

ANAIS DO
IX ENCONTRO REGIONAL E XX SEMANA
ACADÊMICA DE SECRETARIADO
EXECUTIVO BILÍNGÜE

&

II MOSTRA CIENTÍFICA DO CURSO

Realização:
Curso de Secretariado Executivo Bilíngüe
31 de julho a 03 de agosto

Apoio:
Fundação Araucária

Toledo
2007

COMISSÃO DE TRABALHO

PROFESSORES

Benedito José Calixto
Carla Maria Schmidt
Dari José Klein
Ednilse Maria Willers
Ivanete Daga Cielo
Márcio Alberto Goebel
Maura Bernardon
Rúbia Nara Rinaldi

TRABALHOS TÉCNICOS

Roseli Immig Lotte

MAURA BERNARDON
EDNILSE MARIA WILLERS
ROSELI IMMIG LOTTE
organizadoras

ANAIS DO
IX ENCONTRO REGIONAL E XX SEMANA
ACADÊMICA DE SECRETARIADO
EXECUTIVO BILÍNGÜE

&

II MOSTRA CIENTÍFICA DO CURSO

PALESTRAS – MINI CURSOS – APRESENTAÇÕES ORAIS

Toledo
2007

CAPA

DIAGRAMAÇÃO

REVISÃO TÉCNICA
Roseli Immig Lotte

FICHA CATALOGRÁFICA

EDITORAÇÃO E ACABAMENTO

SUMÁRIO

1ª PARTE: IX ENCONTRO REGIONAL E XX SEMANA ACADÊMICA DE SECRETARIADO EXECUTIVO

PALESTRA

O profissional de secretariado executivo frente as exigências éticas das organizações contemporâneas
Profª. Drª Miréia Maria Joau de Carvalho

MINI CURSOS

Comunicação, atitudes e resultados na Programação Neurolingüística
Prof. Ms. Benedito José Calixto

Economia brasileira e comércio internacional
Profª. Drª Miriam Beatriz Schneider Braun

5S – mudanças físicas e comportamentais: uma questão de atitude
João Valdey Gomes e Ligia Cristina Domingues

2ª PARTE: II MOSTRA CIENTÍFICA DO CURSO

APRESENTAÇÕES ORAIS

QUALIDADE NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS EM UMA EMPRESA DE SEGURANÇA
Elizandra de Freitas Flores e Rúbia Nara Rinaldi, Drª (orientadora)

O PERFIL DO SECRETÁRIO EXECUTIVO FRENTE ÀS NECESSIDADES DAS INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS
Caroline Grando, Sâmia Beatrice Graciano Correa e Rúbia Nara Rinaldi, Drª (orientadora)

CRIAÇÃO DE UM PLANO DE CARGOS E SALÁRIOS COMO FERRAMENTA PARA A ADMINISTRAÇÃO DE RECURSOS HUMANOS NA SPERAFICO AGROINDUSTRIAL LTDA – MATRIZ – TOLEDO – PR
Rosana Simonela Galina e Ivanete Daga Cielo, Ms (orientadora)

MARKETING PROMOCIONAL: UM ESTUDO NO CONSELHO TUTELAR DE OURO VERDE DO OESTE
Liana Graciela Beutler e Carla Maria Schmidt, Ms (orientadora)

IDENTIFICAÇÃO DE CONFLITOS NOS CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO DE UMA COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL DO OESTE DO PARANÁ
Leilyane Silva de Almeida, Shaieny F. dos Santos e Rúbia Nara Rinaldi, Drª (orientadora)

1ª PARTE

**IX ENCONTRO REGIONAL E XX
SEMANA ACADÊMICA DE
SECRETARIADO EXECUTIVO**

PALESTRA

O PROFISSIONAL DE SECRETARIADO EXECUTIVO FRENTE AS EXIGÊNCIAS ÉTICAS DAS ORGANIZAÇÕES CONTEMPORÂNEAS

Miréia Maria Joau de Carvalho¹

Esta palestra aborda a preocupação ética que tornou-se universal e está presente em todos os âmbitos da vida humana. Tal preocupação deve-se ao próprio desenvolvimento da racionalidade moderna que, ao estabelecer uma relação intrínseca entre as dimensões teóricas - científicas e as dimensões práticas - éticas, fez com que ambas sempre estejam presentes na própria matriz de qualquer conhecimento. Os debates contemporâneos sobre a relação do conhecimento científico e as possibilidades técnicas de seu uso nos mostram que a preocupação ética é contemporânea ao próprio pensamento. Há uma curiosa ambigüidade entre o discurso ético que se dissemina e ocupa todos os espaços e a efetiva importância que se dá à ética no campo prático.

¹ Doutora em Ciências Empresariais – UMSA/AR. Professora de Ética na Educação na Faculdade Baiana de Ciência – FABAC. e-mail: mireia@uol.com.br

MINI CURSOS

COMUNICAÇÃO, ATITUDES E RESULTADOS DA PROGRAMAÇÃO NEUROLINGÜÍSTICA (PNL)

Benedito José Calixto¹

A PNL como ciência do comportamento e da comunicação humana começou a ser estudada na década de 1970, nos EUA, pelo lingüista John Grinder e o psicólogo Richard Bandler. Eles se uniram para estudar a linguagem e o comportamento dos profissionais que eram considerados excelentes em suas áreas de atuação, decodificando comportamentos e atuações bem-sucedidas e formatando-as, para que essas atuações de sucesso fossem ensinadas a outros profissionais.

A Programação Neurolingüística é um conjunto rico de ferramentas e de técnicas de comunicação, através das quais o indivíduo aprende a se conhecer melhor, viver melhor e a atuar de maneira positiva nas situações que o cercam. Ensinando a usar melhor a mente, a PNL fornece ferramentas para que profissionais da área de comunicação social aprendam a refletir e a utilizar seus próprios recursos internos para enfrentar situações difíceis.

Na PNL estuda-se a linguagem para empregá-la como instrumento de comunicação, de percepção e compreensão do pensamento e um dos fatores que distingue um comunicador brilhante de um medíocre é o uso que se faz da linguagem. Usar a linguagem de forma a conseguir seus objetivos pode diferenciar um comunicador em todos os níveis. Quem faz perguntas precisas recebe respostas específicas e informações de qualidade inegavelmente melhor. Pessoas que utilizam linguagem inespecífica obtêm resultados inespecíficos. A PNL desenvolveu o Meta Modelo de Linguagem, que é um conjunto de instrumentos que possibilita a obtenção de informações de alta qualidade das pessoas com quem trabalhamos e nos comunicamos, possibilitando, também, a ampliação e enriquecimento mental.

¹ Professor de língua inglesa do curso de Secretariado Executivo Bilíngüe, Unioeste, Campus de Toledo. Graduado em Letras. Pós-graduado pela Unicamp. Mestre em Lingüística pela Unesp. Créditos de doutorado pela University of London. Membro do grupo de pesquisa em Secretariado Executivo. E-mail: bencalixto@uol.com.br.

A PNL possibilita ao ser humano usar mais a sua capacidade mental, aprendida e armazenada durante a vida, de forma objetiva, substituindo padrões limitadores, como dificuldades de linguagem, expectativas, conflitos e comportamentos indesejados, por padrões de construções realizadoras de re-estruturações, mudanças de atitudes, motivação, competência, estados e comportamentos desejados. É, sobretudo, um modelo de comunicação que estuda como as pessoas se relacionam e como se comunicam consigo mesmas.

Como ciência da comunicação, entende-se como crucial a função do profissional de comunicação em saber gerar o interesse público a partir de seu trabalho. A informação é a matéria prima da notícia, do fato em si, enquanto a comunicação é a forma pela qual eu vou transmitir esse conhecimento. Nesse “fazer” está o segredo, pois além de ser agradável para quem a recebe, a comunicação bem feita garante, como retorno, a credibilidade.

Os profissionais de comunicação social estão tendo que aprimorar seus conhecimentos e procedimentos a cada dia, assimilando novos conceitos e aprendendo novas técnicas para transmitir informações de maneira mais precisa e eficiente para a opinião pública e para os veículos que agem com a ética sempre ameaçada pela vertiginosa velocidade com que se produz a notícia. É inegável que a revolução tecnológica dá tons dramáticos aos desafios da comunicação.

De um lado a informação massificada, pela vertente eletrônica, atingindo a todos indiscriminadamente. De outro, a vertente pessoal, em ritmo descendente. O ser humano já planeja explorar o planeta Júpiter, mas não é capaz de atravessar a rua e interagir com o seu vizinho. É por isso que a cada dia sentimos a necessidade da comunicação humana ser re-estudada, desenvolvida para que se enriqueça a linguagem que vai fortalecer a comunicação. E por comunicação devemos compreender os seus poderes. A penetração da palavra falada, da postura corporal e do tom da voz de quem informa. O poder de influência das palavras não passa de 7%, enquanto a forma como as palavras são ditas, a entonação e a fisiologia representam 38% e 55% deste poder, respectivamente.

Mesmo a PNL apresentando uma vasta gama de pressupostos teóricos, práticos e de muitas hipóteses, procuramos descrever algumas técnicas da programação neurolingüística de uma maneira sucinta e aplicada:

POSITIVIDADE:

É uma abordagem de comunicação positiva, confiante e tranqüila por meios da simpatia, gestos ou posturas naturais, ativando a mente da pessoa de maneira a conquistar a confiança da mesma. A pessoa deve sentir-se bem e a vontade, sem pressão psicológica ou constrangimento. Você pode direcionar a outra pessoa para o assunto que lhe interessa, preparando-as ou programando-as para as respostas que te interessem.

TRUÍSMO (TRIVIALIDADES):

Uma das formas de diálogo de aquecimento ou de “quebra gelo”, comunicando verdades triviais, tão evidente que não são necessárias serem anunciadas, ou seja, de senso comum cujas respostas são previsíveis, óbvias e seguras, coisas e situações conhecidas de contextos rotineiros, reforçando e buscando uma aproximação maior e a confiança da pessoa.

RAPPORT :

Sintonia rápida com a pessoa, buscando a empatia, ganhando sua confiança, moldando a mente dele à sua mente, estabelecendo empatia instantânea com seu interlocutor. A técnica de PNL para isso é espelhar as pessoas. Como se você estivesse sendo o reflexo dela, da mesma forma que nos vemos no espelho. Quando você espelha as pessoas, elas se sentem bem. Passam a gostar de estar com você. Nós gostamos de pessoas parecidas conosco e detestamos pessoas muito diferentes. Pessoas que pensam iguais se aproximam. O rapport estabelece a empatia instantânea, pelo seu esforço em mapear (acompanhar) a mente do cliente e fazê-lo sentir-se bem com você. Vimos que o rapport se completa a medida que rastreia as três saídas: a fala, os gestos e o corpo.

RESPIRAÇÃO

A respiração é a mais poderosa forma de se obter rapport. Ela determina o humor das pessoas. Se você sintonizar a respiração, conseguirá entrar no estado de espírito do outro. E com a sintonia do estado de espírito, estamos em perfeita harmonia com o outro.

SISTEMA REPRESENTACIONAL - MODALIDADES: VISUAL, AUDITIVA E SINESTÉSICA.

Uma das técnicas de PNL mais interessante é a leitura dos movimentos dos olhos. Denominada por John Grinder e Richard Bandler de teoria autómata. Antes de ser posta em uso pelos criadores da PNL, foi testada em todos os povos da terra. Mais precisamente em todos os troncos de raças e se mostrou eficaz em todas elas, com as mesmas reações programadas, originando um grande quadro estatístico.

A leitura dos movimentos dos olhos, na maioria das pessoas nos dá orientação de qual é o seu canal (campo) preferido de entrada de estímulos em seu cérebro - visual, auditivo ou sinestésico. Significa que elas têm preferência por uma entrada específica e é mais fácil para elas entenderem os estímulos, utilizando um determinado canal. A pessoa que souber identificar e utilizar o canal correto será muito mais eficaz no seu processo de persuasão.

PALAVRAS PROCESSUAIS

Cada pessoa tem um canal neurológico predominante, visual, auditivo ou cinestésico, que é manifestado por meio das palavras de uso corrente. Essas palavras podem ser classificadas como palavras visuais, de imagens, cores; palavras auditivas, de sonoridades e do ato de falar em si; bem como palavras cinestésicas de manifestação de emoções e sentimentos. Pode-se também, identificar o canal representacional da outra pessoa através da voz, sua tonalidade ou entonação, volume e velocidade. As pessoas que falam alto, rápido e de maneira forte são pessoais visuais. As que falam moderadamente são auditivas. E as que falam baixo, lento, geralmente grave, são os cinestésicos.

E finalmente, por entendermos a relação de poder da linguagem na construção dos significados, na comunicação e na interpretação, consideramos de crucial importância o aprofundar-se na compreensão das formas implícitas e explícitas da linguagem e suas variantes lingüísticas, sociológicas e psicológicas.

COMÉRCIO INTERNACIONAL PÓS-SEGUNDA GUERRA: A BUSCA DO MULTILATERALISMO E A SITUAÇÃO DA AGRICULTURA

Mirian Beatriz Schneider Braun¹
Rubiane Daniele Cardoso²

Com a criação do Fundo Monetário Internacional (FMI), do Banco Mundial em 1944 e da Organização Internacional de Comércio (ITO – *International Trade Organization*) formou-se o tripé de estruturação da economia mundial no pós-guerra. Baseada em organismos supranacionais, a ideologia liberal que permeava o acordo de *Bretton Woods*, objetivava eliminar as estratégias protecionistas desenvolvidas nos anos 30 e com isso a implementação de um regime multilateral de comércio.

O propósito formal do GATT era o de alcançar um padrão mais livre e “justo” de comércio com a redução de tarifas e a eliminação de outras barreiras ao comércio. Assinado inicialmente por 23 países, dos quais 11 considerados em desenvolvimento, inclusive o Brasil. No entanto, apesar da ideologia liberal que permearia o processo de reestruturação da economia pós-segunda guerra, uma das características mais específicas do GATT durante todo seu processo de desenvolvimento foi sua adaptabilidade às exigências dos atores mais importantes nos cenários do comércio internacional (AZUA, 1986).

Ao longo do desenvolvimento das Rodadas do GATT, com avanços e retrocessos, naturais em um tema tão complexo quanto o comércio internacional, mas com as garantias de que a vinculação ao GATT não viria a influenciar em seus objetivos de política econômica interna, os países passaram a aderir ao acordo. A garantia de estabilidade encoraja as nações em direção ao “livre comércio”.

As primeiras rodadas do GATT se resumiram a tentativas de promover reduções tarifárias. É a partir da Rodada Kennedy que passam a ser discutidas as barreiras comerciais não-tarifárias (NTBs) e as questões relacionadas com o comércio agrícola que com a entrada em vigor da Política Agrícola Comum, da

¹ Economista. Doutora em História Econômica pela Universidade de Leon – Espanha. Professora Adjunta do Curso de Ciências Econômicas e do Programa de Mestrado em Desenvolvimento Regional e Agronegócio da Unioeste - Campus de Toledo/Paraná/Brasil, Pesquisadora do Grupo de Pesquisa em Agronegócio e desenvolvimento Regional – GEPEC. *E-mail:* mirianbraun@unioeste.br ou mirianbraun@hotmail.com

² Acadêmica do curso de Ciências Econômicas da Unioeste/campus de Toledo. Bolsista PIBIC-CNPq. *E-mail:* rubicardoso@yahoo.com.br

Comunidade Econômica Européia, começaram a surgir importantes excepcionalidades e a criar atritos entre os países participantes do acordo.

1 A RODADA URUGUAI

Em 1986, tem início a Rodada Uruguai, contando com a participação de 117 países, motivada pelo fracasso do acordo GATT em vários setores, principalmente na agricultura, além da necessidade de negociações em torno de temas novos, como a da propriedade intelectual. O objetivo principal desta rodada foi ampliar o livre comércio e aumentar o escopo do acordo em áreas anteriormente não tratadas, como propriedade intelectual, serviços e agricultura (JANK, VIÉGAS, 1999).

As negociações da Rodada Uruguai levaram quatro anos para serem preparadas e mais sete para serem concluídas (três a mais do que o originalmente previsto), após inúmeras ameaças de fracasso. Tais negociações talvez possam ser consideradas as mais amplas sobre questões econômicas já realizadas até hoje, cobrindo uma extensa gama de assuntos, alguns deles extremamente sensíveis. Dela participaram países de diversos tamanhos, estágios de desenvolvimento e estruturas econômicas (REGO, 1996). Enquanto nas Rodadas precedentes a agricultura permanecia sempre à margem das negociações, na Rodada Uruguai, ela ficou desde o início no centro da negociação, condicionando seu desenvolvimento e arriscando a ser mesmo a causa de uma possível não-realização.

Em 15 de abril de 1994, os países filiados ao GATT (Acordo Geral de Tarifas e Comércio) assinaram o ato final da Rodada Uruguai, o oitavo e último ciclo de negociações na história do GATT. O acordo concluiu uma negociação iniciada sete anos antes, em que, em mais de uma fase parecia muito próxima do risco de uma ruptura definitiva.

O acordo, certamente, encontrava-se longe das expectativas de todos aqueles que esperavam, desde seu início, uma conclusão a altura de determinar uma liberalização radical dos mercados de produtos agrícolas, a qual homologasse a agricultura, tornado-a sujeita às regras do GATT, semelhantes àquelas em vigor na indústria, ou para usar uma expressão freqüente, esperavam que a conclusão do Acordo pudesse “levar a agricultura ao GATT”. Não obstante, não há dúvida, nem mesmo nas avaliações mais críticas da importância do Acordo alcançado, que

introduz importantes vínculos cujos efeitos estarão certamente, contidos nos primeiros anos de aplicação do Acordo, mas que se tornaram relevantes ao passar dos anos.

Dentro deste contexto, o processo de negociação que resultou na constituição do GATT de 1994, dependeu de arranjos e compromissos políticos mais amplos do que a estrutura do antigo acordo podia abrigar. Pode-se afirmar que o sistema global de comércio sob a égide da OMC constitui de fato um movimento para “além do GATT” na medida em que perde importância relativa a regulação do regime de comércio e a nova instituição, passa a lidar com problemas de “fronteira”, que conduzem a um sistema mais profundo de harmonização global em áreas como normas técnicas, política tecnológica e política de concorrência.

O acordo sobre a agricultura adotado ao fim da Rodada Uruguai estabeleceu na prática um marco legal necessário para que se pudesse levar adiante um processo de reforma do comércio agropecuário internacional, com o objetivo de estabelecer, a longo prazo, um sistema de comércio agropecuário mais eqüitativo e orientado para o mercado.

A Rodada transcorreu paralelamente às transformações da política agrícola dos EUA, à radical mudança da Política Agrícola Comum (PAC) da União Européia, e no auge de uma guerra comercial, anunciada pelos Tesouros Nacionais, nos mercados de produtos agropecuários. Não foi por outra razão que os interesses agrícolas europeus foram o principal fator que dificultou a conclusão da mesma.

As negociações agrícolas na Rodada Uruguai se pautaram por duas tarefas básicas: discussão e definição das novas regras que passariam a reger o comércio agrícola internacional, e identificação e classificação das políticas praticadas pelos países.

No processo de negociação do acordo que levou a criação da OMC, havia uma certa expectativa de que seriam atingidos resultados pelo menos satisfatórios em termos de acesso, por parte dos países em desenvolvimento, a mercados de países desenvolvidos (LOPES, 1995), resultados de aperfeiçoamento dos códigos de subsídios e direitos *antidumping*, resultados por sua vez de reduções nos subsídios às exportações e às políticas domésticas.

Não tardou para que os países percebessem o vazio em que caíram suas expectativas. Parte dos países desenvolvidos aproveitaram a tarifação para colocar “água nas tarifas” (nos equivalentes tarifários) e erigir barreiras tarifárias

quase intransponíveis, além de pedirem *waivers* em relação à obrigatoriedade da tarifificação (Japão e Coréia). A redução tarifária esperada para os produtos de interesse dos países Latino-americanos também não confirmou. E os problemas com a concorrência desleal e predatória se aprofundaram.

As tarifas que incidiam sobre os produtos tropicais não foram zeradas. Algumas tarifas desses produtos foram reduzidas, nos países desenvolvidos, em apenas 15%, que era o nível mínimo.

Embora claramente insuficiente no desmonte do arsenal de medidas protecionistas que ainda protegem a agricultura dos países desenvolvidos, o grande mérito do acordo Agrícola foi, inicialmente, enquadrar o comércio agrícola mundial dentro de regras universalmente aceitas, e o mais importante, lançar as bases para a continuidade do processo de abertura comercial na agricultura. De fato, ao estabelecer no seu Art. 20 uma retomada das negociações até o ano 2000, o acordo Agrícola deixa claro que a Rodada Uruguai foi apenas o ponto de partida no processo de liberalização comercial da Agricultura (FERREIRA, 2001).

2 PERSPECTIVAS PARA UMA NOVA RODADA

As rodadas de negociações multilaterais se tornaram, na atualidade, o fórum ideal para obter avanços no disciplinamento do comércio. Hoje é fato de domínio corrente que a globalização, que se amplia a cada dia, necessita de regras. Os 150 países membros se reúnem para discussão dos chamados temas sistêmicos: uso e abuso da legislação *antidumping* e anti-subsídios, regras de origem, políticas de concorrência (empresas protegidas contra comportamentos anti-competição e de monopólios), propriedade intelectual (proteção de direitos autorais, patentes, marcas e segredos comerciais), investimentos (proteções importantes para os investidores), meio ambiente e comércio, redução dos subsídios agrícolas e outros.

O grande problema é que os países que tem a perder nessas áreas dificultam a visão de uma solução que satisfaça a todos, isso pelo fato de que uma concessão mais restrita em termos geográficos seria entregue gratuitamente (*free-rider*) aos países que não participam do acordo. Diante disso, cabe a OMC ditar as regras da partida; equivocam-se os contrários a ela, alegando que tal tentativa de

mais integração global é maléfica, se a situação não está das melhores com um árbitro legal, muito pior seria sem esse árbitro.

O Brasil deveria ter uma meta eficaz já traçada no que diz respeito a sua política comercial, definindo qual posição quer ocupar no mundo globalizado; tendo sua estratégia ficaria menos complicado concentrar forças para conseguir o que se espera. Segundo Farnese (2000), as próximas negociações de liberalização comercial deveriam consistir nas três áreas já consolidadas no Acordo sobre Agricultura (AsA), na Rodada Uruguai (1986-1994), que seriam acesso a mercados, medidas de apoio interno e subsídios à exportação, dando ênfase talvez ao primeiro e ao último, pois se houvesse maior disciplina nas medidas comerciais destes, limitaria de alguma forma a possibilidade de se manterem políticas de apoio interno. As políticas de apoio interno têm sido muito questionadas nos países desenvolvidos, pois vem exigindo recursos orçamentários elevados (principalmente na União Européia) e, além disso, são de difícil monitoramento pelos outros membros e conseqüentemente de difícil disciplinamento.

As expectativas acerca das três áreas seriam as seguintes, hierarquizando-as: no tocante a subsídios a exportação, a diretriz básica seria sua eliminação para maior liberalização dos mercados. Se esta área fosse inteiramente sujeita às regras e disciplinas da OMC, seria eliminada a possibilidade de se utilizar estas medidas nas práticas comerciais com o objetivo de aumentar a competitividade nos mercados externos.

No que se refere a subsídios agrícolas, no Brasil é certo que tenha prioridade na rodada, devido justamente a OMC ser o único fórum capaz de disciplinar e eliminar efetivamente, os subsídios aplicados aos países desenvolvidos, principalmente EUA e UE, e tal comportamento resultaria em um comércio mais justo, e não apenas em mais uma manutenção das políticas atuais.

Importante lembrar que graças às políticas dos países desenvolvidos, especialmente EU e EUA – caixa azul, caixa amarela e caixa verde³, um corte

³ Estabelecidas para categorizar e facilitar o controle de subsídios na agricultura, a OMC determina quatro caixas principais: Laranja ou Âmbar - define limites máximos para o uso de subvenções à agricultura. A Organização pode intervir caso estes limites sejam ultrapassados. Estes são os subsídios proibitivos. Azul - permite auxílios condicionados a um programa de limitação de produção. Verde - determinam os subsídios agrícolas menos distorcivos. Estabelece medidas de apoio à produção doméstica, na condição de resultarem em efeitos distorcivos mínimos ou nulos ao comércio ou à produção. S&DT ou caixa de tratamento especial e diferencial - criada para proteger os nomeados países menos desenvolvidos (WTO, 2002).

expressivo nos subsídios distorcivos, geraria resultados irrelevantes já que existem meios de fuga camuflados, onde são classificados os subsídios 'considerados menos distorcivos', o que novamente colabora para manutenção do comércio atual e sua iniquidade. Ficam evidentes os meios de fuga e camuflagem do protecionismo, as quais podemos citar, além destas caixas coloridas da OMC, as medidas sanitárias e fitossanitárias, PAC (Política Agrícola Comum dos países europeus), a atual classificação dos produtos (muitos de interesse do Brasil) como 'sensíveis', ou seja, cortes menores nos subsídios e acesso por meio de cotas de importação; ponto este relevante segundo Jank (2005) é que se os produtos de interesse do Brasil forem classificados como sensíveis, o que é bem provável ocorrer, o corte médio pode resultar em ganhos irrelevantes, portanto, na agricultura, a preocupação com as exceções se torna prioridade em relação às demais regras.

3 A RODADA DOHA E AS CONFERÊNCIAS MINISTERIAIS

Para quase satisfação de todos, a nova Rodada de negociações multilaterais foi lançada, na quarta Conferência Ministerial em Doha, no Catar, no período de 9 a 14 de novembro de 2001, foi lançada a Rodada de Doha, nona Rodada de negociações multilaterais, mas primeira no âmbito da Organização Mundial do Comércio (OMC). Talvez não fosse um bom momento para o início de negociações multilaterais, pois a economia mundial se encontrava abalada devido aos atos terroristas ocorridos.

Os grupos de interesse dentro dessa nova rodada podem ser qualificados conforme o quadro. Os EUA adotam uma posição ofensiva com relação aos subsídios, defensiva com relação à indústria, e um mista das duas em relação ao acesso à mercados e serviços. Já a União Européia, é ofensiva na questão do acesso, defensiva com relação a indústria. Avaliando os demais países, percebem-se posturas diferenciadas. No caso do Brasil, adota-se uma posição ofensiva com relação à subsídios e acesso a mercados, defensiva com relação a indústria.

QUADRO 1 – GRUPOS DE INTERESSE NA RODADA DOHA

Grupo	Principais países	Agricultura		Indústria	Serviços
		Subsídios	Acesso		
Estados Unidos		Posições defensivas	Posições mistas	Posições defensivas	Posições mistas
União Européia		Posições mistas	Posições defensivas	Posições defensivas	Posições mistas
<i>Free traders (Cairns)</i>	Austrália, Nova Zelândia e Chile	Posições defensivas	Posições defensivas	Posições defensivas	Posições defensivas
PDs resistentes	G-10: Japão, Coréia, Suíça, Noruega	Posições defensivas	Posições defensivas	Posições defensivas	Posições mistas
G-20	Brasil, Argentina, Tailândia	Posições defensivas	Posições defensivas	Posições defensivas	Posições mistas
	China	Posições defensivas	Posições defensivas	Posições defensivas	Posições mistas
PED	G-33 e G-90	Posições mistas	Posições defensivas	Posições defensivas	Posições mistas
PED – <i>net food importers</i>	LDCs* e outros	Posições defensivas	Posições defensivas	Posições defensivas	Posições mistas

Posições ofensivas
 Posições defensivas
 Posições mistas

Fonte: Instituto de Estudos do Comércio e Negociações Internacionais – ICONE. 2006. Disponível em: <<http://www.iconebrasil.com.br>>. Acesso em: 12/03/06.

* Países de menor desenvolvimento relativo (sigla em inglês).

Em Doha, a aprovação do início de uma nova rodada de negociações multilaterais na OMC integrou às negociações em agricultura um outro elemento fundamental: um mandato negociador de um compromisso único (*Single undertaking*) ambicioso e voltado para o desenvolvimento, conforme definido pelo parágrafo 13 da Declaração Ministerial - o estabelecimento de comércio justo e orientado para o mercado na agricultura – através do compromisso de negociar novas disciplinas para o “tripé”: aumento substancial no acesso a mercados; reduções, com vista à eliminação, de todos os subsídios à exportação; e reduções substanciais em apoio doméstico que mais distorçam o comércio. Além disso, o mandato postula que o tratamento especial e diferenciado seja parte integral do compromisso único. Ressalte-se que a Declaração promete consideração às preocupações não comerciais na agricultura (PRESSER *et al.*, 2004).

Observa-se ainda na declaração, atenção ao mercado não agrícola: transparência nas regras de condução das políticas econômicas e financeiras dos

diversos países membros; as relações entre o comércio e o investimento; interação do comércio e da política da concorrência; transparência dos mercados públicos; acesso aos mercados para os produtos não agrícolas; políticas do comércio de serviços; comércio eletrônico; comércio e transferência de tecnologias; aspectos dos direitos de propriedade intelectual relacionados com o comércio; tratamento especial e diferenciado em relação aos países menos desenvolvidos (WTO, 2003).

Destarte, a declaração de Doha para o desenvolvimento preocupava-se não só com as questões agrícolas, mas igualmente com um vasto conjunto de intervenções que permitiam a regulamentação do comércio em geral e um desenvolvimento socioeconômico mais equilibrado em todos os países membros. Mas as principais questões giravam em torno de um mesmo foco: eliminar distorções no comércio, estabelecendo maior liberalização.

Outras grandes preocupações seriam o neoprotecionismo, o meio ambiente, a biodiversidade, o bem estar animal, a qualidade e segurança alimentar, as denominações de origem e o desenvolvimento rural. Mais problemas a serem discutidos e possivelmente solucionados na rodada, as medidas sanitárias e fitossanitárias; a grande dificuldade atualmente se encontra na distinção das normas que realmente protegem um país dos perigos biológicos, ambientais e sanitários, daquelas que simplesmente são usadas para controlar importações, criando restrições disfarçadas ao comércio internacional (JANK, 2005).

Segundo JANK e TACHINARDI (2006), os interesses do Brasil só serão atendidos quando houver cortes nos subsídios domésticos e maiores avanços no referente ao acesso aos mercados. Essa deve ser uma das vertentes centrais de atuação dos formuladores de política comercial. Se as oito Rodadas do GATT trouxeram avanços na liberalização comercial, a expectativa é que a Rodada Doha traga grandes reformas quanto às regras e disciplinas que regem o mercado agrícola, já que o ponto de pauta da Rodada é a agricultura.

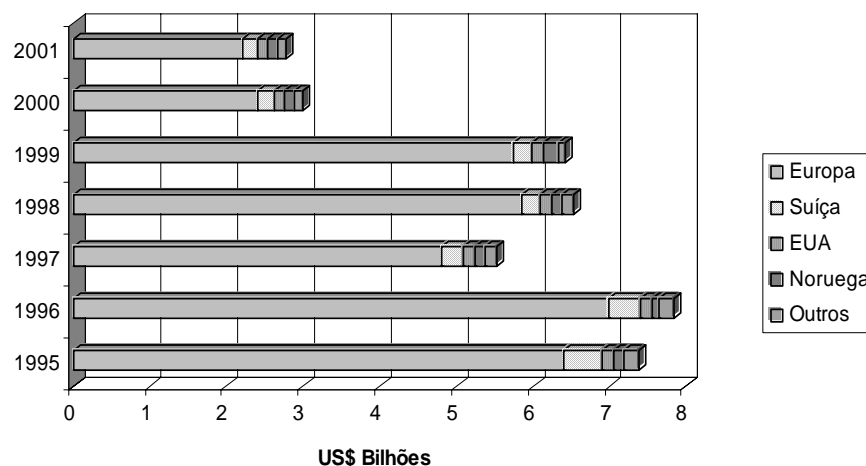
Na quinta Conferência Ministerial realizada em Cancun, no México, de 10 a 14 de setembro de 2003, os países membros se propuseram a seguir o mandato já afirmado em Doha. No referente à agricultura e as negociações agrícolas, o que se acordou foi a intensificação do trabalho para se alcançar os objetivos já traçados, principalmente em relação a acesso a mercados e apoio interno. Ressaltou-se que a rodada deveria ser concluída até janeiro de 2005, o que não ocorreu.

No período de 13 a 18 de dezembro de 2005, ocorreu a sexta Conferência Ministerial da OMC, realizada em Hong Kong, na China, onde se reuniram os 150 países membros. Após o término da mesma, as manchetes expunham a insatisfação de alguns membros, os seis dias de intenso trabalho em Hong Kong resultaram em um pequeno progresso nas negociações da rodada Doha, na avaliação do G20 e dos EUA (JANK, 2006a). O texto final de onze páginas e poucos avanços reais, que se esperava ser o ato conclusivo de Doha, foi de fato motivo de insatisfação para muitos países membros.

No tocante a subsídios a exportação, foi definido até 2013 para sua eliminação, com uma redução substancial em 2010. De um lado G20 e EUA defendiam a data como sendo 2010, já a UE estabeleceu o prazo para 2013, mesmo ano que vence a Política Agrícola Comum (PAC), tempo necessário para novas estratégias. Mas a proposta inicial da OMC era 2010 ou um 'número x' de anos depois da aplicação da Rodada Doha para eliminar os subsídios a exportação. O texto propunha que os membros aceitassem por em prática medidas que garantam a eliminação paralela de todas as formas de subvenção à exportação, o que coincidia com os interesses dos países em desenvolvimento (JANK, 2006a).

Porém, os subsídios a exportação representam menos de US\$ 3 bilhões (gráfico 1), enquanto os subsídios domésticos atingem cerca de US\$ 108 bilhões, ou seja, o equivalente a US\$ 108 bilhões são transferidos aos produtores dos países desenvolvidos, principalmente da União Européia, Estados Unidos e Japão (gráfico 2). O maior ganho então, é que haverá uma eliminação simultânea de subsídios à exportação e medidas equivalentes, como por exemplo, os créditos subsidiados à exportação. As duas medidas juntas correspondem cerca de US\$ 5 bilhões em gastos governamentais no mundo, o que não é tão relevante comparado aos outros pilares.

GRÁFICO 1 – GASTOS COM SUBSÍDIOS À EXPORTAÇÃO



Fonte: Instituto de Estudos do Comércio e Negociações Internacionais – ICONE (dados da OMC). Disponível em: <<http://www.iconebrasil.com.br>>. Acesso em: 12/03/06.

Na questão de acesso a mercados, a OMC propôs aos membros adotarem quatro bandas para estruturar a supressão das tarifas, o que possibilitaria aos governos modularem as reduções tarifárias de acordo com a categoria de produtos. Quanto aos produtos sensíveis⁴, foi acordado que quanto maior for o desvio a respeito da redução tarifária, maior será o aumento da cotas, assim o país que decidir proteger um produto com tarifas mais elevadas, para compensar deve oferecer uma cota de acesso maior⁵. O problema realmente mora nas tantas exceções ou nos mínimos detalhes, a fixação da data não é rígida; a União Européia só vai acabar com os subsídios se for muito bem recompensada, se outros privilégios comerciais lhe forem oferecidos, assim ficaram estabelecidas condições à retirada de seus subsídios à importações e a outras formas de subsídios dados por outros países. (AGROANALYSIS, 2005).

Neste contexto, o G20, liderado por Brasil e Índia, se posiciona da seguinte forma: propõe que a lista de produtos sensíveis não compreenda mais que 1% das linhas tarifárias, que o desvio em relação ao corte seja no máximo 30%, que a expansão da cota seja ao menos 6% do consumo doméstico corrente. Ficou acordado também que os países ricos devem eliminar tarifas e cotas de 97% de suas importações provenientes dos 50 países mais pobres do mundo já a partir de

⁴ Produtos que os países em desenvolvimento podem aplicar tarifas mais altas.

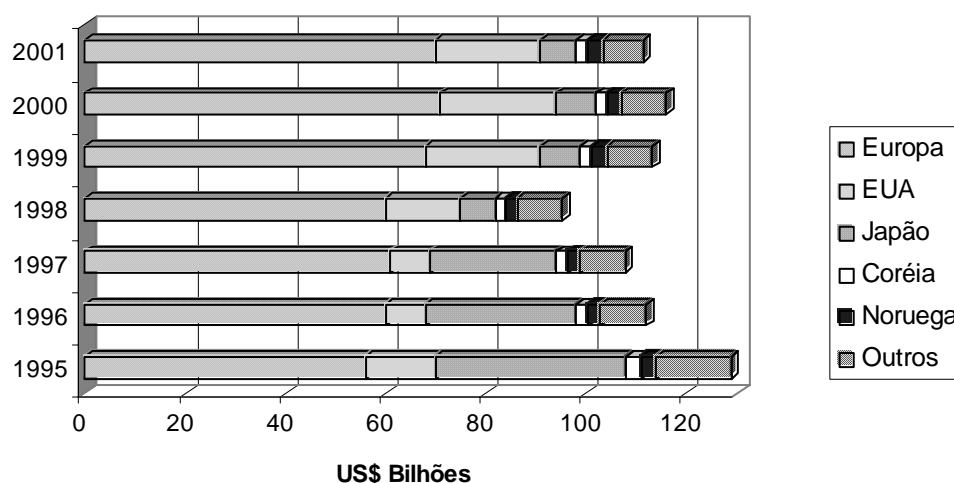
⁵ Um exemplo seria a União Européia, que classifica a carne bovina como um produto sensível, conseqüentemente o cálculo da cota de importação apontou que ela deverá aumentar gradualmente das atuais 500.000 toneladas para 1,3 bilhão de toneladas.

2008, no caso do algodão foi estabelecido 2006 como prazo para o fim dos subsídios.

Não obstante, nos subsídios domésticos registraram-se poucos avanços. Na estrutura da fórmula de redução das Medidas Agregadas de Apoio (AMS) e apoio total distorcivo foram definidas três bandas – União Européia na banda mais alta, Estados Unidos e Japão na banda do meio e demais países desenvolvidos e em desenvolvimento na banda inferior. No entanto, o texto da sexta Conferência não é claro neste ponto, pois indica cortes efetivos nos subsídios, mas não indica se são cortes em nível global.

Nesta área, as atenções se voltam principalmente para os EUA, que dobraram o apoio aos produtores agropecuários em 2002 e resistem a reduzi-los, o que tem se tornado grande obstáculo para avanço da Rodada (gráfico 2). No início de 2007, o secretário da agricultura dos EUA apresentou sua proposta para *Farm Bill 2007*, a qual aponta um corte de cerca de US\$ 10 bilhões nos gastos globais nos próximos cinco anos, que no quinquênio anterior era de US\$ 97 bilhões. A UE já não é o centro das atenções depois dos cortes de gastos da Política Agrícola Comum ocorridos em 1999 e 2003 (JANK, 2007).

GRÁFICO 2 – GASTOS COM SUBSÍDIOS DOMÉSTICOS DISTORCIVOS*



Fonte: Instituto de Estudos do Comércio e Negociações Internacionais – ICONE (dados da OMC). Disponível em: <<http://www.iconebrasil.com.br>>. Acesso em: 12/03/06.

* AMS + Caixa azul + De minimis.

No entanto, especialistas do mundo inteiro discordam que tais cortes sejam suficientes para levar a conclusão da rodada. Segundo Jank (2007), a proposta viria com uma complexa engenharia de ‘migração de subsídios’ dentro dos três pilares da OMC. Na simulação feita para verificar o efeito dos novos parâmetros do comércio entre 2002 e 2006, verificou-se que ao mesmo tempo em que ocorresse uma redução de US\$ 1,8 bilhão nos subsídios mais distorcivos (caixa amarela), haveria uma ampliação de US\$ 1,5 bilhão nos pagamentos feitos vinculados a caixa azul, US\$ 700 milhões nos pagamentos vinculados a caixa verde.

Portanto, vê-se a necessidade de limitar tal apoio em três níveis: - um corte global nos subsídios distorcivos; - um teto máximo para cada caixa; - um teto de gastos por produtos. Esta seria a função essencial da Rodada Doha – limitar de todas as formas possíveis os subsídios agrícolas. Porém, é uma tarefa árdua, pois os *lobbies* estão muito longe de aceitar a reforma.

É certo que há um grande rol de problemas a serem solucionados na Rodada, e o tempo é escasso. A parte boa é que hoje o Brasil conhece a fundo todas as camuflagens e armadilhas do protecionismo agrícola, e tem uma visão centrada do que se precisa alcançar com as negociações da rodada. A última data prevista para seu término era final de 2006, porém, no mesmo ano foi declarada sua suspensão por tempo indefinido, devido principalmente ao insucesso das reuniões do G-6 e do G-8. Tudo indica que vem aí uma nova versão da Rodada Uruguai, que durou dez anos e teve resultados pouco relevantes.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGROANALYSIS. Subsídios Selvagens. **Revista de Agronegócios da Fundação Getúlio Vargas**. V. 21, n. 4, p. 50, abr. 2001.

AZUA, Daniel E. Real. **O neoprotecionismo e o Comércio Exterior**. São Paulo: Aduaneiras, 1986. 316 p.

FARNESE, S. Brasil: **OMC – acordo agrícola, nova rodada de negociações. 2000**. Disponível em: <<http://www.aladi.org/nsfaladi/reuniones.nsf/>>. Acesso em: 22/09/2006.

FERREIRA, R. C. (Confederação Nacional da Agricultura – Brasil) Sugestões do Fórum permanente de negociações agrícolas da Organização Mundial de Comercio – OMC. In: SEMINÁRIO “NEGOCIACIONES INTERNACIONALES SOBRE

AGRICULTURA, 2., Buenos Aires (AR), **Anais...** Buenos Aires (AR): ALADI – BID/INTAL – IICA – BCIE, 22-24, maio 2001. p. 1-3.

JANK, M. S. A **Farm Bill e a retomada de Doha**. O Estado de São Paulo, São Paulo, 13 fev. 2007. p. A-2.

JANK, M. S. **A hora da verdade na OMC**. O Estado de São Paulo, São Paulo, 03 jan. 2006. p. A-2.

JANK, M. S. **Prioridades para Hong Kong**. O Estado de São Paulo, São Paulo, 06 dez. 2005. p. A-2.

JANK, M. S.; TACHINARDI, M. H. **Prioridades Agrícolas na Rodada Doha em 2006**. Revista Brasileira de Comércio Exterior - FUNCEX, n. 86, a. XX, jan/mar 06.

JANK, M. S.; VIÉGAS, I. F. A OMC e o Agronegócio: O desafio da Rodada do Milênio. **Revista Preços Agrícolas**. Piracicaba, v. 14, n. 15b, p 3-10, out. 1999.

LOPES, M. **Os efeitos do Acordo Agrícola sobre o comércio de produtos agroindustriais**. Texto para discussão. MAARA, Brasília 1995.

PRESSER, M. F.; MADUREIRA, F. Q.; LENK, W. Negociações em agricultura na OMC. **Economia Política Internacional: Análise Estratégica**. n.1, jul./set. 2004. Disponível em: <http://www.eco.unicamp.br/asp-scripts/boletim_ceri/boletim/boletim1/05-presser%20et%20al.pdf>. Acesso em: 27/07/06.

REGO, E. C. L. **Do GATT a OMC: o que mudou, como funciona e para onde caminha o sistema multilateral de comércio**. Texto para discussão, Rio de Janeiro: BNDS, n. 51. p. 1-22, set. 1996.

WORD TRADE ORGANIZATION (WTO). La Quinta Conferencia Ministerial de la OMC. 2003. Disponível em: < http://www.wto.org/spanish/thewto_s/minist_s/min03_s/min03_s.htm>. Acesso em: 15/08/2006.

WORD TRADE ORGANIZATION (WTO). The Boxes. 2002. Disponível em: < http://www.wto.org/english/tratop_e/agric_e/agboxes_e.doc>. Acesso em: 15/08/2006.

5S – MUDANÇAS FÍSICAS E COMPORTAMENTAIS: UMA QUESTÃO DE ATITUDE

João Valdery Gomes
Ligia Cristina Domingues

1 OBJETIVO DO CURSO

Desenvolver o conceito e aplicação do 5S em qualquer ambiente.

2 QUE É 5S?

O programa 5S é uma forma de trabalho que objetiva a promoção da organização, limpeza e disciplina em qualquer ambiente onde for aplicado. Mais do que isto busca uma mudança de comportamento do indivíduo, despertando a consciência e o comprometimento com o meio em que vive, contribuindo para um ambiente agradável, seguro e produtivo.

Pode ser encarado também como um programa de educação que dá ênfase à prática de hábitos saudáveis. Ou ainda, como um conjunto de cinco conceitos simples que, ao serem praticados, são capazes de modificar o humor, o ambiente, a maneira de conduzir as atividades rotineiras e as atitudes daqueles que participam de sua implantação.

3 HISTÓRICO

O 5S surgiu no Japão no início dos anos 1950, fazendo parte de um movimento que objetivava a reconstrução daquele país. A guerra havia não só destruído cidades, incluindo aí as instalações industriais, mas também reduzido a força de trabalho masculina e consumido recursos que se tornaram escassos. Para retomar a produção e dar impulso à economia era necessário algo além do dinheiro americano. Foi dessa necessidade que surgiu um grande movimento para alterar processos produtivos e melhorar a qualidade dos produtos japoneses. Nesse

contexto foi implantado o programa 5S, que é a ferramenta base para implantação de um sistema de qualidade.

As principais funções do 5S dentro de um ambiente de trabalho são: otimizar a utilização do espaço físico, evitar desperdícios, melhorar relacionamentos, facilitar as atividades e localização de recursos disponíveis.

O nome 5S é uma adaptação para o português de 5 palavras japonesas. A melhor forma encontrada para expressar a abrangência e profundidade do significado desses ideogramas em português foi acrescentar o termo "Senso de" antes de cada palavra traduzida que mais se aproxima do sentido original. A tradução que adotamos é a indicada pela Fundação Christiano Ottoni (FCO), pois entendemos que a mesma é a mais abrangente, já que não se utiliza de expressões exclusivas do meio empresarial.

Quando devidamente entendido e apresentado, o 5S pode ser praticado por qualquer pessoa, em qualquer circunstância.

4 OS CINCO SENSOS

Como dito anteriormente, o termo "5S" deriva de cinco palavras japonesas: *Seisou, Shitsuke, Seiri, Seiton, Seiketsu*. No Brasil a tradução por nós utilizada é a seguinte:

- Senso de **Utilização**
- Senso de **Ordenação**
- Senso de **Limpeza**
- Senso de **Saúde**
- Senso de **Autodisciplina**.

Neste caso, a aplicação do termo "**Senso de**" significa "exercitar a capacidade de apreciar, julgar e entender". Significa ainda a "aplicação correta da razão para julgar ou raciocinar em cada caso particular".

4.1 SENSO DE UTILIZAÇÃO

Caracteriza-se por identificar materiais, equipamentos, ferramentas, utensílios, informações e dados necessários e desnecessários, descartando ou dando a devida destinação àquilo considerado desnecessário ao exercício das atividades.

Sempre é bom lembrar que é natural do ser humano a vontade de “guardar” tudo o que “um dia poderá ser utilizado”.

4.2 SENSO DE ORDENAÇÃO

Aplicamos o senso de ordenação quando passamos a definir locais apropriados e critérios para estocar, guardar ou dispor materiais, equipamentos, ferramentas, utensílios, informações e dados de modo a facilitar seu uso e manuseio, bem como facilitar a procura, localização e guarda de qualquer item.

Podemos defini-lo simplesmente como sendo a tarefa de colocar "cada coisa no seu devido lugar".

Na definição dos locais apropriados, adota-se como critério a facilidade para estocagem, identificação, manuseio, reposição, retorno ao local de origem após uso, consumo dos itens estocados e fabricados há mais tempo, entre outros aspectos.

4.3 SENSO DE LIMPEZA

Eliminar todo e qualquer traço de sujeira e agir na prevenção, eliminando todas as causas principais, esse é o exemplo típico da aplicação do Senso de Limpeza. O mais importante, neste conceito, não é o ato de limpar, mas a criação do hábito de "não sujar".

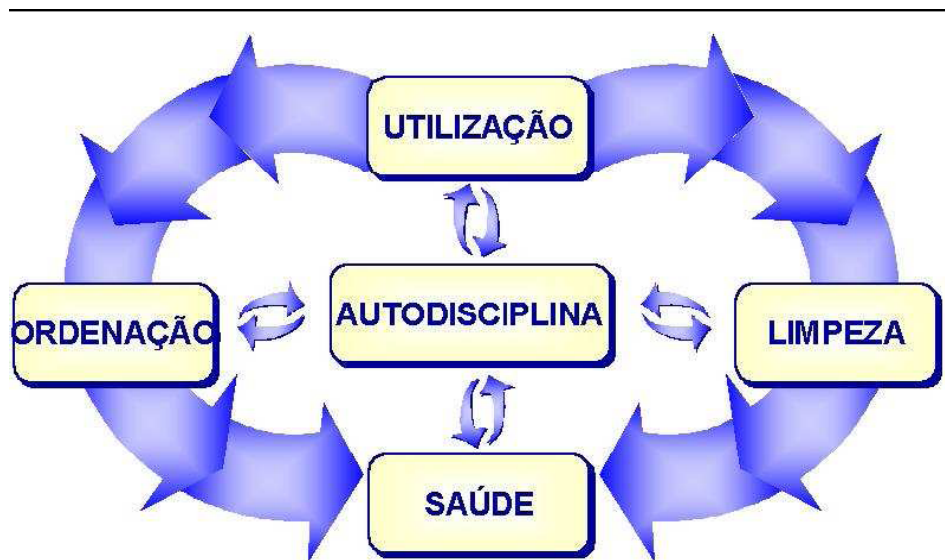
4.4 SENSO DE SAÚDE

Aplicar o Senso de Saúde significa criar condições favoráveis à saúde física e mental, garantir ambientes não-agressivos e livres de agentes poluentes, manter boas condições sanitárias nas áreas comuns como banheiros, cozinha, restaurante, zelar pela higiene pessoal e cuidar para que as informações e comunicados sejam claros, de fácil leitura e compreensão.

Significa, ainda, ter comportamento ético, promover um ambiente saudável nas relações interpessoais, sejam elas sociais, familiares ou profissionais, cultivando um clima de respeito mútuo nas diversas relações.

4.5 SENSO DE AUTODISCIPLINA

A prática constante de todos os sentidos anteriores resulta no Senso de Autodisciplina. Aqui o objetivo é que todos os envolvidos criem e aprimorem continuamente o hábito de aplicar todos os outros Sentidos.



5 CONCLUSÃO

Praticar o 5S é uma forma de cultivar "bons hábitos" ou "bom senso".

São conceitos simples e de fácil aplicação, contudo, como sua essência está na mudança de comportamento das pessoas, sua implantação não se constitui tarefa fácil.

O primeiro obstáculo a ser ultrapassado é a natural resistência do ser humano à mudança. Qualquer forma de movimento que altere o meio, obriga o indivíduo a agir - positiva ou negativamente - fazendo com que ele saia de sua inércia, o que pode ser interpretado por alguns como desconforto ou ameaça.

Vencida a primeira etapa, o desafio seguinte chama-se manutenção. É comum que após os resultados do movimento inicial, as pessoas busquem novamente a acomodação, mas para que o 5S seja eficaz, a receita é a prática permanente dos sentidos.

Por isso sua implantação deve ocorrer da forma mais natural possível, buscando sempre o comprometimento das pessoas, ou seja, uma mudança interior calcada na crença de que aquilo que está sendo feito realmente traz melhorias. Do contrário, a mudança será apenas aparente e a partir do momento em que cessar o estímulo, os indivíduos tendem a retomar o antigo comportamento, abandonando a aplicação dos conceitos.

Então, para buscar o sucesso de um Programa de 5S, tornando-o duradouro, se faz necessário que sua implantação seja realizada de forma criteriosa, sistematizada e planejada, sobretudo levando em conta o fator mais importante: o envolvimento das pessoas.

2ª PARTE

II MOSTRA CIENTÍFICA DO CURSO

APRESENTAÇÕES ORAIS

QUALIDADE NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS EM UMA EMPRESA DE SEGURANÇA

Elizandra de Freitas Flores¹
Rúbia Nara Rinaldi²

A crescente importância econômica que o setor de serviços representa para a economia nacional, infelizmente não encontra paralelo na qualidade da prestação dos serviços, elemento estratégico para a competitividade das empresas. Apesar de muitas discussões teóricas que destacam o fato de que os serviços são prestados na presença do cliente e não há como refazê-los, sendo extremamente essencial executá-los de maneira correta da primeira vez, ainda há pouco investimento das empresas em relação a esse assunto.

Acredita-se que a qualidade dos serviços da empresa deve ser constante, pois ela é um meio eficaz de estabelecer uma relação de confiança com o cliente. A insatisfação dos clientes em relação aos produtos ou serviços de uma empresa é o principal motivo que leva um cliente a trocar de fornecedor fazendo com que as empresas percam credibilidade no mercado.

Outro elemento a ser destacado é que, apesar de muitos debates sobre o que é qualidade, sobre sua importância, pouco se discute sobre como melhorar ou aprimorar os serviços prestados. Acredita-se que os processos evoluem para a qualidade à medida que cada profissional envolvido no processo busca a sistematização, por normas escritas, com padrões e requisitos para as atividades. Entende-se essa ação como padronização, que, segundo Xavier (1997), é o gerenciamento da rotina do trabalho do dia a dia, composta de regras, regulamentos e processos bem definidos.

Neste contexto, este estudo foi desenvolvido com o objetivo de avaliar a qualidade da prestação de serviços do setor técnico da empresa Inviolável Toledo Ltda, através da satisfação dos clientes da empresa em relação ao trabalho dos

¹ Acadêmica do 4º ano do Curso de Secretariado Executivo Bilingüe – Unioeste – Campus/Toledo. invitoo.rh@inviolavel.com

² Professor Adjunto do Curso de Secretariado Executivo Bilingüe – Unioeste – Campus/Toledo. Membro do GPSEB – Grupo de Pesquisa em Secretariado Executivo Bilingüe - rubiainaldi@yahoo.com.br

técnicos. A partir desta avaliação, propõe-se a padronização do setor técnico da empresa.

Assim, a metodologia adotada na pesquisa é um estudo de caso, caracterizado como uma avaliação formativa, que neste caso, pretende a melhoria de processos. Optou-se então pela abordagem quantitativa, através da aplicação de um questionário com questões objetivas aos clientes internos e externos da empresa, além de uma etapa qualitativa, implementada a partir de entrevistas com questões abertas.

Como principais resultados, foram levantados itens como a falta da qualidade nos serviços prestados por parte dos técnicos, uma vez que constantes reclamações são feitas pelos clientes da empresa em relação ao trabalho dos técnicos, e os sistemas de alarmes apresentam falhas freqüentes após a execução das manutenções ou mesmo instalações dos sistemas de alarmes.

Espera-se diminuir este tipo de problemas na qualidade dos serviços da empresa com a padronização dos serviços dos técnicos, entretanto, é importante ressaltar que antes que as rotinas e padrões sejam definidos, é necessário avaliar a experiência, as habilidades e atitudes dos colaboradores, pois se estes não tiverem as experiências necessárias para atenderem aos padrões propostos, será necessário treiná-los e ampliar seu conhecimento.

REFERÊNCIAS

XAVIER, Antonio Carlos da R. Implantando a Gestão da Qualidade em Hospitais: A Experiência da Santa Casa de Misericórdia de PortoAlegre – RS. **Texto para discussão nº 486**. Brasília. Junho de 1997.

O PERFIL DO SECRETÁRIO EXECUTIVO FRENTE ÀS NECESSIDADES DAS INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS

Caroline Grando¹
Sâmia Beatrice Graciano Correa²
Rúbia Nara Rinaldi³

No final do século XX e início do século XXI o Brasil passou por períodos de intensas mudanças em vários setores: na economia, na política, na educação, nas organizações públicas e privadas, geradas pelas pressões internas e externas que influenciaram de forma considerável os novos modelos de gestão e acabaram repercutindo no mundo do trabalho e, conseqüentemente, na empregabilidade. Assim, observa-se que a formação profissional dos alunos nas IES demonstra maior preocupação com as demandas de mercado, que requer profissionais com novas competências. Alterações nas operações de obtenção de insumos, finanças, vendas, marketing, e até mesmo no contato com o consumidor final, trazem profundas implicações nas habilidades e conhecimentos necessários das pessoas que pretendem ter sucesso no futuro.

Dentro desse cenário, é importante avaliar a atuação dos profissionais Secretários Executivos. As novas formas de gestão voltadas ao desenvolvimento organizacional redefiniram o papel do secretário executivo, trouxeram maior valorização à profissão e em 30 de setembro de 1985 a profissão foi regulamentada no Brasil.

O avanço da profissão, no entanto, torna-se mais evidente somente no final do século XX, quando em 1999 surge a primeira proposta de Diretrizes Curriculares para os cursos de Secretariado Executivo, na tentativa de direcionar a profissão e garantir um grupo hegemônico de conhecimentos que permitam aos profissionais ocupar um espaço mais evidente na estrutura organizacional.

¹ Acadêmica do 4º ano do Curso de Secretariado Executivo Bilíngüe –UNIOESTE/ *Campus* de Toledo. caroline_grando@hotmail.com

² Acadêmica do 4º ano do Curso de Secretariado Executivo Bilíngüe –UNIOESTE/ *Campus* de Toledo. samiacorrea@hotmail.com

³ Professor Adjunto do Curso de Secretariado Executivo Bilíngüe – UNIOESTE/ *Campus* de Toledo. Membro do GPSEB – Grupo de Pesquisa em Secretariado Executivo Bilíngüe - rubiarinaldi@yahoo.com.br

De acordo com Carvalho (1999) as universidades deverão preocupar-se em preparar profissionais para exercer o seu novo papel dentro das organizações, assessorando *staffs*, gerenciando setores e pessoas, gerindo fluxo de informação, utilizando novas tecnologias, inovando em gestão e assessoramento, enfrentando mudanças culturais, econômicas, políticas, sociais e profissionais, com sensibilidade e lucidez para diagnosticar conflitos e resistência a mudanças, com visão empreendedora, capaz de promover novos conhecimentos e provocar mudanças, trabalhando com competência e discrição.

Dentro desse panorama, este artigo tem por objetivo identificar quais são as características mais relevantes destes profissionais na visão das instituições financeiras. Para tanto, foi desenvolvida uma pesquisa descritiva-exploratória, que procura observar, descrever, registrar, analisar e correlacionar fatos (Cervo; Bervian, 1996). Como instrumentos de coleta de dados foram utilizadas entrevistas estruturadas com oito questões, sendo cinco questões abertas e três fechadas, aplicadas a uma amostra de cinco instituições financeiras da cidade de Cascavel – PR. As entrevistas foram feitas com os gerentes gerais das instituições financeiras.

Percebeu-se com esta pesquisa que apesar do grande avanço da profissão, ainda existem muitos paradigmas a serem quebrados, pois os profissionais demonstraram pouco conhecimento em relação à área de atuação e às habilidades do profissional Secretário Executivo. Da mesma forma, apesar da divulgada necessidade das línguas estrangeiras, as instituições financeiras não apontaram esse item como sendo importante, tendo uma das instituições destacado que o importante é que o profissional saiba falar e escrever bem na língua portuguesa. Com relação às habilidades interpessoais, destacaram-se o padrão moral e ético, a empatia e a iniciativa. Já com relação aos conhecimentos, as instituições financeiras necessitam profissionais com conhecimento em finanças (contabilidade, análise de investimento) e gestão (marketing, estratégia, organização e métodos, recursos humanos). Na seqüência foram apontados conhecimentos em direito, economia (macro e microeconomia, desenvolvimento econômico) e técnicas secretariais (arquivo, atendimento, comunicação, expressão, capacidade de escrever relatórios técnicos e memorandos), nessa ordem de importância.

Finalmente, é importante ressaltar que, assim como estudos feitos por Negherbon et al. (2006), também nesta pesquisa observou-se que apesar de a profissão de Secretário Executivo já ter passado por várias melhorias e os cursos de

ensino superior estarem se empenhando em qualificar seus acadêmicos, ainda existem muitos desafios, como modificar a forma como a profissão é vista pelo mercado de trabalho, desmistificando o papel absolutamente técnico, para uma atuação mais dinâmica e eficiente dentro das organizações.

REFERÊNCIAS

Carvalho, M. **Proposta de Diretrizes Curriculares para os cursos de Secretariado Executivo**. Brasília: MEC, 1999.

Cervo, A.L.; Bervian, P. **Metodologia Científica**. 4ª ed. São Paulo: Makron Books, 1996.

NEGHERBON, A.K.; LIMA, A.S.; BUENO, I.; RODRIGUES, L.C.; CIELO, I.D. A visão do empresário em relação ao profissional de Secretariado Executivo e suas dificuldades no mercado de trabalho. In: Encontro Regional de Secretariado Executivo Bilíngüe, 7, 2005, Toledo-Pr. **Anais...**Cascavel: Edunioeste, 2006.

CRIAÇÃO DE UM PLANO DE CARGOS E SALÁRIOS COMO FERRAMENTA PARA A ADMINISTRAÇÃO DE RECURSOS HUMANOS NA SPERAFICO AGROINDUSTRIAL LTDA – MATRIZ – TOLEDO - PR

Rosana Simonela Galina¹
Ivanete Daga Cielo²

Para atender aos desafios da competitividade global, as organizações estão enfrentando uma série de rupturas em seus paradigmas e se vêem compelidas a implantar novos modelos de gestão que privilegiem o desenvolvimento de seus talentos humanos.

Observando este pressuposto, nota-se a busca das organizações em inovar sua administração de recursos humanos, iniciando pelo processo de avaliação das necessidades e à adaptação de novas técnicas de gerenciamento facilitadoras em torno de habilidades e competências.

Estas técnicas visam otimizar o desempenho dos colaboradores, provocando verdadeiras revoluções tanto ao nível de acultramento quanto de resultados, mostrando-se verdadeiros facilitadores de processos, e dentre eles podemos destacar o plano de cargos e salários, que é uma ferramenta que agrega valores tanto quantitativos como qualitativos para a organização, ou seja, com este plano em desenvolvimento, se torna possível administrar os cargos e salários da empresa de forma coerente e transparente. E, através dele é possível implantar um plano de carreira, e conseqüentemente estabelecer uma avaliação de desempenho que irá contribuir para o crescimento profissional do colaborador na organização (DUTRA, 1996).

Aliados a esta concepção, que este projeto foi desenvolvido na empresa Sperafico Agroindustrial Ltda – Matriz – Toledo – Pr na área administrativa, e teve como objetivo principal elaborar um plano de cargos e salários, para ser utilizado como ferramenta, na administração de seus recursos humanos.

¹ Bacharel em Secretariado Executivo Bilíngüe pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná – Campus de Toledo. rosana@sperafico.br

² Professora assistente na Universidade Estadual do Oeste do Paraná – Campus de Toledo. Mestre em Engenharia da Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina- UFSC. Líder do GPSEB – Grupo de Pesquisa em Secretariado Executivo Bilíngüe. ivacielo@unioeste.br

Este estudo oferece a empresa resultados práticos e agilidade nos processos, proporciona a elaboração de orçamentos instigando a redução de custos oscilatórios, paradigmas salariais, justiça e equidade interna, expectativa de crescimento profissional, e estímulo ao apoio necessário, de uma postura inovadora em seus gestores, favorecendo assim, os usos adequados, racionais e econômicos das verbas salariais.

O projeto seguiu a tipologia de proposição de planos, ou seja, apresentar soluções para o problema diagnosticado: a necessidade da existência de uma tabela de cargos e salários e um plano propriamente dito, para melhorar sua gestão de pessoal atual, e para seu desenvolvimento, seguiu-se algumas etapas indispensáveis da técnica escolhida, e dentre elas destacou-se a criação do manual de descrição de cargos, que surgiu a partir da análise e classificação dos mesmos; a elaboração de uma tabela salarial; a análise e comparação da pesquisa salarial; e a criação das normas das políticas administrativas salariais, que são de importância fundamental para que o plano seja efetivado.

Com o desenvolvimento deste estudo, propõe-se uma reestruturação quanto a administração de pessoal na empresa, onde serão incluídos critérios avaliadores as tomadas de decisões, buscando melhores resultados, e enquadramento quanto aos novos modelos do mercado (RESENDE, 1991)

De acordo com Dutra (1996), este tipo de administração nas empresas, compartilha benefício tanto para ela quanto para seus colaboradores, está prática exige uma visão profunda de valores culturais, políticos e religiosos.

Este instrumento é um facilitador de processos, pois com ele é possível implantar um plano de carreira com maior clareza e rapidez. Pois uma vez feito e desenvolvido o processo flui devido à agilidade que proporciona.

Lembrando que “o plano deve estar integrado com os demais programas de RH, sendo a avaliação, treinamento e recrutamento interno, para levar ao desenvolvimento do profissional e conseqüentemente a sua melhor integração na empresa” (PONTES, 1998, p.283).

Após a elaboração deste, fica claro o conceito elevado quanto a sua manutenção e flexibilidade, pois para que este funcione corretamente deve estar sendo continuamente atualizado com relação ao mercado e as necessidades da organização. Por fim este propósito, está adequado para que a organização utilize-o como projeto piloto para sua nova gestão de recursos humanos.

REFERÊNCIAS

DUTRA, Joel de Souza. **Administração de Carreiras**: Uma proposta para Repensar a Gestão de Pessoas. São Paulo: Atlas, 1996.

PONTES, Benedito Rodrigues. **Administração de Cargos e Salários**, 7. ed. São Paulo: LTR, 1998.

RESENDE, Ênio. **Cargos, Salários e Carreira**: novos paradigmas conceituais e práticos. São Paulo: Summus, 1991.

MARKETING PROMOCIONAL: UM ESTUDO NO CONSELHO TUTELAR DE OURO VERDE DO OESTE

Liara Graciela Beutler¹
Carla Maria Schmidt²

A conjuntura atual dos negócios revela um ambiente competitivo, tornando necessárias adaptações às exigências atuais, por meio de atendimento com qualidade, produtos e serviços excelentes, além de boas estratégias de marketing. O marketing tem se tornado uma ferramenta indispensável para o sucesso das organizações, pois atrai e mantém os clientes informados quanto ao tipo de produtos e serviços oferecidos, gerando lucratividade e imagem positiva. Com relação às organizações públicas, Kotler (1978) salienta que a razão básica de uma organização que não visa lucro interessar-se pelos princípios de marketing é que eles permitem que a organização se torne mais eficaz na obtenção de seus objetivos. Assim, um programa de marketing apropriado é um passo importante no estímulo dessas trocas. Neste contexto, este estudo teve por objetivo divulgar os serviços do Conselho Tutelar do Município de Ouro Verde do Oeste, por meio do uso de ferramentas do marketing promocional, visando informar aos munícipes sobre as políticas de atendimento desse órgão. Várias estratégias foram realizadas para se alcançar o objetivo proposto. Primeiramente, realizou-se a identificação dos serviços oferecidos pela organização, utilizando-se, para tanto, de apostilas, portarias e leis municipais fornecidos pelo próprio Conselho Tutelar, bem como pelo Estatuto da Criança e o Adolescente. Em seguida, realizou-se uma pesquisa, com os munícipes para verificar como estes avaliam os serviços prestados pela organização em estudo, por meio da aplicação de um questionário com quinze questões objetivas, de caráter quantitativo, para 120 pessoas, escolhidas

¹ Bacharel em Secretariado Executivo Bilíngüe pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná – Campus de Toledo. liara27@hotmail.com

² Professora assistente na Universidade Estadual do Oeste do Paraná – UNIOESTE, Campus de Toledo. Doutoranda em Administração na Universidade de São Paulo - USP, Mestre em Administração pela FURB – SC, Graduada em Secretariado Executivo Bilíngüe pela UNIOESTE. Membro do Grupo de Pesquisa em Secretariado Executivo Bilíngüe – GPSEB. carlaschmidt@mznet.com.br

aleatoriamente nos cinco clubes de mães do município, na Escola Municipal Padre Arnaldo Janssen, na Unidade de Educação Infantil e na Vila Rural Ouro Oeste.

A partir dos resultados obtidos no questionário e também por meio de observação, verificou-se que o conhecimento da população em relação aos serviços oferecidos pelo Conselho Tutelar era baixo, ou seja, os trabalhos não eram conhecidos pela população do município. Esse resultado demonstra a deficiência na divulgação desses serviços, ou seja, no marketing promocional. Além disso, percebeu-se também através do questionário e da observação que o atendimento aos usuários apresentava deficiência, pois havia uma parcela de usuários insatisfeitos, demonstrando a necessidade da organização investigada realizar investimentos em treinamento aos funcionários. Dessa forma, foram elaborados e distribuídos folders sobre os serviços que são oferecidos pelo Conselho Tutelar, juntamente com a realização de palestras para os pais dos alunos da Escola Municipal Padre Arnaldo Janssen e da Unidade de Educação Infantil, bem como para os cinco clubes de mães do município e ainda, na Vila Rural Ouro Oeste. Por fim, como estratégia final, realizou-se um treinamento, de uma sessão, aos quatro funcionários do Conselho Tutelar, a fim de melhorar o atendimento prestado aos usuários da organização. Ao término da implementação das estratégias de marketing promocional, reaplicou-se o questionário a 120 munícipes, nos mesmos locais aplicados anteriormente, com o intuito de avaliar os resultados do trabalho realizado. Os resultados apresentam uma considerável elevação no nível de conhecimento da população investigada em relação aos serviços oferecidos pela organização, bem como um bom aumento no grau de satisfação dos usuários quanto ao atendimento prestado, após a implementação das estratégias de marketing promocional. Conclui-se assim, que o marketing promocional contribuiu para a eficácia do Conselho Tutelar no alcance dos seus objetivos organizacionais. Este estudo apresenta uma contribuição relevante, uma vez que o Conselho Tutelar poderá ter uma atuação mais precisa no município, sendo acionado somente para resolver casos de sua competência. Além disso, com os usuários satisfeitos, a organização consegue projetar uma imagem de credibilidade, confiabilidade e comprometimento perante a sociedade em que está inserida.

IDENTIFICAÇÃO DE CONFLITOS NOS CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO DE UMA COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL DO OESTE DO PARANÁ

Leilyane Silva de Almeida¹
Shaieny Fernandes dos Santos²
Rúbia Nara Rinaldi³

Diversos estudos foram desenvolvidos nos últimos anos com o objetivo de melhorar a gestão dos sistemas agroindustriais, que, segundo Batalha (2007), devem ser geridos de maneira eficiente e eficaz. Eficácia, que pode ser entendida como a capacidade que o sistema possui de responder às demandas do consumidor, o que exige a compreensão dos atributos de qualidade que os consumidores buscam por produtos e serviços disponibilizados pelo sistema. E, além de conhecer as necessidades dos consumidores e disponibilizar tais produtos ou serviços, o sistema precisa ser eficiente, ou seja, disponibilizar tais produtos ou serviços com um nível adequado de qualidade e preço, e, que sejam utilizadas técnicas gestão que garantam o funcionamento harmonioso e saudável do próprio sistema.

Nesse sentido, vários são os aportes teóricos que discutem metodologias diferenciadas para se garantir tal eficácia e eficiência. Um deles é o da Gestão da Cadeia de Suprimentos, que, de acordo com Bowersox, Closs e Helferich (1996) se baseia na crença de que a eficiência ao longo do canal de distribuição pode se melhorar pelo compartilhamento de informação e planejamento conjunto entre seus diversos agentes. O conceito de cadeia de suprimento representa uma filosofia de gerenciamento do fluxo de materiais, desde o fornecedor até o cliente final.

Ao observar o caminho por onde um produto passa dentro da cadeia de suprimentos, e onde ele agrega valor, depara-se com outro recente conceito chamado canal de distribuição. O bom gerenciamento dos canais de distribuição

¹ Acadêmica do 4º ano do Curso de Secretariado Executivo Bilingüe da UNIOESTE – Campus/Toledo. leilyane_almeida@sicredi.com.br

² Acadêmica do 4º ano do Curso de Secretariado Executivo Bilingüe da UNIOESTE – Campus/Toledo. shai_assis@yahoo.com.br

³ Professor Adjunto do Curso de Secretariado Executivo Bilingüe – UNIOESTE/ Campus de Toledo. Membro do GPSEB – Grupo de Pesquisa em Secretariado Executivo Bilingüe - rubiarinaldi@yahoo.com.br

garante vantagens competitivas sustentáveis para a empresa, pois exige planejamento e implementação de longo prazo, e sua base em pessoas e relacionamentos. Os membros do canal devem interagir e cooperar entre si, pois as relações das empresas que formam uma cadeia de suprimento ocorrem não somente no plano operacional, mas também no plano estratégico ou tático. Assim, as empresas compartilham informações e trabalham em conjunto, não somente visando a complementaridade produtiva, mas também o desenvolvimento conjunto de estratégias, o que remete a relacionamentos colaborativos ou cooperativos.

Entretanto, relacionamentos cooperativos são inevitavelmente barulhentos e controversos, resultando em conflitos.

Neste sentido, este artigo tem o objetivo de explorar os conflitos existentes nos canais de distribuição de uma cooperativa localizada na região oeste do Paraná, mais especificamente, nas relações que ocorrem entre os produtores de frango e a cooperativa. Observa-se que esta cooperativa é uma empresa que lida com a produção e comercialização de produtos agrícolas, aves e derivados.

Para tanto, foram aplicados doze questionários aos produtores, de maneira aleatória, dois quais 5 foram respondidos. O questionário era composto de sete questões abertas, ideal para obtenção de opiniões livres, e uma questão fechada, cujas respostas deveriam ser classificadas de acordo com o grau de importância para o produtor.

A partir da análise dos questionários, de maneira geral, percebe-se que os principais conflitos ocorrem em relação à assistência técnica, pois segundo os avicultores há diferenciações no atendimento de acordo com o porte do avicultor.

Observou-se também que os avicultores acreditam que a confiança, seguida pelo item cooperação, entre a cooperativa e os cooperados são os principais fatores responsáveis para o bom relacionamento entre os mesmos. Além disso, os produtores entrevistados esperam que a cooperativa busque aperfeiçoamento e novas tecnologias para a avicultura.

Acredita-se que as empresas devem ficar atentas aos conflitos existentes com os seus canais, pois é este esforço conjunto que vai garantir diferenciação em termos de qualidade de produto e serviços, prioridade para quem quer atender um mercado maduro, que apresenta um ritmo de crescimento inconstante, formado por consumidores cada vez mais exigentes e sofisticados.

REFERÊNCIAS

BATALHA, M. O.(coord.). **Gestão Agroindustrial**. GEPAI: Grupo de Estudos e Pesquisas Agroindustriais. 3. ed São Paulo: Atlas, 2007.

BOWERSOX, D.J.; CLOSS, D.J. E HELFERICH, O.K. **Logistical Management**. 3ª ed., Macmillan Publishing Co., 1996.