

UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE – UNESC

CURSO DE SECRETARIADO EXECUTIVO

HELLEN DOS SANTOS DIAS

**ESTUDO DAS INFORMAÇÕES DE ÁREA DE ATUAÇÃO NO BANCO DE DADOS
PARA A EXCELÊNCIA NO ATENDIMENTO – ASSOCIAÇÃO SUL CATARINENSE
DE ENGENHEIROS E ARQUITETOS - ASCEA**

CRICIÚMA

2014

HELLEN DOS SANTOS DIAS

**ESTUDO DAS INFORMAÇÕES DE ÁREA DE ATUAÇÃO NO BANCO DE DADOS
PARA A EXCELÊNCIA NO ATENDIMENTO – ASSOCIAÇÃO SUL CATARINENSE
DE ENGENHEIROS E ARQUITETOS - ASCEA**

Relatório de Estágio, apresentado para
obtenção do grau de Bacharel no curso de
Secretariado Executivo da Universidade do
Extremo Sul Catarinense, UNESC.

Orientadora: Prof.^a Ma. Jucélia da Silva Abel

Prof.^a Me. Daniela Silveira Arns

CRICIÚMA

2014

HELLEN DOS SANTOS DIAS

**UM ESTUDO SOBRE A IMPORTÂNCIA DAS INFORMAÇÕES NO BANCO DE
DADOS PARA A EXCELÊNCIA NO ATENDIMENTO – ASSOCIAÇÃO SUL
CATARINENSE DE ENGENHEIROS E ARQUITETOS - ASCEA**

Relatório de Estágio, apresentado para
obtenção do grau de Bacharel no curso de
Secretariado Executivo da Universidade do
Extremo Sul Catarinense, UNESC.

Criciúma, 01 de Dezembro de 2014.

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Jucélia da Silva Abel - Mestre - (Unesc) - Orientadora

Prof^o. Evânio Ramos Nicoleit - Mestre - (UNESC)

Prof^a. Melissa Watanabe - Mestre - (UNESC)

Dedico esse Relatório de Estágio à minha família, pela paciência, carinho, incentivo e amor para comigo.

AGRADECIMENTOS

Tantas pessoas me deram força para chegar ao fim desta jornada que se torna extremamente difícil agradecer a todas em apenas algumas linhas.

Antes de tudo, agradeço a Deus pela extraordinária força, a qual me deu para levantar nas inúmeras vezes, não me desamparando nos momentos mais embaraçosos.

Agradeço as pessoas que mais amo e que sempre estiverem ao meu lado nessa luta, sem eles não estaria aqui hoje: Ao meu pai Moacir Dias, a minha Mãedrastra Tânia Regina Barp, ao meu irmão Hugo Dias e a minha mãe Maria Alice dos Santos Dias, que mesmo lá de cima sei que esteve junto comigo nessa caminhada.

A todas as pessoas que de alguma forma contribuíram para o êxito dessa pesquisa.

Em especial a amiga que conquistei durante os quatro anos de faculdade, Raianne Hilário, por dividir as angústias, as alegrias, e por estar ao meu lado durante o desenvolvimento deste trabalho.

Ao Engenheiro Civil Denis Assis da Silva e ao Engenheiro Eletricista Evânio Ramos Nicoleit, pelo apoio e motivação.

A banca, que aceitou meu convite Engenheiro Eletricista Evânio Ramos Nicoleit e Melissa Watanabe.

Agradeço a todos que direta ou indiretamente, contribuíram para que eu pudesse crescer.

Obrigada a todos por acreditarem em mim.

“Que os vossos esforços desafiem as impossibilidades, lembrai-vos de que as grandes coisas do homem foram conquistadas do que parecia impossível.”

Charles Chaplin

RESUMO

A pesquisa discute a melhoria do atendimento e da comunicação, que visa divulgar informações claras e objetivas. O benefício para o cliente e o associado com a informação é a importância, a agilidade, a organização, a satisfação, o respeito e a credibilidade. Para isso, ser bem recepcionado faz toda a diferença, também faz com que a associação, seja bem vista e bem mencionada perante os demais. As organizações necessitam, para a sua sobrevivência, de bons canais de comunicação que proporcionem relacionamento agradável e eficaz com o ambiente e com suas partes. A cultura de uma empresa implica seus padrões de comportamento, as ideias centrais divulgadas por suas ações e o conjunto de seus valores primordiais. A comunicação é, e sempre será, um elemento essencial em uma empresa, sendo a empresa de pequeno, médio ou grande porte, formal ou informal. Atuando na empresa, observou-se a necessidade da informação das especificidades dos profissionais associados à ASCEA. O problema é que, no banco de dados da ASCEA, não há essa informação disponível, para estar sendo compartilhada com o cliente e/ou profissional solicitador. Essa informação poderia ser informada no cadastro, fato que não ocorre. Desta forma, torna-se importante saber: quais são as especificidades dos profissionais à ASCEA. A partir disso, este relatório identifica as especificidades dos profissionais associados à ASCEA. Os resultados indicam os benefícios das informações levadas à ASCEA, aos seus clientes e associados, promoveram agilidade e satisfação, pois conhecer o público-alvo e criar uma cultura, é um grande benefício, pois tem que saber ouvi-lo, compreendê-lo, divulgar informações claras, objetivas e esclarecer dúvidas.

Palavras-chave: Atendimento. Comunicação. Especificação. Dados. Informação

RESUMEN

Esta investigación analiza el mejor servicio al cliente y la comunicación, que tiene como objetivo difundir información clara y objetiva. El beneficio para el cliente y la información se asocia a la importancia, la agilidad, la organización, la satisfacción, el respeto y la credibilidad. Para ello, será bien recibido hace toda la diferencia, también hace que la asociación, está bien considerado y bien mencionado antes que el otro. Las organizaciones necesitan para su supervivencia, buenos canales de comunicación que proporcionan relación agradable y eficaz con el entorno y con sus partes. La cultura de una empresa implica sus patrones de comportamiento, las ideas principales motivos de queja de sus acciones y el conjunto de sus valores fundamentales. La comunicación es, y siempre será, un elemento esencial en una empresa, siendo una empresa pequeña, mediana o grande, formal o informal. De la empresa, hubo la necesidad de profesionales de la información específica asociados con ASCEA. El problema es que, en la base de datos ASCEA, no existe tal información disponible, de ser compartida con el cliente y / o abogado profesional. Esta información podría ser reportado en el registro, lo que no ocurre. Por lo tanto, es importante saber cuáles son las características específicas de los profesionales a ASCEA. A partir de esto, el informe identifica las características específicas de los profesionales relacionados con la ASCEA. Los resultados muestran los beneficios de la información señalada a ASCEA, sus clientes y asociados, agilidad promovido y satisfacción, porque conocer el público objetivo y crear una cultura, es una gran ventaja, ya que tiene que saber escuchar su pronunciación, la entiende, difundir información clara y objetiva y responder a las preguntas.

Palabras clave: Servicio. Comunicación. Especificación. Data. información

ABSTRACT

This research discusses the improved customer service and communication, which aims to disseminate clear and objective information. The benefit to the customer and the information is associated with the importance, agility, organization, satisfaction, respect and credibility. To do this, be well received makes all the difference, also makes the association, is well regarded and well mentioned before the other. Organizations need for their survival, good communication channels that provide pleasant and effective relationship with the environment and with its parts. The culture of a company implies their patterns of behavior, the central ideas put forward for their actions and the set of its core values. Communication is, and always will be, an essential element in a company, being a small company, medium or large, formal or informal. Acting in the company, there was the need for information specific professionals associated with ASCEA. The problem is that, in the ASCEA database, there is no such information available, to being shared with the client and / or professional solicitor. This information could be reported in the register, which does not occur. Thus, it becomes important to know what the specific characteristics of professionals to ASCEA. From this, the report identifies the specific characteristics of professionals associated with the ASCEA. The results show the benefits of the information brought to ASCEA, its customers and associates, promoted agility and satisfaction, because knowing the target audience and create a culture, is a great benefit, as have to know hear it, understand it, disseminate clear, objective information and answer questions.

Keywords: Service. Communication. Specification. Data. information

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - O resultado causado por promessas sem cumprimento.....	19
Figura 2 - Surpreender. Esta é a palavra-chave.....	20
Figura 3 - O modo de encantar o cliente no atendimento.....	21
Figura 4 - Atitudes ativas para um fantástico atendimento.....	22
Figura 5 - Recursos tecnológicos no atendimento.....	24
Figura 6 - Comunicação distorcida.....	28
Figura 7 - Exemplos de dois sistemas.....	42
Figura 8 - Os Presidentes da ASCEA.....	43
Figura 9 - Website ASCEA	43
Figura 10 - Anotação de Responsabilidade Técnica - ART.....	44
Figura 11 - Inspeção Regional Criciúma -CREA/SC.....	45
Gráfico 1 - Engenheiro Civil.....	49
Gráfico 2 - Engenheiro Ambiental.....	50
Gráfico 3 - Engenheiro Eletricista.....	50
Gráfico 4 - Engenheiro Mecânico.....	50
Gráfico 5 - Engenheiro Controle e Automação.....	50
Gráfico 6 - Engenheiro de Automação Industrial.....	50
Gráfico 7 - Engenheiro Agrônomo.....	51
Gráfico 8 - Engenheiro de Minas.....	51
Gráfico 9 - Técnico em Edificações.....	51
Gráfico 10 - Arquiteto e Urbanista.....	51

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 Características gerais da amostra.....	52
Quadro 1 As diferenças entre eficiência e eficácia.....	35

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AMESC	Associação dos Municípios do Extremo Sul Catarinense
AMUREL	Associação de Municípios da Região de Laguna
AREA-TB	Associação Regional de Engenheiros e Arquitetos de Tubarão
ART	Anotação de Responsabilidade Técnica
ASCEA	Associação Sul Catarinense de Engenheiros e Arquitetos
CREA-SC	Conselho Regional de Engenharia e Agronomia de Santa Catarina

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
1.1 DELIMITAÇÃO DO PROBLEMA.....	12
1.2 OBJETIVOS	13
1.2.1 Objetivo Geral	13
1.2.2 Objetivos Específicos	13
1.3 JUSTIFICATIVA	14
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	15
2.1 ATENDIMENTO	15
2.2 FORMA DE ATENDIMENTO	19
2.3 COMUNICAÇÃO	26
2.4 COMUNICAÇÃO PROCESSO - PAPEL	32
2.5 EFICIÊNCIA E EFICÁCIA	34
2.6 TECNOLOGIA.....	36
2.7 FILOSOFIA NAS EMPRESAS	39
2.8 SECRETÁRIA NA ORGANIZAÇÃO	39
3 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA	40
3.1 AMBIENTE DE TRABALHO.....	45
4 METODOLOGIA	46
4.1 NATUREZA BÁSICA	46
4.2 ABORDAGEM QUALITATIVA.....	47
4.3 ABORDAGEM QUANTITATIVA	47
4.4 PESQUISA DESCRITIVA.....	47
4.5 PESQUISA BIBLIOGRÁFICA.....	48
5 ANÁLISE DOS RESULTADOS	49
REFERÊNCIAS	54
ANEXO(S)	58

1 INTRODUÇÃO

A Associação Sul Catarinense de Engenheiros e Arquitetos – ASCEA tem, atualmente, 631 associados, os quais são profissionais das áreas de: arquitetura, arquitetura e urbanismo, engenheiro civil, engenheiro ambiental, engenheiro agrônomo, engenheiro agrimensor, engenheiro de minas, engenheiro eletricitista, engenheiro de produção, engenheiro de segurança do trabalho, engenheiro sanitarista, engenheiro mecânico, engenheiro de automação, engenheiro de alimentos, técnico em edificações, técnico em eletrotécnica, técnico em agropecuária e técnica em edificações. Existem, entre estes profissionais, alguns que são formados em três modalidades. Eles atuam em Criciúma e região, como Forquilha, Araranguá, Içara, Morro da Fumaça, Nova Veneza, Cocal do Sul e Torres.

A área de recepção da associação revela as principais características de sua atmosfera, personalidade e estilo de gestão. Não importa se é um ambiente simples ou pequeno, a recepção é o espaço em que se dá a primeira acolhida ao visitante e, como tal, deve ser transmitida a devida comunicação, segurança e hospitalidade.

Este projeto compõe-se de quatro capítulos, a saber: no primeiro, apresenta-se o problema verificado a partir do estágio realizado, que permeia sobre as informações obtidas no banco de dados da associação, às quais provem suporte insuficiente à agilidade no atendimento da recepção no quesito informações solicitadas, seguido dos objetivos propostos, a fim de que se possa melhorar o atendimento e automaticamente melhorar a prestação de serviços oferecidos pela associação e por fim apresentar a justificativa do estudo.

No segundo capítulo, apresenta-se a fundamentação teórica, onde são abordados assuntos aos quais se refere esta pesquisa, tais como: ao atendimento, a forma de atendimento, à informação, à comunicação, à comunicação processo - papel, à eficiência e à eficácia, à tecnologia, à filosofia nas empresas e à secretária na organização.

No terceiro capítulo, delineou-se sobre a caracterização da empresa estagiada e o ambiente da mesma. A ASCEA, por sua vez, é na sua essência prestadora de serviços para os profissionais autônomos e empresas. O corpo da

diretoria e conselheiros da ASCEA é de competência de: Engenheiro Civil, Engenheiro Agrônomo, Engenheiro Eletricista, Engenheiro Ambiental, Engenheiro Agrimensor, Arquiteto e Urbanista e Técnico em Edificações.

No quarto e último capítulo, apresenta-se a metodologia abordada neste projeto, que se baseia, de natureza básica, de abordagem qualitativa, de abordagem quantitativa, de pesquisa descritiva e pesquisa bibliográfica.

Por fim, é concluído com referências, dos livros, dos *websites* e dos relatórios de estágios.

1.1 DELIMITAÇÃO DO PROBLEMA

A entidade de classe ASCEA é uma associação de engenheiros, de arquitetos e técnicos, a qual presta serviço de atendimento, cursos, palestras, *workshops*, informações profissionais dos associados para a atuação, entre outros. Para associar-se, o profissional deve possuir ensino superior completo ou técnico, ter o registro do CREA e, a partir daí, preencher um cadastro com seus dados. Não há atualmente cobrança de nenhum tipo de mensalidade ou anuidade, as vantagens de ser um associado à ASCEA são: descontos em eventos realizados pela mesma, bem como descontos em eventos realizados por empresas e associações parceiras da ASCEA.

Estagiando na empresa, foi possível observar que algumas pessoas e empresas necessitam de informações sobre algum profissional associado à ASCEA que atue em determinada área e seja atuante em área específica. O problema é que, no banco de dados da ASCEA, não há essa informação disponível referente à área de atuação do profissional. Essa informação poderia estar sendo coletada no momento do preenchimento do cadastro, o que não ocorre. Pode-se começar com a atualização desse cadastro, porém, os antigos continuarão sem esses dados precisos. Há quem priorize profissionais experientes ou renome ao invés de profissionais recém-formados. Desta forma, torna-se importante saber: quais são as especificidades dos profissionais associados à ASCEA?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

Identificar as especificidades dos profissionais associados à ASCEA.

1.2.2 Objetivos Específicos

- √ Determinar o número de associados;
- √ Verificar a especificidades dos associados.

1.3 JUSTIFICATIVA

De acordo com o Minidicionário Luft (Celso Pedro Luft pag.390-2001), informação é ação ou efeito de informar. Notícia ou dados sobre alguém ou algo. Informação bem dada é informação que foi ouvida e lida com precisão, pois quando encaminhada ao receptor, ele irá compreender e compartilhar a informação. O benefício para o cliente com a informação é a agilidade, a organização, a satisfação, o respeito e a credibilidade. Para isso, ser bem recepcionado faz diferença, também faz com que a empresa seja bem vista e demonstre credibilidade perante às demais. Conhecer o público-alvo e criar lealdade é um grande benefício, pois tem que saber ouvi-lo, compreendê-lo, ter e saber passar informações claras, objetivas e esclarecer dúvidas. Quando a pessoa físico-jurídica chega ao local de informação ou entra em contato, ela deseja ser bem atendida, com agilidade e educação.

O cliente, quando é reconhecido e chamado pelo seu nome, já estabelece um vínculo de confiança. Informação precisa e atualizada com qualidade é essencial. Portanto, este estudo torna-se relevante, pois esses dados específicos trarão um benefício de credibilidade, segurança e satisfação para o profissional secretário e para quem o solicitou. A imagem da associação perante o público interno e externo será ainda melhor. A comunicação é, e sempre será, um elemento essencial em uma empresa, sendo a empresa de pequeno, médio ou grande porte, formal ou informal.

Em certas situações, se a informação não for bem empregada, pode virar uma “bola de neve” ou uma fofoca maldosa, o que prejudica o profissional e a empresa e se acaba não atingindo o objetivo proposto.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo, serão apresentados os conceitos referentes ao atendimento, a forma de atendimento, à informação, à comunicação, à comunicação processo – papel, à eficiência e à eficácia, à tecnologia, ao banco de dados e cadastros, à filosofia nas empresas, à secretária na organização e aos teóricos que estão de acordo com o propósito desta pesquisa.

2.1 ATENDIMENTO

A cada dia, um grande número de empresas perde seus clientes devido ao atendimento precário. Existem vários fatores críticos responsáveis pelo sucesso de uma empresa, porém, a capacidade da empresa é focar e satisfazer o seu cliente, e prestar-lhe um excelente serviço.

Atualmente, a concepção de atendimento é de fundamental importância nas organizações, uma vez que estas estão voltando-se para fora, procurando foco no cliente ou fazendo da atenção do cliente um fator de sucesso (SCHUMACHER; PORTELA, 2013).

A melhoria no atendimento ao cliente é essencial para a organização que deseja competitividade, e ainda se verifica que a forma de atendimento aos clientes pode ser a chave para oferecer uma vantagem para a empresa conquistar e manter seus clientes. A falta de qualidade no atendimento ao cliente prejudica a imagem da empresa. A maioria dos clientes não reclama, simplesmente vai em busca de outra empresa, ao ser mal atendido.

Almeida (2001) afirma que quanto maior for a competição, o cliente terá mais opções. Se a empresa insiste em prestar um atendimento medíocre ao cliente, fatalmente a empresa irá perdê-lo, ter prejuízos e caminhar para a falência. Se a empresa opta por prestar um fantástico atendimento, a empresa terá mais chance de sobreviver, crescer, desenvolver e lucrar. Ainda, para o autor, apenas um terço das insatisfações dos clientes deve-se a defeitos no produto ou a serviços. Os restantes

dois terços são falhas graves de comunicação. Conforme o mesmo, existem pecados cometidos no processo de atendimento, tais como:

- Apatia: ocorre quando os funcionários de uma empresa não demonstram que se importam com o cliente.
- Má vontade: os funcionários tentam se livrar do cliente, sem resolver o problema dele.
- Frieza: o cliente é tratado de forma distante, até desagradável.
- Desdém: há funcionários que se dirigem ao cliente, de cima para baixo, como se ele não soubesse nada, fosse uma criança.
- Robotismo: o funcionário deixa de agir como se fosse uma pessoa e repete sempre a mesma coisa, da mesma maneira, como se estivesse em outro lugar.
- Demasiado: apego às normas, acontece com o funcionário que diz “sinto muito, mas não podemos ser flexíveis”.
- Jogo de responsabilidade: há profissionais que mandam os clientes de um setor para outro, sem nunca resolver nada.

Algumas organizações utilizam técnicas, normas de atendimento e maior esforço de cada funcionário para buscar aprimoramento e qualidade, a fim de que os clientes saiam satisfeitos e retornem. Ao atender o cliente, deve-se fazer perguntas para descobrir problemas, desejos e necessidades, ouvir com atenção para identificar oportunidades de servi-lo. Não criar obstáculos é o caminho. Ao invés de dizer que não pode fazer, deve-se dizer ao cliente o que se pode fazer por ele.

Segundo Anderson (2001), separar cada atendimento telefônico ou atendimento físico, é essencial. Pois o cliente não sabe, nem quer saber, que a pessoa que foi atendida anteriormente, deixou o profissional enfurecido ou rindo histericamente. É necessário iniciar o diálogo de maneira equilibrada.

A forma como se recebe o cliente e a disponibilidade que se tem para atendê-lo são os fatores que podem facilitar ou bloquear a comunicação. A credibilidade ou a reputação são realmente tudo o que uma empresa tem no mundo dos negócios.

Para Almeida (2001), cada profissional quando atende a um cliente, tem o poder de cativá-lo ou expulsá-lo definitivamente, causando má impressão da organização.

As empresas devem estar sempre atentas ao que o cliente está dizendo, ouvir tudo sem interrupções, sem se distrair com outras coisas, lembrando que quem está à frente é o mais importante elo do negócio. O cliente merece a melhor atenção, cortesia e tratamento profissional que se pode dar. O cliente quer disponibilidade de acesso fácil e rápido, não tornando ainda mais complicado o caminho, passando de um funcionário para outro.

Saber ouvir é vital para o profissional em qualquer nível organizacional. A capacidade de ouvir proporciona informações em que poderá se basear as atividades, os objetivos e as decisões de uma empresa. Sabendo ouvir engloba-se aquilo que não é dito. As empresas devem estar atentas à disponibilidade do atendimento telefônico para seus clientes. Atualmente, a agilidade eletrônica no direcionamento das ligações é inquestionável, porém, dependendo da forma colocada, torna-se um fator de afastamento dos clientes.

Almeida (2001) diz que na comunicação por telefone, a forma que é passada a mensagem é tão importante quanto a própria mensagem. O profissional que atende o cliente deve ter habilidade necessária para comunicar de maneira adequada, compatível com o momento e a situação.

Segundo Grion; Paz (1998), atender telefone é uma arte. Sua voz e suas palavras tornam-se uma arma poderosa que faz toda diferença. Os clientes, quando ligam para as empresas, esperam qualidade de atendimento. Isso é válido pelo tempo de espera, pela qualidade da informação prestada, pela capacidade de receber ou dar mensagens; eles querem respostas objetivas, educadas e verdadeiras.

Todos querem soluções e não justificativas. As empresas devem orientar com clareza o profissional sobre como atender telefone, como: o tom da voz não deve ser alto nem sussurrando, deve demonstrar entusiasmo; ser agradável, dizendo “Bom dia”, “Obrigada por ligar”, ou ainda, seguindo as normas da empresa como “Empresa Tal, Seu Nome, bom dia”; evitar intimidade com o cliente chamando-os no diminutivo e com apelido carinhoso.

Para Gates (2004), a informação é algo que alguém deseja saber e pelo qual está disposto a pagar. A informação não é tangível nem mensurável, mas é um produto valioso no mundo contemporâneo, pois proporciona poder.

Para Druker (1992), na era da informação, o recurso realmente controlador, o fator de produção absolutamente decisivo, não é mais o capital ou a

terra ou a mão-de-obra, é o conhecimento. O conhecimento é uma forma organizada de informações consolidadas pela mente humana ou por meio dos mecanismos cognitivos da inteligência, memória e atenção.

A capacidade de ouvir o cliente torna-se o primeiro passo para desenvolver uma estratégia de atendimento total ao consumidor. O atendimento telefônico envolve o conhecimento de princípios básicos como: cortesia, tranquilidade, atenção e entonação da voz.

A qualidade do trabalho é o primeiro passo para o respeito. Qualidade não se refere apenas à produção de um bem ou à prestação de um serviço, mas a todos os aspectos da empresa e dos profissionais que nela atuam. “A qualidade é um fator atingível, mensurável e lucrativo, que pode ser estabelecido, desde que haja compromisso, compreensão e você esteja disposto a trabalhar arduamente”. (CROSBY, 1992, p.305).

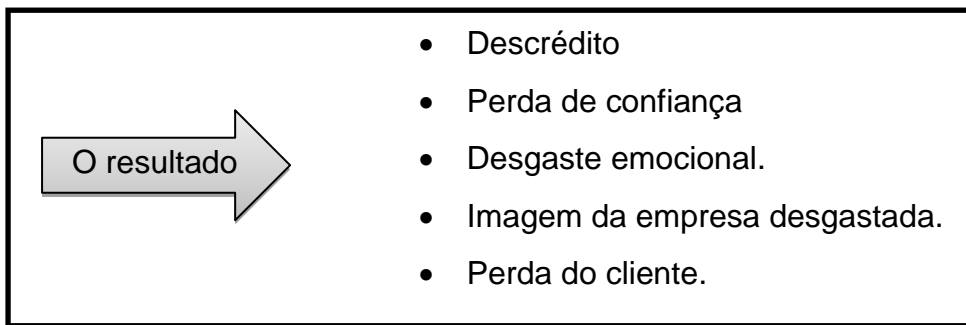
“O ‘telefone sem fio’ ilustra a complexidade do processo de comunicação: o emissor pode mandar uma mensagem, mas os receptores podem “ouvir” ou receber uma mensagem diferente” (STONER; FREEMAN, 1994, p.388). Isso mostra a facilidade com a qual a comunicação pode promover desencontros quando o emissor e receptor partem de percepções diferentes.

“Atendimento é um elo importantíssimo da corrente de relacionamento com o cliente. Por isso, a empresa tende a cuidar de todos os setores, particularmente o atendimento” (ALMEIDA, 2001, p.40).

Uma promessa feita sem possibilidade de cumprimento é uma bomba de efeito retardado, em que algum momento, ela vai estourar.

Conforme o autor, a figura 1 abaixo, ilustra o resultado causado por deformação na comunicação com o cliente.

Figura 1: O resultado causado por promessas sem cumprimento



Fonte: Almeida, 2001

No momento em que o profissional promete algo ao cliente, ele cria uma expectativa. Uma promessa não cumprida faz um grande estrago, de difícil reparação.

De acordo com Sewell (2001), “o que pode sair errado? Esta é a pergunta a ser feita. Examine cada passo dado na entrega do seu produto ou serviço e veja onde existem possibilidades de erro ou variação”.

Para Almeida (1995), clientar, derivado de cliente; consiste no máximo empenho para atender aos requisitos do cliente e obter a sua plena satisfação. O mesmo que dedicar-se ao extremo e atender bem o cliente mais importante.

2.2 FORMA DE ATENDIMENTO

A maior parte do tempo de serviço é usada em comunicações verbais.

De acordo com Grion; Paz (1998) existe aspectos importantes como o tom de voz – calma, segura, natural e agradável. As expressões geralmente utilizadas nas empresas são abomináveis como – “gírias, oi, fala, meu querido, espera um minutinho, aguenta mais um pouco, o que quer mesmo, quem é, um minuto vou ver se pode atender, ele não está”.

O profissional está transmitindo a imagem da organização a qual trabalha, portanto é abominável, responder bruscamente, bater o telefone e demonstrar irritação. Enganos telefônicos são atos mais comuns no meio da comunicação. Quando ocorrem enganos o profissional não deve ser áspero como – “Já falei que não é daqui, vê se presta mais atenção, que saco, é do necrotério”.

O profissional deve concluir a ligação com uma observação inteligente e

cortês antes do “até logo”, deixar uma boa impressão no seu interlocutor é fundamental.

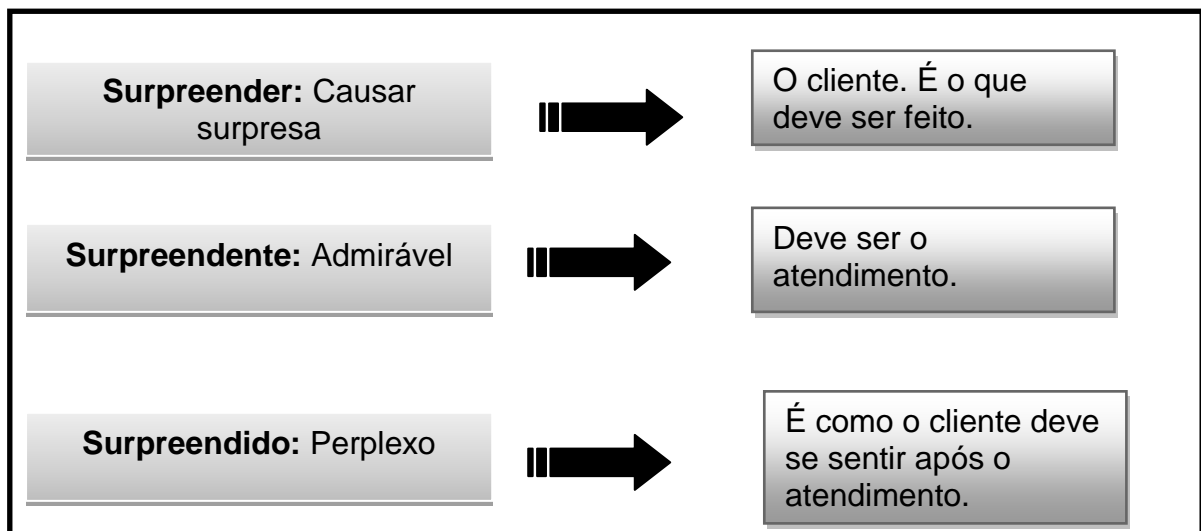
Segundo Eltz (2001), o que está por trás de deixar o cliente esperando? Provavelmente, desrespeito com o tempo dele, falta de profissionalismo e de visão estratégica.

O comportamento do profissional e sua postura revelam quem é ele e sua personalidade. A aparência pessoal do profissional envolve uma aparência fina e agradável, que dependerá de alimentação, higiene, repouso, vestuário, detalhes ou acessórios, boa postura e descrição nos movimentos e gestos.

“Um fantástico atendimento ao cliente é uma forma de diferenciar-se da mesmice dos produtos e preços” (ALMEIDA, 2001, p.20).

A ilustração, por meio da figura 2 abaixo, por Almeida 2001, apresenta a forma pela qual se deve agir para tratar o cliente, saindo do resultado da mesmice.

Figura 2: Surpreender. Esta é a palavra chave!



Fonte: Almeida, 2001

Dentre os serviços prestados ao cliente, o atendimento destaca-se, de modo especial como um forte instrumento de diferenciação.

Para Heil (2001), não é mais segredo, que para a maior parte das empresas, a fidelidade do cliente é a chave para a lucratividade e o crescimento futuro. Um fantástico atendimento ao cliente é uma das mais eficazes estratégias para fidelizar o cliente.

Haverá cada vez menos, espaço dentro das empresas competitivas para

profissionais que não tenham uma estratégia pessoal de se relacionar com o cliente de forma extraordinária. Cativar o cliente com um fantástico atendimento é uma estratégia inteligente de garantir seu espaço na empresa (ALMEIDA, 2001, p.22).

Para Levitt (2001), marketing é acima de tudo conquistar e manter os clientes. MikroMarketing é o marketing feito no momento do atendimento, é aquele momento ímpar, no qual o profissional tem a oportunidade de mostrar ao cliente que a empresa é a melhor opção para ele.

Para Sewell (2001), os clientes julgam os serviços que recebem, a partir da maneira pela qual são tratados por todos aqueles com quem têm contato.

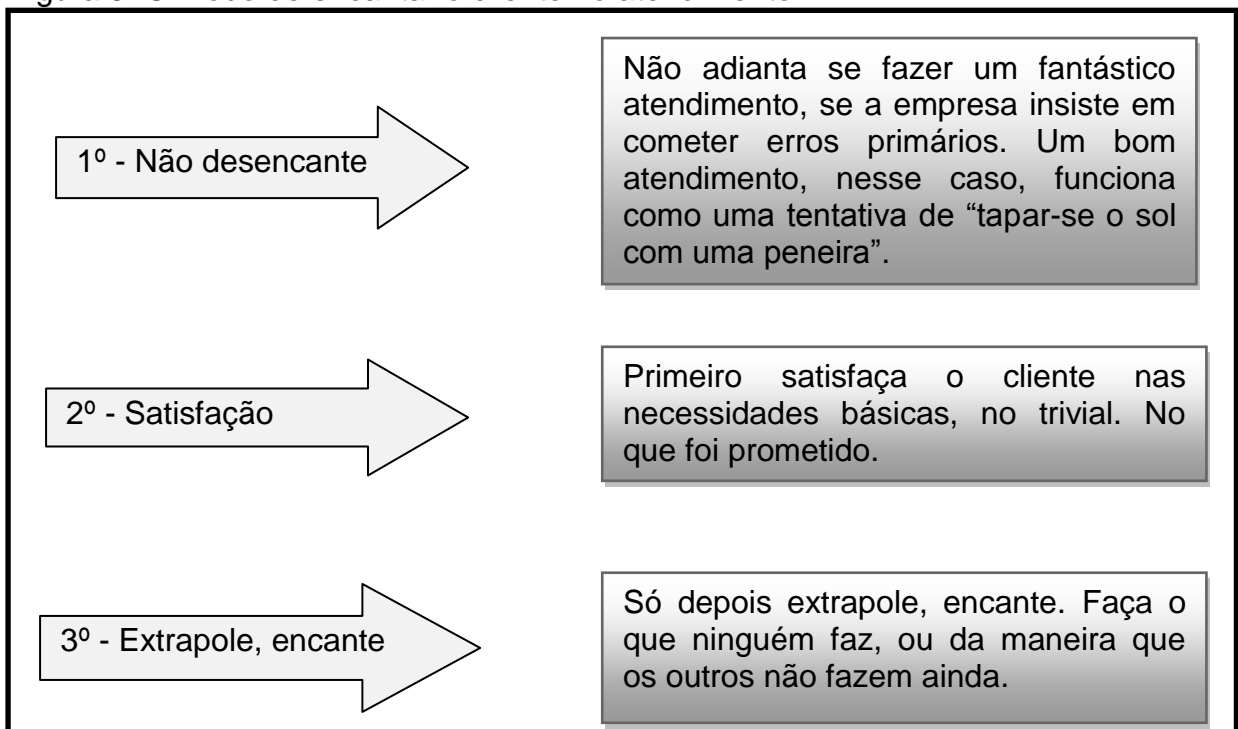
Para Hammonds (2001), todas as pequenas coisas juntas formam uma base de clientes mais fiel e lucrativa.

O cliente no momento do atendimento. Se ele está feliz, é mais difícil de se aborrecer. Por outro lado, se ele está chateado, cuidado, qualquer falha no atendimento por menor que seja, é motivo de grande insatisfação.

Almeida (2001), diz que encantar um cliente é prestar um atendimento a qual é superior às expectativas do próprio cliente.

De acordo com o mesmo autor, na figura 3, há os três modos de encantar um cliente corretamente.

Figura 3: O modo de encantar o cliente no atendimento



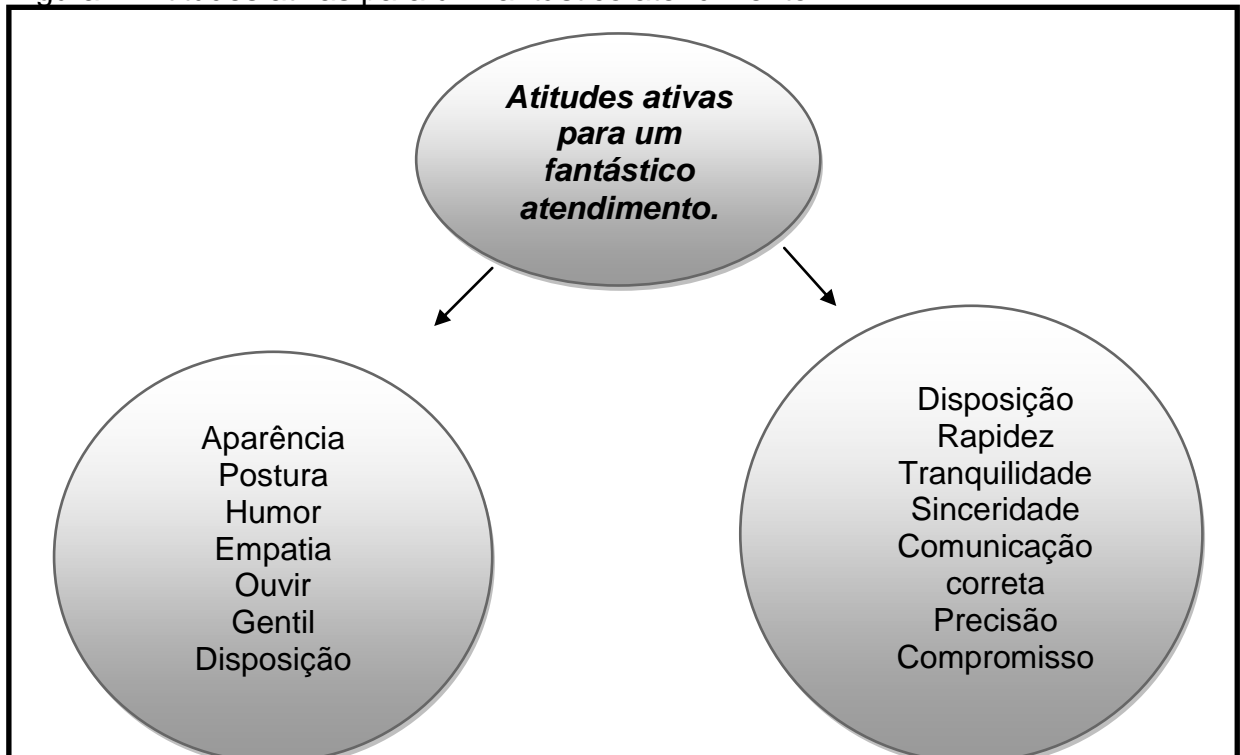
De acordo com Almeida (2001), este é o constante desafio de quem atende o cliente.

Para Lefauve (2001), o profissional deve fazer as coisas tão surpreendentemente bem que os clientes se tornem não meros defensores, mas, sim, verdadeiros apóstolos, pois: “A primeira impressão é a que fica” (POPULAR 2001, p.67).

A recepção ao cliente é o fundamental para que se obtenha uma impressão sobre o trabalho. Receber bem o cliente é vital. Com isso, deve-se cumprimentar o cliente com entusiasmo. Sorrir com um sorriso sincero. Olhar nos olhos. Escutar com toda atenção.

Conforme ilustra a figura 4 abaixo, ela demonstra as atitudes fantásticas para um brilhante atendimento.

Figura 4: Atitudes ativas para um fantástico atendimento



Fonte: Almeida, 2001

Tschohl (2001), diz que a melhor coisa que podemos fazer é nos colocar nos sapatos do cliente. Para se colocar no lugar do cliente, é fundamental ter sensibilidade, capacidade de compreender cada pessoa individualmente. Essa não é uma habilidade fácil, ao mesmo tempo, é um extraordinário diferencial no

atendimento.

A importância de um bom atendimento ao telefone é o que contribuirá na formação e manutenção da imagem da organização fortalecendo-a perante o cliente.

Para Briggs (2001), ouvir com atenção tem muito mais a ver com confiança, respeito, envolvimento e compartilhamento de informações do que com os ouvidos. Quando não se ouve com atenção, de forma inconsciente, tenta-se deduzir, supor ou até mesmo imaginar o que o cliente deseja. Essas deduções e suposições nascem pequenos e grandes problemas.

Segundo Assis (2001), nada é tão poderoso quanto a gentileza. Quando o profissional é gentil com o cliente, ele tem uma forte percepção de que realmente se importam com eles. A atitude gentil abre grandes possibilidades para prestar um fantástico atendimento ao cliente.

O telefone é o primeiro elo da organização com o cliente. É a primeira impressão que o cliente possui da empresa e, por vezes, a mais duradoura.

Segundo Denton (2001), para muitos clientes, mesmo que o serviço seja bom, ele não o será, se chegar tarde. Poucos clientes gostam de esperar para serem servidos. Mais do que nunca, o cliente quer tudo para ontem. Quem não buscar fazer bem rápido terá sérios problemas.

Os clientes tendem a ter limites de humor que variam, porém, se a empresa ultrapassa os limites do tempo de atendimento telefônico aceitável, o cliente se sentirá mal e agirá de forma negativa. Bell (2001) diz que quanto mais for ansioso o cliente, melhor você deverá ser: competente, confiante, calmo e com a situação sob controle.

Para Magazine (2001), conte a verdade ou não conte nada. Em um mercado, cada vez mais competitivo, de acirrada disputa pelo cliente, a credibilidade passou a ser um fator importantíssimo. Está cada vez mais difícil enganar um cliente e sair impune.

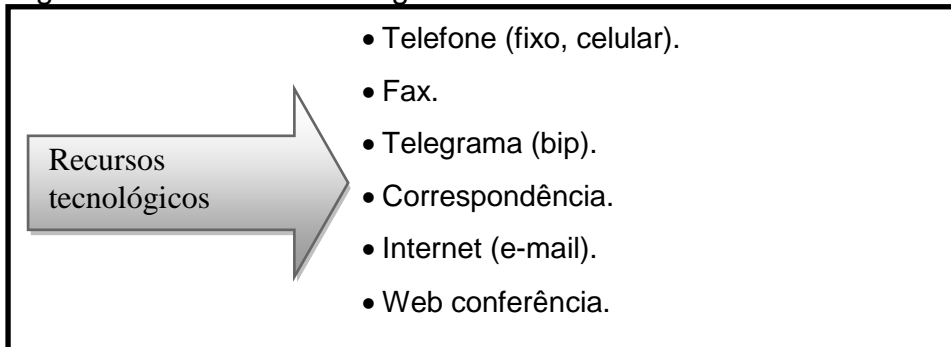
Eltz (2001) diz que a comunicação não é concordância, mas sim, compreensão. A comunicação é uma via de mão dupla. Para haver uma correta comunicação, o outro lado, ou seja, receptor, tem que ouvir e saber compreender a mensagem. “Um atendimento proativo, personalizado, feito em um determinado momento, para um cliente é como uma impressão digital: é única” (ALMEIDA, 2001, p.106).

Chama-se atendimento tecnológico aquele que não é realizado

pessoalmente com o cliente. É baseado no uso de algum recurso tecnológico.

Conforme o autor, a figura 5 ilustra abaixo um recurso da tecnologia.

Figura 5: Recursos tecnológicos no atendimento



Fonte: Almeida, 2001

Cada um desses canais tem suas vantagens, desvantagens, custos, requisitos operacionais entre outros. O correto, é que a organização tenha disponíveis esses canais para que o cliente possa contatar do modo que ele achar conveniente.

Entre o ideal e o possível, existe a realidade. É nela que devemos viver, fazendo o melhor possível. O mau profissional sempre põe a culpa na falta de condições de trabalho. O bom profissional questiona, reivindica, jamais usa a falta de condição ideal como desculpa para um fraco desempenho. (ALMEIDA, 2001, p.113).

Para Peppers; Rogers (2001), os clientes, sejam consumidores ou empresas, não estão mais em busca de opções, querem encontrar no mercado exatamente aquilo que querem.

2.3 INFORMAÇÃO

A informação é insumo para qualquer fazer, seja no âmbito acadêmico, seja no âmbito empresarial. A geração de “novo” conhecimento somente é possível quando a informação é apropriada pelo indivíduo, por meio do estabelecimento de relações cognitivas (VALENTIM, 2008, p.15).

Compreender que esses elementos constituem a base para diferentes ações, como tomada de decisão, planejamento, estratégias de ação entre outros, que resultarão no desenvolvimento de uma organização. Tal condição qualifica a informação com um insumo extremamente relevante para distintos contextos.

Mediação da informação é toda ação de interferência – realizada pelo profissional da informação, direta ou indireta, consciente ou inconsciente, singular o plural, individual ou coletiva, que propicia a apropriação de informação que satisfaça, plena ou parcialmente, uma necessidade informacional (ALMEIDA JR., 2008 p.16).

A super exploração da palavra tem favorecido a propagação de definições simplistas, geralmente oriundas do senso comum, promovendo a banalização em diversos contextos. Lancaster (1989, p.1) apresenta a seguinte problemática:

Informação é uma palavra usada com frequência no linguajar cotidiano e a maior parte das pessoas que a usam pensam que sabem o que ela significa. No entanto, é extremamente difícil definir informação, e até mesmo obter consenso sobre como deveria ser definida. O fato é, naturalmente, que informação significa coisas diferentes para pessoas diferentes.

Escarpit *apud* Le Coadic (1996, p.13) afirma que “a comunicação é um ato, um processo, um mecanismo, e que a informação é um produto, uma substância e uma matéria”.

Wurnan (1991, p.138) reforça essa ideia ao afirmar que:

A informação é a matéria-prima que alimenta toda a comunicação, pois a motivação básica de qualquer comunicação está em transmitir de uma mente para outra algo que será recebido como informação nova.

A palavra de fácil pronúncia e difícil definição tem sido alvo de investigação em diversos campos científicos, gerando polêmicas no meio acadêmico/científico. O motivo associa-se à sua imprecisão conceitual.

2.4 COMUNICAÇÃO

Praticamente todas as empresas possuem um departamento de comunicação e cabe aos profissionais desse departamento elaborar a política de comunicação.

Comunicação vem do Latim *communication* de *communis* = comum – significa a ação de tornar algo comum a muitos. É o estabelecimento de uma corrente de pensamento ou mensagem, dirigida de um indivíduo a outro, com a finalidade de informar, persuadir ou divertir. Significa, também, “a troca de informações entre indivíduos envolvidos” (CHIAVENATTO, 2004, p.304).

A comunicação é um meio de troca de informações que, mal interpretadas, poderão causar sérios prejuízos organizacionais. As organizações necessitam, para a sua sobrevivência, de bons canais de comunicação que proporcionem relacionamento agradável e eficaz com o ambiente e com suas partes.

Segundo Thayer (2013), o termo comunicação é geralmente considerado evidente quanto ao seu significado, e tal fato é talvez a causa porque alguns textos de secretárias apresentam problemas de eficiência de comunicação.

De acordo com Chiavenato (2004), para que ocorra a comunicação de forma correta é importante seguir alguns passos para não haver falhas ou entendimento distorcido, principalmente quando esta ocorre com duas ou mais pessoas.

A comunicação na empresa enfrenta problemas e está longe da perfeição. Muitas vezes, as mensagens são transformadas ou alteradas à medida que correm do emissor ao receptor. Sendo assim, o receptor recebe algo diferente daquilo que foi elaborado e encaminhado. Comunicação é o processo de compreender, compartilhar mensagens enviadas e recebidas, no qual as próprias mensagens são o modo como se dá seu intercâmbio; a comunicação exerce influência no comportamento das pessoas nela envolvidas, a curto, médio e longo prazo, no local onde ocorreu ou mesmo a distância.

Segundo Chiavenato (2004), a comunicação é uma atividade administrativa que possui dois propósitos essenciais, como: conceder informação e compreensão necessárias para que pessoas possam se conduzir em suas tarefas;

propicia atitudes necessárias que promovam a motivação a cooperação e a satisfação nos cargos.

O atributo mais importante de uma pessoa é a capacidade de se comunicar com eficiência, é conseguir transmitir a mensagem a qualquer pessoa que seja. A comunicação eficiente é essencial, seja em conversas individuais, em impressos, em e-mails, em apresentações para grupos grandes e pequenos e em qualquer outro modo que se apresente.

Bravin (2012, p.1), coloca que:

Para relacionarmos com outras pessoas precisamos nos comunicar. Mas apesar de parecer algo simples, a comunicação humana é um processo complexo, haja vista que vários aspectos técnicos e emocionais estão envolvidos nesse processo. Sendo assim temos que desenvolvê-la de forma correta.

Para Chiavenato (2000, p. 142), “comunicação é a troca de informações entre indivíduos. Significa tornar comum uma mensagem ou informação”.

A comunicação vai além da mensagem, da recepção pelo outro e da capacidade do emissor em criar empatia. Para comunicar é preciso conhecer o assunto e ter habilidade no modo de expressar, caso contrário deve-se buscar aprimoramento.

Tanto para Goffman (1999) quanto para outros autores [...], o comportamento é um conjunto de códigos de sistemas de regras. Existe uma sintaxe, uma semântica e uma pragmática do comportamento; o comportamento é, então, o fundamento de um sistema geral de comunicação.

A nova comunicação da teoria ao trabalho de campo. O elemento da comunicação é a expressão corporal, a mensagem, o ruído, o telefone, a correspondência, a videoconferência, o computador, entre outros. No processo de comunicação, o *feedback* possibilita o prosseguimento do fluxo de mensagens.

A comunicação organizacional e pessoal ocorre entre diversos públicos: funcionários, fornecedores, clientes, comunidade, acionistas entre outros. A comunicação dentro da empresa, para ser clara e precisa, necessita de um organograma bem planejado para que a mensagem não chegue distorcida.

Canais verticais como descendentes referem-se à comunicação entre o superior e os subordinados, veiculando ordens ou instruções. Canais verticais como

ascendentes referem-se à comunicação entre o subordinado e o supervisor, veiculando informações a respeito do trabalho executado. Canais horizontais referem-se a dois órgãos – como dois departamentos e duas seções –; ou dois cargos – dois gerentes no mesmo nível hierárquico.

Comunicação interna está relacionada à diretoria, aos superiores e aos funcionários integrantes da empresa. Comunicação externa é a troca de informações entre a empresa, outras organizações, grupos e autônomos. Comunicação informal é a informação própria dos grupos de amigos da empresa. Comunicação formal é veiculada por canais estabelecidos, agência, correspondências, telefonemas e outros.

Segundo Chiavenato (2004), um exemplo de comunicação distorcida é o boato, que é um tipo de comunicação, que se propaga de forma veloz e muitas vezes não se sabe que caminho vai tomar. A figura a seguir, viabiliza a forma propagada da comunicação.

Conforme o mesmo autor (2004), a comunicação ainda pode sofrer outros tipos de barreiras com a omissão, distorção ou sobrecarga.

Conforme o autor, a figura 6 ilustra um tipo de comunicação que se propaga de uma forma veloz.

Figura 6: – Comunicação distorcida



Fonte: Google Blog do Arretadinho – O poder de um boato, 2012

Pimentel (2012) fala que o grande desafio da comunicação é estabelecer parâmetros de melhora nos relacionamentos, nos entendimentos entre os povos e, principalmente, no autodesenvolvimento das pessoas. E que melhorar todos os dias é o principal desafio da comunicação.

De acordo com Moraes (2012), o processo de comunicação implica em modelos e etapas, sendo que nenhuma destas pode ser desprezada. O desenvolvimento das capacidades de ouvir, avaliar, administrar as emoções e dar *feedback* é um fator determinante no sucesso pessoal e este tem sido o grande entrave nas relações interpessoais.

Comunicação e etiqueta referem-se à atenção cuidadosa em tudo o que diz respeito ao próprio profissional e ao outro, à sensibilidade e à responsabilidade, de cada palavra de cada gesto e postura. A etiqueta empresarial universal é um conjunto de atitudes adequadas às normas e particularidades de qualquer cultura e deve estar incorporada ao modo de ser do profissional de forma natural e espontânea, como o objetivo de facilitar a convivência e a comunicação entre pessoas no meio empresarial interno e externo. A habilidade em se comunicar pode ser desenvolvida e depende da soma de detalhes que compõem aquilo que se passa a chamar-se de “etiqueta empresarial”. A pessoa que transparece ser agradável, elegante e educada estimula a troca de informações. A etiqueta, ou boas maneiras, surge como fator diferencial na empresa. Do contato telefônico, da apresentação e até o fechamento de um negócio, o aprendizado e o domínio das boas maneiras, se revela um ato imprescindível ao bom relacionamento social.

A comunicação empresarial trata das questões referentes aos diversos públicos de uma organização. Em seu esforço de comunicação, a organização pode utilizar-se de diferentes instrumentos e recursos, além de consultorias e prestadores de serviços, como profissionais de relações públicas e jornalistas.

Para comunicar-se bem não basta desenvolver apenas a capacidade de comunicação, é necessário aprender a ouvir. O sucesso ou o fracasso na comunicação não pode ser atribuído a um único fator, pois o processo de comunicação intervém no comportamento das pessoas, com preconceitos e tabus. O sucesso na comunicação não depende somente da forma como a mensagem é transmitida, a compreensão da mesma é o fator fundamental. No processo da comunicação deve-se ser objetivo e claro.

A importância na comunicação envolve o cuidado e a preocupação dos interlocutores na transmissão dos dados ou das informações em questão, para que se obtenha o sucesso no processo desejado. Se a secretária tem o conhecimento do procedimento cultural da pessoa a quem escreve e do seu ambiente, mais fácil se tornará compreender a mensagem. É por meio da comunicação que se tem conhecimento do que o dirigente deseja que seja feito; por sua vez, fica inteirado das informações e queixas dos seus colaboradores. A comunicação humana compreende variadas formas, a partir das quais os homens transmitem e recebem ideias, impressões e imagens.

O bom relacionamento é essencial para a produtividade e a atmosfera do trabalho, isso implica no grau da comunicação entre chefe e secretária. Portanto, espera-se do chefe, em relação à secretária o determinado comportamento como: respeitar e valorizar o trabalho da profissional, manter informada sobre atividades, interesses, clientes especiais e estratégias entre outros. É importante que as chefias se comportem com educação e gentileza com todos os que integram a empresa interna e externa, independentemente do papel que ocupam na hierarquia, sejam eles telefonistas, ascensoristas, *boys*, pessoal da limpeza, recepcionistas, seguranças, colaboradores, clientes ou terceirizados.

Há profissionais que trabalham como se fossem obrigados e desempenham tarefas com mau humor, irritação, ou por um momento de estresse “desconta” no cliente. Com isso, deixam passar oportunidades de fácil desenvolvimento, com boa vontade, atenção, cuidado e respeito com relação ao próximo.

A comunicação dentro da empresa contribui para a definição e concretização de metas e objetivos, além de possibilitar a integração e equilíbrio entre seus componentes (departamentos, áreas etc.).

Torquato (1996) defende a função básica da comunicação na empresa é promover consentimento e aceitação. Para tanto, é necessária uma estrutura bem definida e coordenação centralizada. Essa coordenação será responsável pelas pesquisas, táticas, estratégias, normas, canais, fluxos e planos de comunicação.

A comunicação é a que proporciona a reunião das partes da organização, produzindo as condições para um trabalho coordenado das estruturas, permitindo, enfim, que as cúpulas empresariais atinjam as metas programadas. Define-se como um processo dinâmico que compreende a existência, o crescimento, a mudança e o

comportamento de toda a organização e é determinada pela necessidade, utilidade e convivência, tanto da parte da empresa como da parte dos que nela estão integrados, direta ou indiretamente.

Moles (1999) diz que a comunicação é um aspecto universal da atividade da empresa, pois tudo que ela produz para o meio interno ou externo ao grupo fechado que ele constitui, está relacionado a um ato comunicativo, a uma troca de sinais de um lugar para o outro.

Para alguns autores, a comunicação compreende todos os meios e formas de transmissão de informações. Outros definem informação como todo sinal, signo ou símbolo que pode ser empregado por uma ou várias pessoas para modificar o comportamento de uma ou mais pessoas.

Para Redfield (1999), a comunicação é o processo de transferir uma pequena informação selecionada (mensagem) de uma fonte de informação a um destinatário. Assim, o campo das comunicações envolve um amplo intercâmbio humano de fatos e opiniões, e não as operações telefônicas, radiofônicas e similares.

Para Berlo (1980), a comunicação é sobre tudo um processo de influência. A informação tem como objetivo imediato de aumentar o conhecimento de quem a recebe, enquanto a comunicação objetiva, essencialmente alterar ou influenciar comportamentos, resultando, assim, a imagem de comunicação como processo e a informação como produto desse processo.

Na organização, os objetivos da comunicação são os de modificar e adaptar o comportamento das pessoas às normas traçadas, influenciar atitudes e preferências, carrear todos os atos com vistas à execução das metas programadas. Os objetivos gerais da comunicação são: produzir maior prazer e satisfação no trabalho e nas relações de cada colega de trabalho e cliente; melhor informação acerca do ambiente de trabalho.

Segundo Minicucci (1984), considera-se ouvir tão bem quanto falar; não interromper o outro quanto está falando; não ser agressivo; não impor as próprias ideias; compreender as pessoas a partir do ângulo de visão delas. O aspecto mais importante, porém, é sentir o que os outros pensam e sentem.

A eficácia de uma comunicação de ordens e a capacidade persuasiva do profissional depende de seu conhecimento preciso daquilo que quer comunicar.

Há ocasiões em que a comunicação do profissional se reveste de caráter especial: situações em que, para atingir seus objetivos, tenha de ser persuasivo. A persuasão exige que o profissional preste atenção ao que a outra pessoa está falando, para persuadir, é imprescindível conhecer o que a outra pensa. A posição do profissional dentro da organização exige que ele tenha certa dose de habilidade no relacionamento com os colegas de trabalho, clientes e superiores.

Para Schuler (2004), a comunicação está presente em todas as formas de organização conhecidas na natureza, tanto que se pode afirmar que a única maneira de haver organização é através da comunicação.

De acordo com Phillips; Champman (2004), por sua vez, afirmam que comunicação e organização são coisas equivalentes.

Não há profissional que desconsidere a importância da comunicação. Há quem de pouca atenção e reconhecimento, como outros profissionais que a ela se dedicam.

Comunicação administrativa é um sistema de informação estabelecido para favorecer aqueles que ocupam funções administrativas em uma organização. A comunicação é um atributo essencial da atividade humana. Dela depende o entendimento social, familiar e profissional. O êxito da empresa, depende essencialmente da habilidade dos indivíduos se comunicarem.

Segundo Prette (2001), na sociedade, a comunicação mantém redes de traças, que alteram a cultura e, conseqüentemente, a realidade social.

O autor ainda relata que a comunicação pode ser classificada em verbal e não verbal, em que a comunicação verbal é mais informativa, clara e lógica, seguindo entre outros fatores o domínio das normas sociais de seu uso; e a não verbal acrescenta mostra e se põe á verbal, manifesta-se através do comportamento não expresso por palavras, como os gestos, as expressões faciais, as orientações do corpo, entre outras formas.

2.5 COMUNICAÇÃO PROCESSO - PAPEL

De acordo com Stoner; Freeman (1994), comunicação é o processo através do qual as pessoas tentam compartilhar significados através da transmissão

de mensagem simbólicas. A comunicação tem sido caracterizada como o “sangue vital” de uma organização e a falta da comunicação, causa o equivalente a uma doença cardiovascular.

O profissional enfrenta nos dias atuais um ambiente em que a questão comunicação tornou-se cada vez mais complexa.

A aceleração da tecnologia apressa e complica os meios de comunicação, e um ambiente instável manda sinais que mudam rapidamente, refletindo mudanças em valores sociais e culturais. “A globalização dos negócios exige que os profissionais tornem-se cômicos no processo de comunicação e das convenções de vários tipos de cultura” (STONER, FREEMAN ,1994 p.388).

Para Kotter (1994), a comunicação é como um processo que consiste em “um emissor transmitindo uma mensagem, através de um meio, para um receptor que reage”. Em sua forma mais simples, esse modelo pode ser esquematizado como emissor, mensagem e receptor.

A principal função da comunicação vertical para cima é fornecer informações aos níveis superiores sobre o que está acontecendo nos níveis mais baixos. Esse tipo de comunicação é feita através de relatórios, sugestões e pedidos de ajuda ou de decisões. Os problemas dessa comunicação ocorrem quando os administradores não dão aos subordinados as informações de que eles necessitam para realizar suas tarefas eficazmente. Essa falta de comunicação é algumas vezes deliberada, como quando os administrados sonégam informações para manter os subordinados dependentes deles. O efeito final da comunicação incompleta de cima para baixo é que os subordinados podem sentir-se confusos, desinformados ou impotentes, e podem deixar de realizar corretamente suas tarefas. A comunicação vertical é aquela que sob e desce a cadeia de comando da organização.

De acordo com Stoner; Freeman (1994), a comunicação lateral e informal, entre departamentos de uma organização, geralmente seguindo o fluxo do trabalho, proporcionando um canal direto para a coordenação e a solução dos problemas. A comunicação informal não sancionada oficialmente é a rede de boatos, ou ainda informação de bastidores. A rede de boatos das organizações é formada por várias linhas de comunicação informal que se sobrepõem e se interceptam em vários pontos, alguns indivíduos bem informados provavelmente pertencem a mais de uma rede de informal. A comunicação lateral melhora a coordenação e a solução de

problemas e aumenta a satisfação dos empregados. A comunicação informal ocorre fora dos canais formais da organização.

Conforme Davis (1994, p. 398), a rede de boatos “flui pelos bebedouros, corredores, refeitórios e em qualquer ocasião em que as pessoas se encontrem em grupos”. A rede de boatos, não deve ser confundida com informações legítimas que a administração procura transmitir oralmente. Rede de boatos, os vários caminhos através dos quais as comunicações informais atravessam uma organização; os quatro tipos são “linha única”, “fofoca”, “probabilidade” e a cadeia “do grupo”.

2.6 EFICIÊNCIA E EFICÁCIA

O profissional visa alcançar objetivos organizacionais de maneira eficiente e eficaz. O profissional, precisa saber utilizar os recursos organizacionais no sentido de obter eficiência e eficácia, bem como alto grau de satisfação entre as pessoas que fazem o trabalho e o cliente que o recebe.

A eficiência significa fazer as coisas bem corretamente, relacionando-se com os meios. Um profissional eficiente é aquele cuja unidade de trabalho opera diariamente com um custo mínimo de materiais e de trabalho. A eficiência é necessária, mas não é suficiente.

A eficácia relaciona-se com os fins e propósitos. Um bom profissional eficaz é aquele cuja unidade de trabalho alcança diariamente as metas e é capaz de reconhecer e correr com as oportunidades, de aprender e atualizar constantemente a base de conhecimento. Deve haver eficácia, principalmente, o que significa atingir objetivos e resultados.

Para Chiavenato (2002), eficiência significa atingir objetivos e resultados. Um trabalho eficaz é aquele que resulta proveitoso e bem-sucedido. Eficiência significa fazer as coisas bem e corretamente. Trabalho eficiente é um trabalho bem-executado. De acordo com Chiavenato, o quadro 1 mostra a diferença entre eficiência e eficácia.

Muitas vezes, o profissional é eficiente ao extrair o máximo dos recursos disponíveis, mas não é eficaz ao atingir os objetivos esperados.

De acordo com o autor Chiavenato, no quadro 1 mostra as diferenças entre eficiência e eficácia.

Quadro 1. As diferenças entre eficiência e eficácia

Eficiência	Eficácia
>> Fazer corretamente as coisas	>> Fazer as coisas necessárias
>> Preocupar-se com os meios	>> Preocupar-se com os fins
>> Cumprir os regulamentos	>> Atingir objetivos e resultados
>> Enfatizar métodos e procedimentos	>> Enfatizar objetivos e resultados
>> Treinar e aprender	>> Saber e conhecer
>> Saber jogar com arte	>> Ganhar
>> Saber batalhar	>> Ganhar a guerra
>> Ser pontual no trabalho	>> Agregar valor e riqueza à organização

Fonte: Chiavenato, 2002

A organização visa estabelecer os meios e recursos necessários para possibilitar o planejamento e reflete como a organização tenta cumprir os planos. A organização é a função administrativa relacionada com a atribuição de tarefas, agrupamentos de tarefas em equipes ou departamentos e alocação dos recursos necessários nas equipes e nos departamentos.

A comunicação pode ocorrer em ambientes abertos, de forma ampla, ou fechados, de forma restrita. A empresa se caracteriza um ambiente restrito, pois a comunicação tem sentido diante de suas próprias e específicas estruturas – formal e funcional. A comunicação empresarial é restrita, em função de seus objetivos, envolvendo sigilos e segredos profissionais.

De acordo com Lesikar (1994, p. 395), “descreve quatro fatores que influenciam a eficácia da comunicação nas organizações: os canais formais de comunicação, a estrutura de autoridade da organização, a especialização do trabalho, e o que Lesikar chama de ‘propriedade da informação’”.

Propriedade da informação é a posse, por parte de certos indivíduos, de informações e conhecimentos singulares relativos ao seu trabalho.

De acordo com Stoner; Freeman (1994), a eficácia da comunicação organizacional é influenciada pelos canais formais de comunicação e pela estrutura de autoridade, pela especialização do trabalho e pela propriedade da informação.

2.7 TECNOLOGIA

O início da década de 1990 marca o começo da terceira etapa do mundo organizacional. É a era da informação, que surge com o impacto provocado pelo desenvolvimento tecnológico e com a chamada tecnologia da informação. A nova riqueza passa a ser o conhecimento – o recurso mais valioso e importante.

Para Sabino; Rocha (2004), o avanço da tecnologia foi responsável por muitas mudanças ocorridas no campo empresarial. Mas o profissional secretário foi o componente principal para o novo cenário avançado das organizações.

Os novos recursos tecnológicos permitiram aos secretários concluir suas tarefas com êxito e rapidez, abrindo, assim, espaço para outras funções.

O computador, com seus softwares específicos, facilita a execução de tarefas corriqueiras como digitação, formatação, correção e impressão de documentos. A comunicação virtual possibilitou a interligação dos setores em rede nas organizações. O *scanner*, discos e banco de dados facilitaram na organização, no espaço e no tempo, substituindo pastas e arquivos tradicionais, tempo e localização de documentos e reduzindo o custo de papéis. “A tecnologia é uma ferramenta para ajudar as pessoas e não substituí-las” (DENTON, 2001, p.115).

A videoconferência trouxe uma nova imagem às reuniões, também com a finalidade de reduzir custos com viagens, interligando todos os componentes através da tela do computador, independente do local onde estejam, agilizando a tomada de decisões. A internet disponibilizou muitas facilidades para o profissional secretário, como o envio de documentos, acesso a informações, compra virtual, planejamento de viagens, transações bancárias e utilizando sistemas online, entre outros.

A informatização e o domínio de suas ferramentas promovem uma gradativa conquista de espaço profissional na empresa, sendo hoje essencial para todas as tarefas. Na profissão secretarial, o domínio da tecnologia ocupa um papel importantíssimo para a empregabilidade deste profissional. O computador amplia a produtividade, a eficiência e oferece a possibilidade de novos processos com mais agilidade, correção e controle.

O aspecto fundamental da empresa contemporânea é o impacto da alta tecnologia como uma força dominante na vida dos profissionais. Com os computadores e com a tecnologia de ponta, o trabalho do profissional e da

organização não será como antes. A questão no momento avalia que o trabalho está sendo totalmente dominado por códigos de barras, sistemas automáticos, correio eletrônico, *telemarketing*, *web conferência*.

Segundo Daft (1997), as informações é o fluido vital das organizações porque são elas que alimentam as decisões sobre os aspectos como estrutura, tecnologia e inovação e porque são a boia de salvamento para fornecedores e clientes.

Em boa parte do tempo que passam na empresa, os profissionais recebem, emitem e trocam variadas informações, afinal, comunicação é um processo de transmissão, intercâmbio de informações.

No início da era da Tecnologia de Informação, o profissional estava interessado basicamente em armazenamento, processamento e transferência de dados (banco de dados). Hoje, cada vez mais é dada importância para captar ideias ou conhecimentos em formas e contextos diferentes. As novas tecnologias facilitam bastante o uso da informação mais complexa pelo profissional.

Em boa parte do tempo que passam na empresa, os profissionais recebem, emitem e trocam variadas informações, afinal, comunicação é um processo de transmissão, intercâmbio de informações.

Figura 7: Exemplos de dois sistemas

Componentes	Sistema telefônico	Programa de televisão
Fonte	Voz humana	Placo e atores
Transmissor	Aparelho telefônico	Câmera, vídeos e transmissores
Canal	Fio condutor que liga um aparelho ao outro	Antenas transmissoras e antenas receptoras
Receptor	O outro aparelho telefônico	Aparelho doméstico de tv
Destino	Ouvido humano	Telespectador
Ruído	Estática, linha cruzada, chiados, interferências	Estática, circuitos defeituosos, chiados

Fonte: Chiavenato, 1999

Daft (1997) considera os impactos da criação de novas tecnologias, sobre o funcionamento das comunicações entre os departamentos nas empresas. De modo geral, cada organização inclui diversos subsistemas (departamentos) que

desempenham cinco funções essenciais para o funcionamento da mesma, com cobertura de fronteiras (interação com o ambiente), produção, manutenção, adaptação e administração.

A eficiência depende da capacidade de administrar os recursos disponíveis para a comunicação da melhor forma. As habilidades de ouvir, de ler, e de lidar com a linguagem oral e com a escrita. A atitude frente à comunicação também é fundamental para a eficácia. Quando se valoriza o receptor e se conhece o assunto a ser tratado, é natural a criação de um clima otimista que, provavelmente, terá uma repercussão positiva.

De acordo com Mosley; Pietri (1998), o essencial para a eficácia na comunicação é reconhecer a importância estratégica e a necessidade da comunicação, essa é a base para o empenho em promovê-la; promover a retroação, checando a compreensão das mensagens, requisitando e valorizando as informações dos trabalhadores; melhorar a capacidade de ouvir, sendo empático, paciente, interessado, concentrado e promovendo um ambiente em que o outro se sinta à vontade para falar.

As organizações utilizam de alguma forma a tecnologia, da mais sofisticada ou da mais rudimentar para prestar serviços. A tecnologia representa todo o conjunto de conhecimentos utilizáveis para alcançar determinados objetivos da organização.

Segundo a Teoria Neo - estruturalista (1960), a tecnologia que determina a estrutura e o funcionamento das organizações. As mudanças tecnológicas e culturais têm transformado as formas de comunicação na empresa, mas a nova visão da comunicação empresarial ainda não está consolidada. Convivem no empresariado pelo menos duas visões: a de que a empresa tem que se humanizar e prestar contas à sociedade e aos trabalhadores de suas atividades; e outra que comunica na medida de seu lucro imediato, ou seja, o que não dá lucro imediato não comunica mesmo sendo de interesse de todos. Tecnologia é bom e necessário, porém nada substitui o contato humano. “Por mais avançado que seja um aparato tecnológico, ele será limitado na capacidade de interagir com o cliente, simplesmente pelo fato de que só o profissional pode ter atitudes proativas de forma eficaz” (ALMEIDA, 2001, p.114). “As pessoas não querem se comunicar com um computador. Desejam falar com uma pessoa responsável, verdadeira, viva e que irá ouvi-las e ajuda-las a obter satisfação” (MICHEISON, 2001, p.114).

2.8 FILOSOFIA NAS EMPRESAS

Robert (1984) diz que a filosofia de uma empresa é como um conjunto de princípios e forças diretivos e de atitudes que ajudam a comunicar as metas, os planos e as regras para todos os empregados, e que são reforçados pelo comportamento, consciente e inconsciente, em todos os níveis da organização.

A filosofia de uma empresa tem relação direta com a sua cultura. A cultura de uma empresa implica seus padrões de comportamento, as ideias centrais transmitidas por suas ações e o conjunto de seus valores primordiais.

2.9 SECRETÁRIA NA ORGANIZAÇÃO

Para Moscovici (2003), em uma situação de trabalho, compartilhadas por duas ou mais pessoas, há atividades predeterminadas a serem executadas, bem como iterações e sentimentos recomendados, tais como: comunicação, cooperação, respeito e amizade. É necessário que em uma empresa haja uma boa comunicação. A vida de organização depende diretamente do bom relacionamento dos funcionários.

Secretária, uma profissional que assessora o executivo, transmite-lhe informações e executa as tarefas que lhe são confiadas. Esta profissional transformou-se no mundo moderno dos negócios e na era da globalização. A secretária executiva é uma profissional importante, que representa o executivo com eficiência e eficácia. Ela deve estar atenta para o efeito rápido de desenvolvimento tecnológico.

Segundo Medeiros; Hernandez (1999), embora a comunicação seja um veículo eficiente de comunicação, a secretária se comunica por outros meios como: gestos, expressões corporais e vestuário.

Para Fernandes; Gonçalves (2008), todos os sinais além das palavras, que se empregam para indicar sentimentos e atitudes – expressões faciais, gestos corporais, sons diversos – são excelentes meios de comunicação.

3 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

A Associação Sul Catarinense de Engenheiros e Arquitetos – ASCEA é uma entidade de classe multiprofissional catarinense, da região de Criciúma/SC, que reúne engenheiros, arquitetos e técnicos dos municípios do Sul de Santa Catarina.

Missão: zelar, orientar, qualificar e valorizar o aprimoramento profissional dos seus associados por meio de debates, seminários, reuniões, palestras, cursos, workshops, encontros, dentre outros. Busca cada vez mais ser fiel aos compromissos assumidos com os seus associados, profissionais, estudantes, empresas e órgãos comunitários.

A ASCEA tem o firme propósito de aprimorar a valorização profissional por meio de debates, seminários, reuniões, palestras, cursos, *workshops*, entre outros, sempre se mantendo fiel aos compromissos assumidos com os seus associados, profissionais, estudantes, empresas e órgãos comunitários. A Associação ainda colabora com a comunidade, seja por meio da indicação de representantes em Conselhos Municipais, Regionais, Estaduais e Nacionais (Habitação, Planejamento e Desenvolvimento).

A associação é mantida por meio de repasse pelo CREA-SC que está sediado em Florianópolis/SC. Este repasse é encaminhado para o pagamento de funcionários, para o financiamento de materiais para escritório, para eventos, para cursos, para palestras, para viagens a congressos, para reuniões, entre outros, com o presidente do CREA-SC. A cada três meses, é realizada uma prestação de contas, que é protocolada na Inspeção Regional do CREA-SC, Criciúma e encaminhada à sede do CREA-SC, para, assim, serem avaliados os gastos realizados e os feitos em cada mês da ASCEA. Nesta prestação de contas, especificam-se os novos cadastramentos de associados, gastos com eventos, viagens, datas em que foram realizadas as reuniões da ASCEA e atas das reuniões.

A ASCEA promove palestras, seminários, cursos e eventos sociais para seus associados, visando a aproximá-los e promover a qualificação da atividade profissional e a interação profissional e social. Os profissionais associados da ASCEA contam com a estrutura e os serviços no seu aprimoramento técnico-profissional, tais como:

a) Descontos em cursos, palestras, *workshops*, seminários, simpósios e congressos nacionais e internacionais organizados pela ASCEA e suas entidades parceiras;

b) Divulgação e publicação de artigos técnicos;

c) Indicação de profissionais associados por especialidade e região de atuação em atendimento à solicitação de demanda por entidades públicas e privadas.

d) Quando o profissional está iniciando a carreira e entra na associação, ele troca informações essenciais com os demais.

e) É realizada uma prestação de contas para o CREA-SC, e durante o ano são feitas quatro prestações. Ao final do ano, é entregue essa relação e, junto, o que sobra do repasse.

f) Quando o profissional realiza o ART no sistema e indica à ASCEA, a associação recebe do CREA-SC 14% de verba para eventos, entre outros.

A ASCEA, entidade fundada em 6 de outubro de 1957, reunia engenheiros, arquitetos dos municípios da AMUREL e da AMESC. Até 1981, a ASCEA fazia uma rotatividade pela diretoria entre Tubarão e Criciúma e, devido ao crescente número de profissionais, já havia a necessidade de atender a realidade e interesses de cada região. Assim, em 16 de dezembro de 1981, surgiu a ASCEA, que teve a sede em Criciúma, e a Associação Regional de Engenheiros e Arquitetos - AREA, com sede em Tubarão. A ASCEA, atualmente, relembra verdadeiras personalidades da área de engenharia, arquitetura e agronomia, cujos feitos e participações tanto contribuíram para fazer dela o que ela é e não somente representa, mas, certamente, continuará representando a partir dos anos e décadas, contabilizando frutos ao longo do tempo e de suas ações e atividades.

Figura 8: Os Presidentes da ASCEA

Victor Decquech (57/59)	Cid Zandomênego (83/84)
Lírio Búrigo (59/60) (<i>In Memoriam</i>)	Ari Nardino Praesler (85/86)
Lelland Gonçalves (60/61) (<i>In Memoriam</i>)	Eduardo Vicente Tasca (87/88)
Benjamin Mario Baptista (61/62)	Denise P. Comandoli (89/90)
José Ijair Conti (62/63) (<i>In Memoriam</i>)	Altanir Machado (93/94)
Manoel Martins (63/64)	Ziocélito José Bardini (95/96)
Luiz Carlos de Oliveira (66/67)	Sérgio Augusto Becke (97/98)
Hélio Costa (67/71) (<i>In Memoriam</i>)	Eduardo Vicente Tasca (99/00)
Jaime Linhares Filho (71/72)	Raulino Debiasi (1/2)
Newton Barata (73/74) (<i>In Memoriam</i>)	Eduardo Vicente Tasca (3/4)
Rubens Doner da Silveira (74/75)	Sérgio A Becke (5/6)
Ricardo Vilella (75/76) (<i>In Memoriam</i>)	Stela Maris Rupenthal (7/8)
Vanderlei Millioli (77/78)	Marcelo R. Granato Cunha (9/10)
Djalma Poty Sartori (78/79)	Michel Pacheco Foggiatto (11/12)
Décio Gomes Góes (80/81)	Ewaldo Egan Zechner (13/14)
Jaime Pusch (81/82)	

Fonte: Acervo da ASCEA (2014)

Conforme a figura 9, as informações citadas a cima encontra-se no website da associação, contendo diversas informações como: institucional, serviços, destaques, eventos, divulgações, associa-se e fale conosco.

Figura 9: Website ASCEA

Home Institucional Serviços Destaques Eventos Divulgações Associe-se Fale Conosco

Associe-se
Confira porque se associar na ASCEA

ASSOCIE-SE
Confira porque se associar na ASCEA

Associe-se

O que é a ASCEA?

A ASCEA é uma entidade de classe que tem o firme propósito de aprimorar a valorização profissional por meio de debates, seminários, reuniões, palestras, cursos, workshops, entre outros, sempre mantendo-se fiel aos compromissos assumidos aos seus associados, profissionais, estudantes, empresas e órgãos comunitários.

A ASCEA ainda colabora com a comunidade, seja por meio da indicação de representantes em Conselhos Municipais, Regionais, Estaduais e Nacionais (Habitação, Planejamento, Desenvolvimento, etc.).

Convênios

CRICIÚMA
BUSINESS
CENTER

UPTIME
COMUNICAÇÃO EM INGLÊS
CURSO DE INGLÊS EM 12 MESES

Patrocinadores

TracoFORTE
Qualidade concreta.
www.tracoforte.ind.br

COLOMBORETROTERRA
Engenharia e
Terraplenagem
(48) 3438 6666
www.colomboretroterra.com.br


Fonte: <http://ascea.com.br> (2014)

Conforme a figura 10, a ART é a maneira que o profissional informa ao CREA-SC a conclusão da obra e/ou serviço ou o distrato/rescisão do contrato, anotada em ART. Quem Pode solicitar o documento , são os profissionais devidamente habilitados com registro ou visto no CREA-SC.

A ART pode ser protocolada nas Unidades de Atendimento do CREA/SC ou encaminhada a documentação através dos Correios. Os documentos necessários para preencher o requerimento de baixa de ART, também disponível nos postos de atendimento do CREA-SC. Através do sistema CREANET é possível proceder eletronicamente a baixa por conclusão, sendo que a baixa por distrato poderá ser preenchida e impressa para entrega no Atendimento.

A ART, é isenta de taxa, e o prazo é no ato da solicitação, quando realizado nas Unidades de Atendimento, ou através do Creanet Profissional.

Figura 10: Anotação de Responsabilidade Técnica - ART

 CREA-SC Conselho Regional de Engenharia e Agronomia de Santa Catarina		Autenticidade ART Nº 4687986-0	
A.R.T. Anotação de Responsabilidade Técnica		ART autenticada eletronicamente via CREA.NET	
Contratado ENGENHEIRO CIVIL 049316-3 Empresa Executora: DENIS ASSIS DA SILVA RUA SAO JOAO BATISTA 225 CRICIUMA UNIVERSITARIO 88805-365 SC Fone: Fax: Fone: -- CPF:004.944.079-99 Normal denisassis@yahoo.com.br			
Contratante Sociedade Recreativa União Operária 83248005000165 Rua Sampaio Correia 222 Santa Bárbara CRICIUMA SC 88800-000 99060990			
Resumo do Contrato Vistoria e Laudo técnico de um sistema de iluminação de emergência.			
Início em: 17/04/2013		Término em: 17/05/2013	
Honorários: R\$450,00		Valor Obra/Serviço: R\$450,00	
Identificação da Obra/Serviço Sociedade Recreativa União Operária 83248005000165 Rua Sampaio Correia 222 Santa Bárbara CRICIUMA SC 88800-000 99060990			
Assinaturas			
CRICIUMA	DENIS ASSIS DA SILVA	Sociedade Recreativa União Operária	
17/04/2013	004.944.079-99	83248005000165	
Este documento anota perante o CREA-SC, para efeitos legais, o contrato escrito ou verbal realizado entre as partes (Lei 6.496/77)			
Reservado ao Responsável Técnico			
Participação Técnica Individual		Atividades	
	Objetos	Classificação	Quantidade
	15 ##	61105	1,00
	24 ##	61105	1,00
			Unidade
			45
			45
Entidade de Classe ASCEA			
Regularização			
Descrição Complementar			
Este documento só terá fé Pública se estiver devidamente cadastrado e quitado junto ao CREA-SC. Para afeirir www.crea-sc.org.br Este documento foi autenticado eletronicamente, estando sujeito a verificações conforme resolução 1825/89 CONFEA e demais legislações aplicáveis.			
As assinaturas devem ser a próprio punho, originais e preferencialmente com caneta azul. Acessibilidade: Declaro a aplicabilidade das regras de acessibilidade previstas nas normas técnicas da ABNT, na legislação específica e no Decreto n. 5.296/2004, as atividades profissionais acima relacionadas.			

Fonte: Acervo do CREA (2014)

3.1 AMBIENTE DE TRABALHO

A ASCEA situa-se na Sala das Associações, na Inspetoria Regional de Criciúma do CREA-SC, Rua Thomé de Souza, 829 - Bairro Michel - Criciúma /SC
Fone: (48) 3433-0953 E-mail: asceacricumasecretaria@gmail.com.

Figura 11: Inspetoria Regional de Criciúma do CREA-SC



Fonte: Acervo da ASCEA, 2014

A seguir, apresentam-se as atividades desenvolvidas nesta empresa:

- a) Arquivamento (Documentos antigos e atuais, como convênios, protocolos, correspondências, notas fiscais, recibos, entre outros);
- b) Atendimento ao público interno e externo;
- c) Auxílio em eventos (Promover, acompanhar e participar);
- d) Compras de materiais;
- e) Atualização da agenda;
- f) Elaboração de documentos;
- g) Divulgação de eventos como: palestras, seminários, cursos, reuniões;
- h) Cadastro de associados.

4 METODOLOGIA

O capítulo apresentará os procedimentos metodológicos os quais foram utilizados na pesquisa desse projeto. O estudo da pesquisa a ser feita, é com dados coletados e embasados na realidade da ASCEA.

Este projeto tem como objetivo, melhorar o atendimento nas informações passadas aos associados da ASCEA.

“Método, um conjunto de etapas, ordenadamente dispostas, a serem vencidas na investigação da verdade, no estudo de uma ciência ou para alcançar determinado fim”. (GALLIANO, 1979, p. 6).

“O método científico quer descobrir a realidade dos fatos e esses ao serem descobertos devem, por sua vez, guiar o uso do método. Entretanto, como já foi dito, o método é apenas um meio de acesso; só a inteligência e a reflexão descobrem o que os fatos e os fenômenos realmente são”. (CERVO, 2002, p. 25).

De acordo com Appolinário (2012), representa o planejamento, com certo grau de detalhamento, daquilo que se pretende realizar. Trata-se do plano ou do esquema que o pesquisador pretende utilizar em seu trabalho.

4.1 NATUREZA BÁSICA

Pode constituir-se em um trabalho científico original ou em um resumo de assunto. Por trabalho científico original entende-se uma pesquisa realizada pela primeira vez, que venha a contribuir com novas conquistas e descobertas para a evolução do conhecimento científico.

“Naturalmente, esse tipo de pesquisa é desenvolvido por cientistas e especialistas em determinada área de estudo. A diferença entre trabalho científico original e resumo de assunto, portanto, não se fundamenta nos métodos adotados, mas nas finalidades da pesquisa”. (ANDRADE, 2010, p.111).

4.2 ABORDAGEM QUALITATIVA

Para Creswell (2007, p. 35), “a técnica qualitativa é aquela que o investigador sempre faz alegações de conhecimento com base principalmente ou perspectivas construtivas”.

Para Wolcott (1994), a qualitativa é fundamentalmente interpretativa. Isso significa que o pesquisador faz uma interpretação dos dados.

4.3 ABORDAGEM QUANTITATIVA

Para Pinheiro (2010), a pesquisa qualitativa é a escolha da abordagem de qualificação da coleta de informações, do tratamento dos dados e do uso estatístico nas análises.

Considera que tudo pode ser quantificável, o que significa traduzir em números opiniões e informações, para classificá-la e analisá-las.

4.4 PESQUISA DESCRITIVA

Têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis.

“São inúmeros os estudos que podem ser classificados sob este título e uma de suas características mais significativas está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados, tais como o questionário e a observação sistemática. Os fatos são observados, registrados, analisados, classificados e interpretados, sem que o pesquisador interfira neles. O fenômeno do mundo físico e humano são estudados, mas não manipulados pelo pesquisador”. (ANDRADE, 2010, p.112).

Segundo Almeida (2011, p. 31), “pesquisa de natureza descritiva tem como finalidade de descrever o objeto de estudo, as suas características e os problemas relacionados, apresentando com a máxima exatidão possível os fatos e fenômenos”.

4.5 PESQUISA BIBLIOGRÁFICA

“É desenvolvida a partir de material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos. A principal vantagem desta pesquisa, reside no fato de permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos, vasto e amplo do que aquela que poderia pesquisar diariamente”. (GIL, 1996, p.50)

De acordo com Oliveira (1999), a pesquisa bibliográfica tem por finalidade conhecer as diferentes formas de contribuição científica que se realizaram sobre determinado assunto o fenômeno.

5 ANÁLISE DOS RESULTADOS

A associação, até no fechamento da análise de dados, obtinha 631 associados pela ASCEA.

A área de atuação, dos profissionais associados que colaboraram nesta pesquisa é de: Engenheiro Civil, Engenheiro Agrônomo, Engenheiro Eletricista, Engenheiro Ambiental, Engenheiro Agrimensor, Engenheiro de Minas, Engenheiro Controle e Automação, Engenheiro de Automação Industrial, Arquiteto e Urbanista e Técnico em Edificações.

A pesquisa foi realizada através do encaminhamento de *e-mails* para os associados. O cadastro era anexado e encaminhado por *e-mail*. O associado preenchia, anexava e retornava pelo mesmo.

Durante o processo do recebimento, obteve-se baixa quantidade de retorno. Nesse retorno, o percentual mais elevado deu-se pelo profissional da Engenharia Civil, o percentual menos elevado deu-se pelos profissionais da Engenharia Controle e Automação e Engenharia de Automação Industrial.

Nas tabelas abaixo do 1 ao 10, apresentam as especificidades dos profissionais associados que colaboraram.

Gráfico 1 – Engenheiro Civil

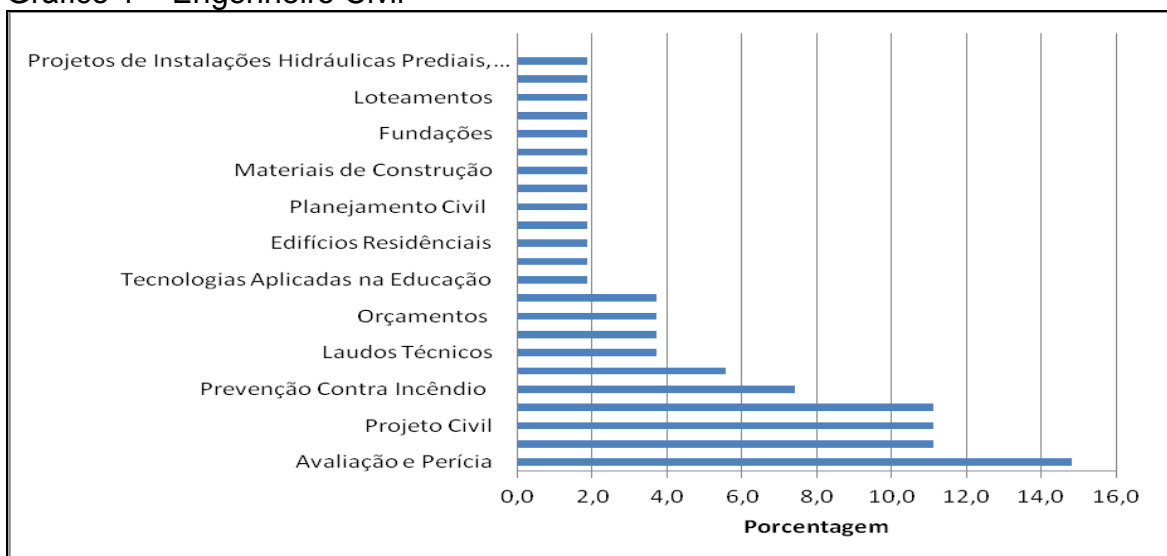


Gráfico 2 – Engenheiro Ambiental

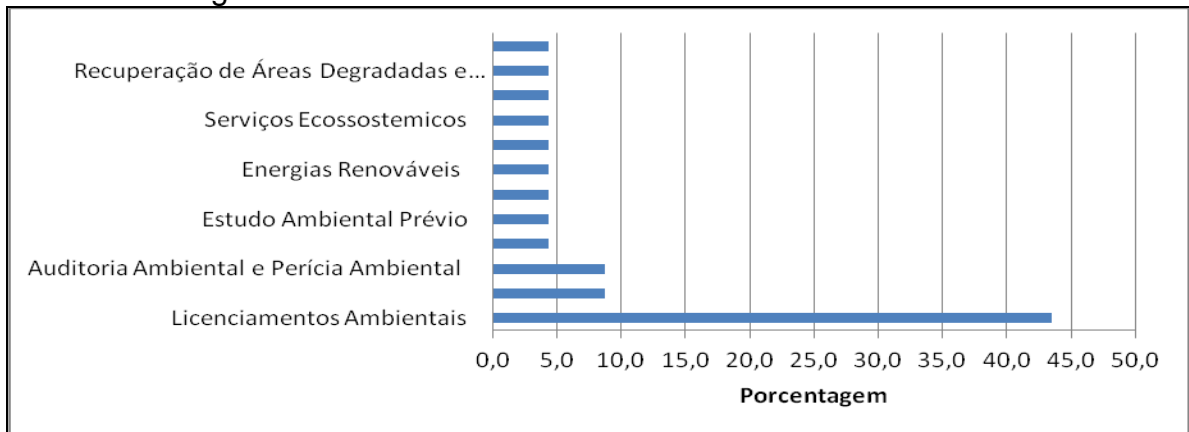


Gráfico 3 – Engenheiro Eletricista

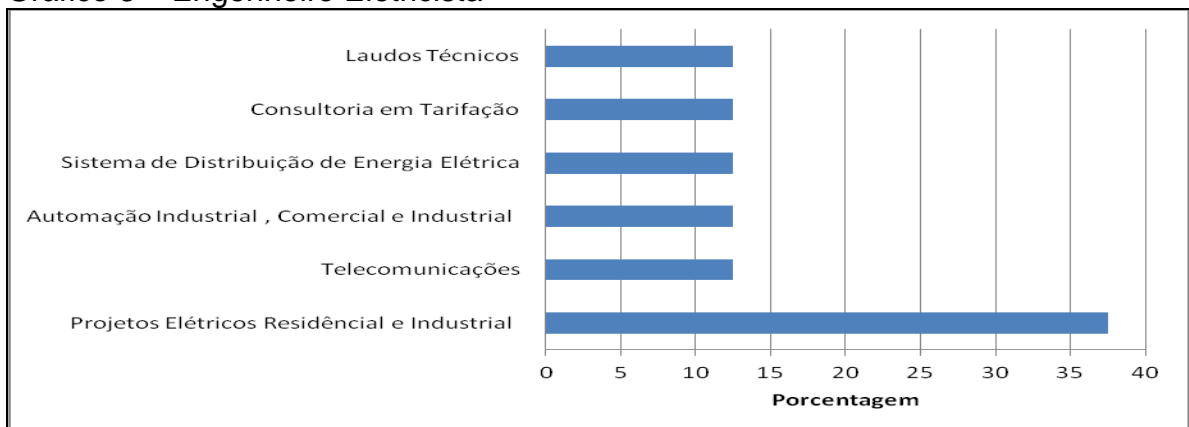


Gráfico 4 – Engenheiro Mecânico

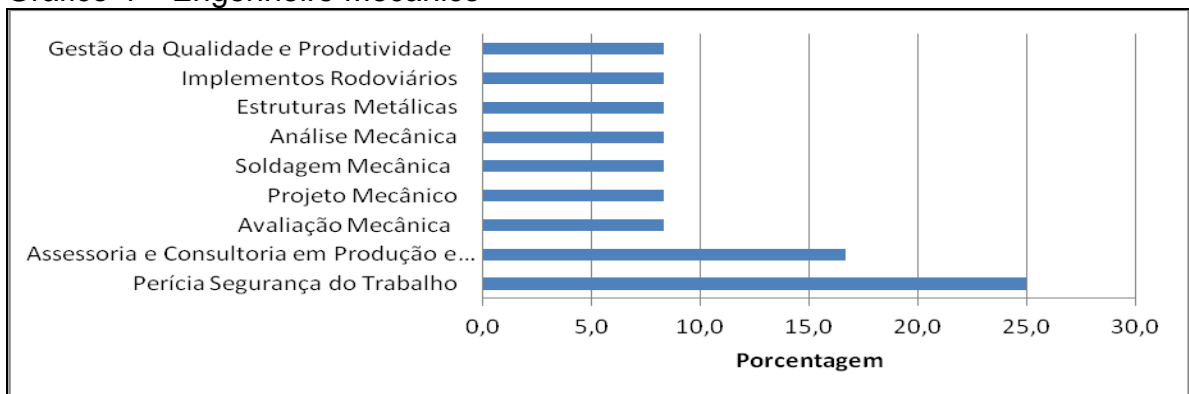


Gráfico 5 – Engenheiro Controle e Automação

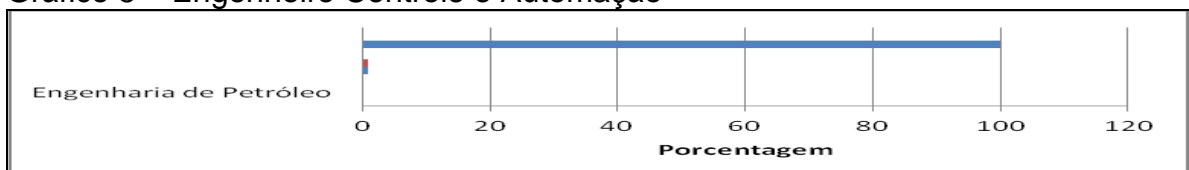


Gráfico 6 – Engenheiro de Automação Industrial

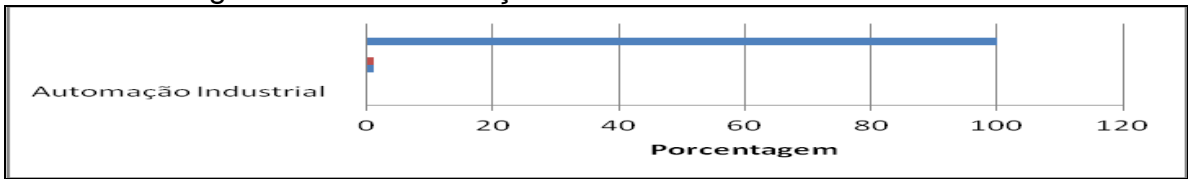


Gráfico 7 – Engenheiro de Agrônomo

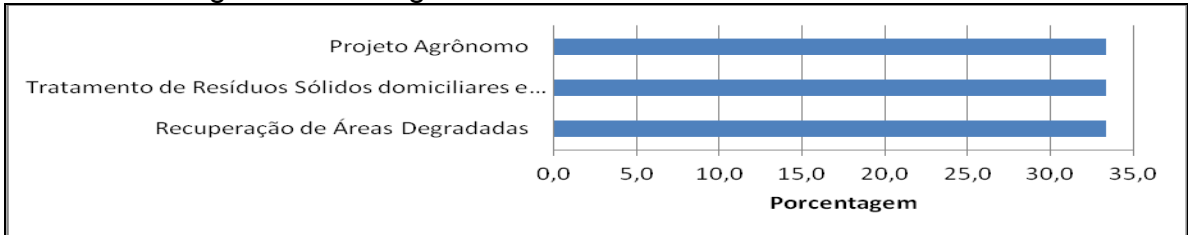


Gráfico 8 – Engenheiro de Minas



Gráfico 9 – Técnico em Edificações

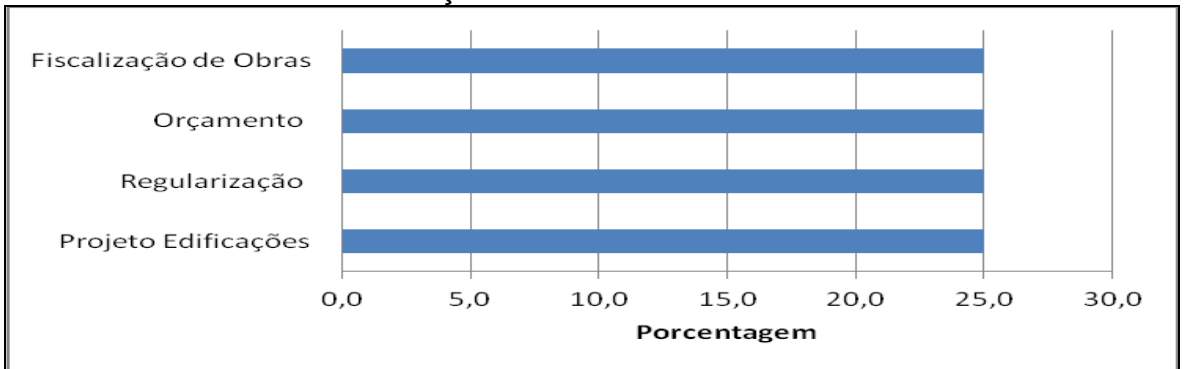
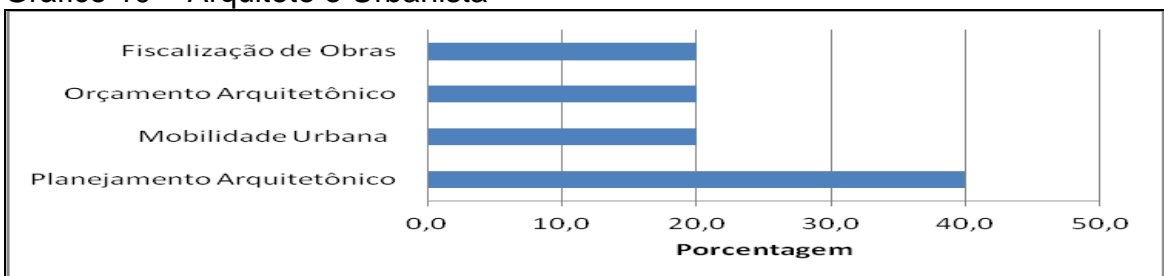


Gráfico 10 – Arquiteto e Urbanista



A tabela 1, demonstra os resultados dos percentuais atingidos.

Observa-se que a maioria dos associados situa-se na cidade de Criciúma, correspondendo a (76,6%, n = 36), predominantemente trabalhando em empresa, correspondendo a (51,1%; n = 24) e a modalidade de trabalho de engenheiro civil é a mais frequente (55,3%; n = 26).

Tabela 1. Características gerais da amostra

Variável	n (%)
Cidades	
Criciúma	36 (76,6)
Cocal do Sul	3 (6,4)
Içara	2 (4,3)
Outras	6 (12,8)
Total	47(100.1)
Tipos de Trabalho	
Autônomo	23 (48,9)
Empresa	24 (51,1)
Total	47 (100,0)
Modalidades de Trabalho	
Engenheiro Civil	26 (55,3)
Engenheiro Mecânico	6 (12,8)
Engenheiro Eletricista	4 (8,5)
Engenheiro Ambiental	4 (8,5)
Arquiteto	2 (4,3)
Técnico em Edificações	1 (2,1)
Engenheiro de Minas	1 (2,1)
Engenheiro Agrônomo	1 (2,1)
Engenheiro Automação Industrial	1 (2,1)
Engenheiro de Controle e Automação	1 (2,1)
Total	47(99.9)

Fonte: Elaborado pela autora (2014).

Como constou, a modalidade profissional de engenheiro civil, é a mais frequente, e a atuação específica em incomum entre esses profissionais é a avaliação e perícia.

6 CONCLUSÃO

A coleta de dados foi realizada para obter informações mais precisas, como a especificidade do profissional associado. Porém, do número levantado de associados, obteve baixa quantidade na colaboração da resposta desse processo.

Foi realizada uma repaginada no cadastro, para obter informações mais concisas e obter o dado essencial para essa pesquisa. Essa atualização iniciou-se em 21 de maio e encerrou-se em 1 de setembro.

Durante o processo do recebimento, obteve-se baixa quantidade de retorno. Nesse retorno, o percentual mais elevado deu-se pelo profissional da Engenharia Civil, o percentual menos elevado deu-se pelos profissionais da Engenharia Controle e Automação e Engenharia de Automação Industrial.

Conclui-se que, mesmo com o baixo resultado da coleta, já se pode notar a melhoria e a importância que esse benefício proporcionou, causando segurança ao prestador de serviço e ao cliente solicitador, na informação dos dados desejados.

O cadastro modificado ainda permanece, para assim, prosseguir com os novos associados.

Este projeto tem como objetivo, o benefício e a importância na melhoria da informação, verificando a especificidade dos associados.

Conhecer o público-alvo e criar lealdade é um grande benefício. Mas, a importância do banco de dados faz com que seja essencial para à Associação.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Sérgio. **Cliente, eu não vivo sem você:** o que você não pode deixar de saber sobre qualidade em serviços e clientes. Salvador: Casa da Qualidade, 1995.

ANDERSON, Kristin. in ALMEIDA, Sérgio. **Ah! Eu não acredito!:** como cativar o cliente através de um fantástico atendimento. 112ª edição. Salvador: Casa da Qualidade, 2001.

ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução á metodologia do trabalho científico.** 10ª edição. São Paulo: Atlas, 2010.

ASSIS, Francisco. in ALMEIDA, Sérgio. **Ah! Eu não acredito!:** como cativar o cliente através de um fantástico atendimento. 112ª edição. Salvador: Casa da Qualidade, 2001.

APPOLINÁRIO, Fábio. **Metodologia da ciência:** filosofia e prática da pesquisa. 2ª edição. São Paulo: Cengage Learning, 2012.

BELL, Chip. in ALMEIDA, Sérgio. **Ah! Eu não acredito!:** como cativar o cliente através de um fantástico atendimento. 112ª edição. Salvador: Casa da Qualidade, 2001.

BRIGGS, Beverly. in ALMEIDA, Sérgio. **Ah! Eu não acredito!:** como cativar o cliente através de um fantástico atendimento. 112ª edição. Salvador: Casa da Qualidade, 2001.

BUTTER, Francine Massuchette. **Relacionamento interpessoal:** Análise de sua interferência na produtividade de uma empresa automotiva de Forquilha/SC. TCC (Graduação em Secretariado Executivo). – UNESC - Universidade do Extremo Sul Catarinense, Criciúma, 2013.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. **Metodologia científica.** 5ª edição São Paulo: Prentice Hall, 2002.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração nos novos tempos.** 11ª triagem 2ª edição - Rio de Janeiro: Campus, 1999.

CRESWELL, John W. **Projeto de pesquisa:** métodos qualitativo, quantitativo e misto. 2ª edição. Porto Alegre: Artmed, 2007.

DENTON, Keith. in ALMEIDA, Sérgio. **Ah! Eu não acredito!:** como cativar o cliente através de um fantástico atendimento. 112ª edição. Salvador: Casa da Qualidade, 2001.

DRUCKER, Peter Ferdinand. **Administrando para o futuro:** os anos 90 e a virada

do século. 2ª edição. São Paulo: Pioneira, 1992.

EFING, Antônio Carlos. **Bancos de dados e cadastro de consumidores.** São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002.

ELTZ, Fabio. in ALMEIDA, Sérgio. **Ah! Eu não acredito!:** como cativar o cliente através de um fantástico atendimento. 112ª edição. Salvador: Casa da Qualidade, 2001.

GALLIANO, Alfredo Guilherme. **O método científico:** teoria e prática. São Paulo: Harbra, 1979.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 3ª edição - São Paulo: Ed. Atlas, 1996.

GRION, Laurinda da Silva; PAZ, Sebastião. **Manual prático para secretárias comissários e modelos.** São Paulo: Érica, 1998.

HAMMONDS, Bruce. in ALMEIDA, Sérgio. **Ah! Eu não acredito!:** como cativar o cliente através de um fantástico atendimento. 112ª edição. Salvador: Casa da Qualidade, 2001.

HEIL, Grary in ALMEIDA, Sérgio. **Ah! Eu não acredito!:** como cativar o cliente através de um fantástico atendimento. 112ª edição. Salvador: Casa da Qualidade, 2001.

LEONI, Geraldo; LEONI, Evandro Geraldo. **Cadastro, crédito e cobrança.** 3ª edição. São Paulo: Ed. Atlas, 1998.

LEFAUVE, Skip. in ALMEIDA, Sérgio. **Ah! Eu não acredito!:** como cativar o cliente através de um fantástico atendimento. 112ª edição. Salvador: Casa da Qualidade, 2001.

LEVITT, Theodore. in ALMEIDA, Sérgio. **Ah! Eu não acredito!:** como cativar o cliente através de um fantástico atendimento. 112ª edição. Salvador: Casa da Qualidade, 2001.

LUFT, Celso Pedro. **Minidicionário Luft.** 1ª edição. São Paulo. Atica 2001.

MAGAZINE, Fortune. in ALMEIDA, Sérgio. **Ah! Eu não acredito!:** como cativar o cliente através de um fantástico atendimento. 112ª edição. Salvador: Casa da Qualidade, 2001.

MÁTTAR, João Augusto. **Filosofia e ética na administração.** São Paulo: Saraiva, 2004.

MELO, Ivo Soares. **Administração de sistemas de informação.** São Paulo: Thomson, 1999.

MEDEIROS, João Bosco; HERNANDES, Sonia. **Manual da secretária**. 3ª edição - São Paulo: Ed. Atlas, 1988.

MEDEIROS, João Bosco; HERNANDES, Sonia. **Manual da secretária**. 9ª edição. São Paulo: Atlas, 2004.

MEDEIROS, João Bosco; HERNANDES, Sonia. **Manual da secretária: lei nº 9.261/96 código de ética profissional**. 7ª edição. São Paulo: Ed. Atlas, 1999.

MESSIAS, Lucilene Cordeiro da Silva . **Informação**: um estudo exploratório do conceito em periódicos científicos brasileiros da área de Ciência da Informação. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Filosofia e Ciências – Universidade Estadual Paulista. Marília, 2005. Disponível em:
<http://www.cpap.embrapa.br/teses/online/DST03.pdf> Acessado: 22/09/2014.

NATALENSE, M. Liana Castro. **Secretária Executiva: manual prático**. São Paulo: IOB, 1995.

PEPPERS, Don; ROGERS, Martha in ALMEIDA, Sérgio. **Ah! Eu não acredito!**: como cativar o cliente através de um fantástico atendimento. 112ª edição. Salvador: Casa da Qualidade, 2001.

PIMENTA, Maria Alzira. **Comunicação empresarial**. 3ª edição rev. e ampl Campinas: Alínea, 2002.

PINHEIRO, José Maurício. **Da iniciação científica ao TCC**: uma abordagem para os cursos de tecnologia. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2010.

RIBEIRO, Marly Wild Profissão: **Secretária** 2ª edição – São Paulo: Ortiz,1990.

ROWN, J. Frank. . **O executivo global**: conselhos práticos para o sucesso em um mercado transcultural. Porto Alegre: Bookman, 2008.

SABINO, Rosimeri Ferraz; ROCHA, Fabio Gomes **Secretariado do escriba ao web writer** 1ª edição - Brasport, 2004.

SASSO, Elen silva Fascin. **Facetas da comunicação interna em uma cooperativa de crédito do sul catarinense**. TCC (Graduação em Secretariado Executivo). – UNESC - Universidade do Extremo Sul Catarinense, Criciúma, 2013.

SCHUMACHER, Alexandre José; PORTELA, Keyla Christina **As ferramentas do secretário executivo** 2ª edição – Cuiabá,MT: Dos Autores, 2013.

STONER, James A. F.; Freeman, R. Edward. **Administração**. 5ª edição Rio de Janeiro: LTC- Livros Técnicos e Científicos Editora S.A,1999.

SEWELL, Carl. in ALMEIDA, Sérgio. **Ah! Eu não acredito!**: como cativar o cliente através de um fantástico atendimento. 112ª edição. Salvador: Casa da Qualidade, 2001.

TORQUATO, Gaudêncio. **Comunicação empresarial, comunicação institucional** conceitos, estratégias, sistemas, estruturas, planejamento e técnica. 5ª edição - São Paulo: Summus, 1986.

TSCHOL, Jhon .in ALMEIDA, Sérgio. **Ah! Eu não acredito!:** como cativar o cliente através de um fantástico atendimento. 112ª edição. Salvador: Casa da Qualidade, 2001.

VALENTIM, M. org. **Gestão, mediação e uso da informação** [online]. São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010. Disponível em: <http://books.scielo.org>. Acessado: 22/09/2014.

VIEIRA, Maria Christina de Andrade. **Comunicação empresarial:** etiqueta e ética nos negócios. São Paulo: SENAC-SP, 2007.

ANEXO(S)

ANEXO A – Ficha de Cadastro



Criciúma, ____ de ____ de 20__

A ASCEA, solicita o preenchimento do formulário a seguir de atualização cadastral

Cidade: _____

Trabalho: Autônomo () Empresa ()

Modalidade: _____

Área de especificação:

- _____

- _____

Conforme o anexo A, esse foi o cadastro realizado na pesquisa da coleta de dados, o qual permanece, no ato do cadastramento para associar-se à ASCEA.

Esse cadastro teve e tem como objetivo, obter a informação da área de especificação do profissional. Esta informação é de suma importância, quando um cliente ou um associado solicita um profissional de área específica que preste serviço para determinada especificação.

ANEXO – Cadastros realizados

Modalidade Engenheiro Civil



Criciúma, 29 de maio de 2014

A ASCEA, solicita o preenchimento do formulário a seguir de atualização cadastral

Cidade: Treviso

Trabalho: Autônomo (X) Empresa ()

Modalidade: Engenheiro Civil

Área de especificação:

- Projeto Estrutural
- Fiscalização de Obras



Criciúma, 13 de agosto de 2014

A ASCEA, solicita o preenchimento do formulário a seguir de atualização cadastral

Cidade: Criciúma

Trabalho: Autônomo () Empresa (X)

Modalidade: Engenheira Civil

Área de especificação:

- Avaliação e Perícia
- Auditoria



Criciúma, 11 de junho de 2014

A ASCEA, solicita o preenchimento do formulário a seguir de atualização cadastral

Cidade: Criciúma

Trabalhos: Autônomo () Empresa (X)

Modalidade: Engenheiro Civil

Área de especificação:

- Prevenção Contra Incêndio
- Projetos Hidrossanitários



Criciúma, 4 de julho de 2014

A ASCEA, solicita o preenchimento do formulário a seguir de atualização cadastral

Cidade: Criciúma

Trabalho: Autônomo (X) Empresa ()

Modalidade: Engenheiro Civil

Área de especificação:

- Projeto Civil - Projeto Hidrossanitário
- Projeto Estrutural - Laudos Técnicos



Criciúma, 13 de Maio de 2014

A ASCEA, solicita o preenchimento do formulário a seguir de atualização cadastral

Cidade: Criciúma

Trabalho: Autônomo (X) Empresa ()

Modalidade: Engenheiro Civil

Área de especificação:

- Projeto Civil - Avaliação e Perícia
- Projetos Complementares
- Prevenção Contra Incêndio



Criciúma, 3 de junho de 2014

A ASCEA, solicita o preenchimento do formulário a seguir de atualização cadastral.

Cidade: Criciúma

Trabalho: Autônomo () Empresa (X)

Modalidade: Engenheiro Civil

Área de especificação:

- Edifícios Residenciais - Loteamentos
- Projeto Civil - Execução



Criciúma, 10 de junho de 2014

A ASCEA, solicita o preenchimento do formulário a seguir de atualização cadastral

Cidade: Criciúma

Trabalho : Autônomo (X) Empresa ()

Modalidade: Engenheiro Civil

Área de especificação:

- Auditoria - Avaliação e Perícia



Criciúma, 14 de Agosto de 2014

A ASCEA, solicita o preenchimento do formulário a seguir de atualização cadastral

Cidade: Criciúma

Trabalho: Autônomo () Empresa (X)

Modalidade: Engenheiro Civil

Área de especificação:

- Prevenção Contra Incêndio
- Projetos Hidrossanitários



Criciúma, 29 de maio de 2014

A ASCEA, solicita o preenchimento do formulário a seguir de atualização cadastral

Cidade: Içara

Trabalho: Autônomo (X) Empresa ()

Modalidade: Engenheiro Civil

Área de especificação:

- Projeto Estrutural



Criciúma, 14 de agosto de 2014

A ASCEA, solicita o preenchimento do formulário a seguir de atualização cadastral

Cidade: Criciúma

Trabalho: Autônomo (X) Empresa ()

Modalidade: Engenheira Civil

Área de especificação:

- Prevenção Contra Incêndio



Criciúma, 19 de agosto de 2014

A ASCEA, solicita o preenchimento do formulário a seguir de atualização cadastral

Cidade: Criciúma

Trabalho: Autônomo (x) Empresa (x)

Modalidade: Engenheiro Civil

Área de especificação:

- Construção Civil
- Fiscalização de Obras



Criciúma, 6 de Junho de 2014

A ASCEA, solicita o preenchimento do formulário a seguir de atualização cadastral

Cidade: Criciúma

Trabalho: Autônomo () Empresa (X)

Modalidade: Engenheiro Civil

Área de especificação:

- Fiscalização de Obras
- Projeto Estrutural



Criciúma, 9 de junho de 2014

A ASCEA, solicita o preenchimento do formulário a seguir de atualização cadastral

Cidade: Criciúma

Trabalho: Autônomo (X) Empresa ()

Modalidade: Engenheiro Civil

Área de especificação:

- Docente de Faculdade



Florianópolis, 13 de agosto de 2014

A ASCEA, solicita o preenchimento do formulário a seguir de atualização cadastral

Cidade: Florianópolis

Trabalho: Autônomo () Empresa (X)

Modalidade: Engenheira Civil

Área de especificação:

- Materiais de Construção
- Tecnologia das Construções



Criciúma, 3 de Junho de 2014

A ASCEA, solicita o preenchimento do formulário a seguir de atualização cadastral

Cidade: Siderópolis

Trabalho: Autônomo () Empresa (X)

Modalidade: Engenheiro Civil

Área de especificação::

- Tecnologias Aplicadas na Educação



Criciúma, 13 de agosto de 2014.

A ASCEA, solicita o preenchimento do formulário a seguir de atualização cadastral

Cidade: Criciúma

Trabalho: Autônomo () Empresa (X)

Modalidade: Engenheiro Civil

Área de especificação:

- Execução - Fiscalização de Obras

- Avaliação e Perícias



Criciúma, 7 de agosto de 2014

A ASCEA, solicita o preenchimento do formulário a seguir de atualização cadastral

Cidade: Criciúma

Trabalho: Autônomo (X) Empresa ()

Modalidade: Engenheira Civil

Área de especificação:

- Projeto Civil - Orçamentos

- Fiscalização de Obras



Criciúma, 3 de junho de 2014

A ASCEA, solicita o preenchimento do formulário a seguir de atualização cadastral

Cidade: Criciúma

Trabalho: Autônomo () Empresa (X)

Modalidade: Engenheiro Civil

Área de especificação:

- Gestão da Qualidade e Produtividade

- Avaliação e Perícia



Criciúma, 3 de junho de 2014

A ASCEA, solicita o preenchimento do formulário a seguir de atualização cadastral

Cidade: Criciúma

Trabalho: Autônomo (X) Empresa ()

Modalidade: Engenheiro Civil

Área de especificação:

- Planejamento Civil
- Gerenciamento de Sistemas de Produção



Criciúma, 3 de Junho de 2014

A ASCEA, solicita o preenchimento do formulário a seguir de atualização cadastral

Cidade: Criciúma

Trabalho: Autônomo (X) Empresa ()

Modalidade: Engenheiro Civil

Área de especificação:

- Orçamentos - Execução
- Avaliação e Perícia



Criciúma, 14 de agosto de 2014

A ASCEA, solicita o preenchimento do formulário a seguir de atualização cadastral

Cidade: Criciúma

Trabalho: Autônomo () Empresa (x)

Modalidade: Engenheiro Civil

Área de especificação:

- Projeto Civil - Projeto Estrutural
- Avaliação e Perícia
- Fiscalização de Obras



Criciúma, 19 de agosto de 2014

A ASCEA, solicita o preenchimento do formulário a seguir de atualização cadastral

Cidade: Criciúma

Trabalho: Autônomo () Empresa (X)

Modalidade: Engenheiro Civil

Área de especificação:

- Avaliação e Perícia



Criciúma, 3 de junho de 2014

A ASCEA, solicita o preenchimento do formulário a seguir de atualização cadastral

Cidade: Criciúma

Trabalho: Autônomo () Empresa (X)

Modalidade: Engenheiro Civil

Área de especificação:

- Laudos Técnicos
- Projeto Civil



Criciúma, 3 de junho de 2014

A ASCEA, solicita o preenchimento do formulário a seguir de atualização cadastral

Cidade: Nova Veneza

Trabalho: Autônomo () Empresa (X)

Modalidade: Engenheiro Civil

Área de especificação:

- Projeto Estrutural
- Fundações

Arquiteto e Urbanista



Criciúma, 4 de junho de 2014

A ASCEA, solicita o preenchimento do formulário a seguir de atualização cadastral

Cidade: Criciúma

Trabalho: Autônomo (X) Empresa ()

Modalidade: Arquiteto

Área de especificação:

- Planejamento Arquitetônico
- Mobilidade Urbana



Criciúma, 4 de junho de 2014

A ASCEA, solicita o preenchimento do formulário a seguir de atualização cadastral

Cidade: Criciúma

Trabalho: Autônomo (X) Empresa ()

Modalidade: Arquiteto

Área de especificação:

- Planejamento Arquitetônico
- Fiscalização de Obras - Orçamento

Engenheiro Agrônomo



Criciúma, 7 de julho de 2014

A ASCEA, solicita o preenchimento do formulário a seguir de atualização cadastral

Cidade: Criciúma

Trabalho: Autônomo () Empresa (X)

Modalidade: Engenheiro Agrônomo

Área de especificação:

- Recuperação de Áreas Degradadas
- Tratamento de Resíduos Sólidos
- Domiciliares e Limpeza Pública
- Projeto Agrônomo

Engenheiro de Minas



Criciúma, 29 de maio de 2014

A ASCEA, solicita o preenchimento do formulário a seguir de atualização cadastral

Cidade: Criciúma

Trabalho: Autônomo (X) Empresa ()

Modalidade: Engenheiro Minas

Área de especificação:

- Tratamento de minérios
- Lavra de minas

Engenheiro Eletricista



Criciúma, 3 de Junho de 2014

A ASCEA, solicita o preenchimento do formulário a seguir de atualização cadastral

Cidade: Criciúma

Trabalho: Autônomo () Empresa (X)

Modalidade: Engenheiro Eletricista

Área de especificação:

- Telecomunicações
- Projetos Elétricos Residencial e Industrial



Criciúma, 21 de Julho de 2014

A ASCEA, solicita o preenchimento do formulário a seguir de atualização cadastral

Cidade: Cocal do Sul

Trabalho: Autônomo (X) Empresa ()

Modalidade: Engenheiro Eletricista

Área de especificação:

- Sistema de Distribuição de Energia Elétrica



Criciúma, 3 de Junho de 2014

A ASCEA, solicita o preenchimento do formulário a seguir de atualização cadastral

Cidade: Criciúma

Trabalho: Autônomo (X) Empresa (X)

Modalidade: Engenheiro Eletricista

Área de especificação:

- Projetos Elétricos Residencial e Industrial
- Automação Industrial, Comercial e Residencial

Engenheiro de Automação Industrial



Criciúma, 3 de junho de 2014

A ASCEA, solicita o preenchimento do formulário a seguir de atualização cadastral

Cidade: Criciúma

Trabalho: Autônomo () Empresa (x)

Modalidade: Engenheiro de Automação Industrial

Área de especificação:

- Automação Industrial

Engenheiro de Controle e Automação



Criciúma, 3 de junho de 2014

A ASCEA, solicita o preenchimento do formulário a seguir de atualização cadastral

Cidade: Criciúma

Trabalho: Autônomo () Empresa (X)

Modalidade: Engenheiro de Controle e Automação

Área de especificação:

- Engenharia de Petróleo

Engenheiro Ambiental



Criciúma, 23 de Maio de 2014

A ASCEA, solicita o preenchimento do formulário a seguir de atualização cadastral

Cidade: Criciúma

Trabalho: Autônomo () Empresa (X)

Modalidade: Engenheira Ambiental

Área de especificação::

- Licenciamentos Ambientais - ISSO 14001
- Estudo Ambiental Simplificado
- Auditoria Ambiental e Perícia Ambiental
- Plano de Gerenciamento de Resíduos Sólidos



Criciúma, 29 de maio de 2014

A ASCEA, solicita o preenchimento do formulário a seguir de atualização cadastral

Cidade: Morro da Fumaça

Trabalho: Autônomo (X) Empresa ()

Modalidade: Engenheira Ambiental

Área de especificação:

- Fitorremediação
- Energias Renováveis
- Gestão Energética



Criciúma, 29 de maio de 2014

A ASCEA, solicita o preenchimento do formulário a seguir de atualização cadastral

Cidade: Criciúma

Trabalho: Autônomo () Empresa (X)

Modalidade: Engenheira Ambiental

Área de especificação:

- Licenciamentos Ambientais
- Educação ambiental
- Plano de Gerenciamento de Resíduos
- Auditoria Ambiental e Perícia Ambiental



Criciúma, 29 de maio de 2014

A ASCEA, solicita o preenchimento do formulário a seguir de atualização cadastral

Cidade: Criciúma

Trabalho: Autônomo () Empresa (X)

Modalidade: Engenheiro Ambiental

Área de especificação:

- Processos Erosivos - Geoprocessamento
- Serviços Ecosistemicos
- Recuperação de Areas Degradadas e Contaminadas

Técnico em Edificações



Criciúma, 20 de maio de 2014

A ASCEA, solicita o preenchimento do formulário a seguir de atualização cadastral

Cidade: Criciúma

Trabalho: Autônomo (X) Empresa ()

Modalidade: Técnico em Edificações

Área de especificação:

- Projeto Edificações
- Regularização
- Orçamento
- Fiscalização de Obras