em que você está matriculado no IFPR e as possíveis áreas de atuação. Solicite ajuda ao seu (ua) professor (a) para o preenchimento:

Curso	Programa que oferta	Eixo tecnológico	Demandante	Áreas de atuação

O que você espera deste curso FIC? Utilize o espaço abaixo para descrever suas expectativas através de um texto breve.

Ficha 2: Quem sou?

1 – Meu perfil

Nome:

Quem eu sou? (você poderá escrever ou desenhar se preferir. Por exemplo: o que você gosta de fazer, o que gosta de comer, como você se diverte?)

2 – Documentação (Preencha as informações abaixo e, com a ajuda do (a) Professor (a), descubra a importância destes documentos para sua vida, enquanto cidadão)

Identidade/Registro Geral _____

CPF _____

Carteira de trabalho _____

PIS/PASEPI/NIT _____

Título de Eleitor _____

Outros _____



3 – Endereço

Rua/número: _____

Bairro/complemento: _____

Cidade / UF: _____

Ficha 3: O que eu já sei?

1 – Escolaridade

Ensino Fundamental séries iniciais : _____ () incompleto () completo

Ensino Fundamental séries finais _____ () incompleto () completo

Ensino Médio: _____ () incompleto () completo

Graduação: _____ () incompleto () completo

Especialização _____ () incompleto () completo

Cursos que já fiz (cite no máximo cinco) _____ () incompleto () completo

2 – Cursos que já fiz (cite no máximo cinco)

Curso	Instituição	Data do Terminio do curso	Carga horária

Ficha 4: Minha trajetória profissional.

Nome da ocupação	Período em que trabalhou	Vínculo de trabalho	Carga horária diária	Remuneração	Como você avalia essas experiências de trabalho
Exemplo: Massagista	01/01/2012 a 31/12/2012	Sem carteira	8 horas	864,50	Aprendi muitas coisas nas rotinas administrativas da empresa
1.					
2.					
3.					



Ficha 5: O que ficou desta etapa do curso?

[illegible]

Ficha 6: Resgate histórico da vida profissional da minha família.

Parentesco	Onde nasceu	Ocupação	Onde reside	Ocupação atual	Função exercida
Exemplo: Pai	Campo largo - PR	Servente de obras	Campo Largo	Pedreiro	Mestre de obra

Neste fichamento é importante você fazer um resgate histórico da sua família identificando em que trabalharam ou trabalham, as pessoas da sua família, comparando a situação inicial e a atual de cada indivíduo, outro ponto, que pode vir a ser analisado são as pessoas com a mesma faixa de idade.



Ficha 7: Comparando as gerações.

Ocupação		Tipo de vínculo de trabalho com o empregador: carteira assinada, contrato determinado, pagamento por tarefa, outros...
Mãe	1. Ocupação inicial:	
	2.. Ocupação atual:	
Pai	1. Ocupação inicial:	
	2.. Ocupação atual:	
Minhas experiências	1. Ocupação inicial:	
	2.. Ocupação atual:	

Você preferir poderá identificar outras pessoas com a mesma faixa etária, conforme o preenchimento da ficha 6.

Ficha 8: Refletindo sobre minhas escolhas profissionais.

Ocupação profissional que você já exerceu	Por quê?
1.	
2.	
3.	
Ocupação profissional que você gostaria de exercer	Por quê?
1.	
2.	
3.	
Ocupação profissional que você não gostaria de exercer	Por quê?
1.	
2.	
3.	

Independente do Eixo Tecnológico e do curso FIC que está cursando, liste 3 ocupações profissionais que você gostaria de exercer e outras 3 ocupações que não gostaria de exercer.



Ficha 9: Pesquisando sobre outras ocupações do Eixo Tecnológico do curso que estou matriculado no IFPR / PRONATEC.

Eixo Tecnológico: _____

Curso: _____ Ano letivo: _____

Cursos:	Perfil do profissional (características pessoais, o que faz, onde trabalha, materiais que utiliza)
1	
2	
3	
4	
5	
6	

Solicite ao professor que ele consulte o Guia de cursos PRONATEC no site: <<http://www.ifpr.edu.br/pronatec/consultas>>. Você encontrará as características gerais dos cursos, os setores onde será possível exercer seu conhecimentos, bem como, recursos, materiais necessários, requisitos e outros....E com a ajuda do professor e orientação, você poderá realizar entrevistas com profissionais da área, e até visitas técnicas conforme planejamento do professor do curso.

Ficha 10: Pesquisando as oportunidades de trabalho no cenário profissional.

Curso / Ocupação	Onde procurar: empresas, agências de emprego, sindicato e outros	Endereço (Comercial/Eletrônico/Telefone)	Possibilidades De Empregabilidade (Quantas vagas disponíveis)	Remuneração	Tipo de contrato (Registro em carteira , contrato temporário)
Exemplo: Massagista	1) Empresa: Clínica de Massoterapia J&J	Av. Vereador Toaldo Túlio, nº 47, sala 05 Centro - Campo Largo - PR < http://massoterapiacuritiba.com.br/contato.html >.	1	540,00	Carteira assinada
	2) Posto do Sine	Rua Tijucas do Sul, 1 - Bairro: Corcovado Campo Largo - PR - CEP: 81900080 Regional: centro	0	-	-
	3) Agências de RH Empregos RH	Rua Saldanha Marinho, 4833 Centro – Campo Largo/PR 80410-151	2	860,00	Sem registro em carteira
	4) Classificados Jornais	< http://www.gazetadopovo.com.br >.	0	-	-

Com a orientação do professor e ajuda dos colegas visite empresas, estabelecimentos comerciais, agências de emprego públicas e privadas, bem como, outros locais onde você possa procurar trabalho e deixar seu currículo.

Ficha 12: Vamos aprender mais sobre associação de classe.

Sindicato: o que é, o que faz?

Ocupação / Curso	Nome do Sindicato	Endereço
1.		
2.		
3.		
4.		

Com a orientação do professor em sala de aula, pesquise qual (is) o (s) sindicato (s) que representa (m) a (s) ocupação (ões) que você está cursando pelo IFPR / PRONATEC.



Ficha 13: O que ficou desta etapa do curso?

QUAIS CONHECIMENTOS IMPORTANTES QUE VOCÊ ACHA RELEVANTE DESTACAR AQUI NESTA ETAPA DO CURSO O QUE VOCÊ REALMENTE APRENDEU ATÉ AGORA?

[illegible]

Ficha 14: O que eu quero? Hoje eu penso que...(você poderá escrever, desenhar ou colar gravuras).

Eu quero continuar meus estudos?

Eu quero trabalhar?

Eu quero ser?



Ficha 15: O que ficou desta etapa do curso?

QUAIS CONHECIMENTOS IMPORTANTES QUE VOCÊ ACHA RELEVANTE DESTACAR AQUI NESTA ETAPA DO CURSO O QUE VOCÊ REALMENTE APRENDEU ATÉ AGORA?

[illegible]

Ficha 16: Planejando minha qualificação profissional.

Ocupação	Instituição	Duração do curso	Horários ofertados	Custo do curso (É gratuito? Se não , quanto vai custar?)
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				
6.				

Com orientação do professor pesquise sobre instituições públicas ou privadas na sua região que oferecem cursos de qualificação em sua ocupação (ões) ou na (s) área (s) de seu interesse.



Ficha 17: O que ficou desta etapa do curso?

QUAIS CONHECIMENTOS IMPORTANTES QUE VOCÊ ACHA RELEVANTE DESTACAR AQUI NESTA ETAPA DO CURSO O QUE VOCÊ REALMENTE APRENDEU ATÉ AGORA?

[illegible]

Ficha 18: Momento de avaliar como foi o curso ofertado pelo IFPR / PRONATEC.

O que você trouxe de bom? O que ficou de bom pra você? E o que podemos melhorar?



Referências bibliográficas

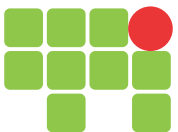
Guia de Estudo: **Unidades Formativas I e II Brasília**: Programa Nacional de Inclusão de Jovens – Projovem Urbano, 2012.

FREIRE, P. **Pedagogia da Autonomia**: saberes necessários à prática educativa. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

_____. **Pedagogia da tolerância**. São Paulo: Editora UNESP, 2004.

PAIN, S. **Diagnóstico e tratamento dos problemas de aprendizagem**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1986.

WEISS, M. L. L. **Psicopedagogia clínica**: uma visão diagnóstica dos problemas de aprendizagem escolar. 8ª ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.



INSTITUTO FEDERAL
PARANÁ



PDE | PRONATEC
PROGRAMA NACIONAL DE ACESSO AO
ENSINO TÉCNICO E EMPREGO



FORMAÇÃO INICIAL E CONTINUADA