

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO GERAL E APLICADA
CENTRO DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO
CURSO DE GESTÃO PARA CHEFIAS OPERACIONAIS DOS CORREIOS**

RELAÇÕES HUMANAS NO TRABALHO

**Autores: Elizabete Fátima T. Capelli
Jurema Deolinda dos Santos**

Orientador: Sérgio Bulgacov

**DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO GERAL E APLICADA
CENTRO DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO
CURSO DE GESTÃO PARA CHEFIAS OPERACIONAIS DOS CORREIOS**

RELAÇÕES HUMANAS NO TRABALHO

**Autores: Elizabeth Fátima T. Capelli
Jurema Deolinda dos Santos**

Projeto técnico apresentado à Universidade Federal do Paraná para obtenção do certificado de extensão universitária do Curso de Gestão para Chefias Operacionais do Correios.

Orientador: Sérgio Bulgacov

CURITIBA - 1998

AGRADECIMENTOS

Uma proposta metodológica que vise à melhoria dos nossos serviços só pode ser o resultado de busca e reflexão em conjunto.

Agradecemos o incentivo constante da Diretoria Regional dos Correios do Paraná, por nos ter proporcionado a oportunidade deste aprendizado.

Agradecemos carinhosamente às nossas famílias pela dedicação e apoio no decorrer do curso.

SUMÁRIO

RELAÇÕES HUMANAS NO TRABALHO

CAPÍTULO I - INTRODUÇÃO.....	1
1.1 - Objetivos do projeto.....	1
1.2 - Justificativa do projeto.....	1
1.3 - Restrições.....	2
1.4 - Metodologia.....	2
CAPÍTULO II - REVISÃO TEÓRICO-EMPÍRICA.....	3
2.1 - Pessoas são um presente.....	3
2.2 - O fator humano na organização empresarial.....	4
2.3 - Interação humana.....	7
2.4 - Relacionamento no trabalho.....	8
2.5 - Conhecimento da empresa.....	9
2.6 - A organização e o público.....	10
2.7 - A imagem da organização.....	10
2.8 - Qualidade.....	11
2.9 - Cliente.....	14
2.10 - Liderança.....	1

CAPÍTULO III - A EMPRESA.....	17
3.1 - História da empresa.....	17
3.2 - Bases Físicas.....	19
3.3 - Produtos e Serviços dos Correios.....	20
3.3.1 - Filatelia.....	20
3.3.2 - Serviços de Mala Direta.....	20
3.3.3 - Produtos.....	24
3.3.4 - Serviços de Encomendas.....	27
3.3.5 - Serviços Especiais e Convênios.....	29
3.3.6 - Serviços de Malotes.....	30
3.3.7 - Serviços Postais.....	33
3.3.8 - Serviços Telemáticos.....	36
3.3.9 - Serviços Telemáticos Adicionais.....	39
3.3.10 - Serviços de Utilidade Pública.....	39
CAPÍTULO IV -ANÁLISE DA SITUAÇÃO.....	41
4.1 - Pequenos conflitos.....	42
CAPÍTULO V - PROPOSTA.....	43
5.1 - Relações humanas no trabalho e suas implicações produtivas.....	43
5.2 - Procedimentos.....	44
5.3 - Implantação.....	44
5.4 - Recursos.....	44
5.5 - Resultados esperados.....	44
5.6 - Riscos.....	45
CAPÍTULO VI - CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÕES.....	46
ANEXOS.....	48
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	54

CAPÍTULO I

INTRODUÇÃO

1.1 - Objetivos do projeto

- Objetivo Geral:

Observar habilidades de Relações Humanas no Trabalho, suas conseqüências para satisfação profissional e atendimento ao cliente nas agências de correios.

- Objetivos Específicos:

- a) Analisar as habilidades de recursos humanos no trabalho e suas conseqüências.
- b) Melhorar a relação entre empresa e usuário.
- c) Valorização do ser humano.
- d) Melhorar a imagem da organização perante o público.
- e) Questionário para diagnosticar a realidade da Agência de Francisco Beltrão.

1.2 - Justificativa do projeto

Decidiu-se focar Relações Humanas no Trabalho pelos motivos:

- a) É importante e necessário para a Empresa de Correios e Telégrafos um bom relacionamento entre funcionários e clientes.
- b) Oferecer um serviço de maior qualidade em relação à concorrência.
- c) Ter um bom relacionamento entre os funcionários.
- d) Necessidade de treinamentos para gerar mudanças de comportamentos.
- e) A importância de funcionários criativos e com conhecimento para atuar em diversos setores.

f) É imprescindível a implantações de ações e procedimentos para intensificar vínculos de simpatia entre os colegas.

1.3 - Restrições

- As dificuldades que encontramos para elaborar o trabalho foram referentes às pesquisas bibliográficas (poucas em disponibilidade).

- Acúmulo de trabalho, reduzindo o tempo de estudos (só em finais de semana).

1.4 - Metodologia

A pesquisa caracteriza-se como descritivo-qualitativa. A estratégia é o Estudo de Caso obedecendo os seguintes procedimentos:

- Verificação do tema a ser investigado
- Definição do problema e objetivos
- Pesquisa bibliográfica
- Estudos dos serviços da Empresa
- Pesquisa de campo, entrevistando clientes pessoalmente e por telefone.
- Organização do relatório
- Elaboração da análise e conclusão

CAPÍTULO II

REVISÃO TEÓRICO - EMPÍRICO

2.1 - Pessoas são um presente

Vamos falar sobre gente, de pessoas. Existe, acaso, algo mais espetacular do que gente?

Pessoas são um presente.

Algumas vêm em embrulho bonito, como os presentes de Natal, Páscoa ou festa de aniversário. Outras vêm em embalagem comum. E há as que ficaram machucadas no correio...

De vez em quando chega uma *registrada*. São os presentes valiosos. Algumas pessoas trazem invólucros fáceis. De outras é difícilíssimo, quase impossível tirar a embalagem. É fita durex que não acaba mais... Mas... a embalagem não é o presente. E tantas pessoas que enganam, confundindo a embalagem com o presente.

Por que será que alguns presentes são tão complicados para a gente abrir?

Talvez porque dentro da bonita embalagem haja muito *pouco valor*. E bastante vazio, bastante solidão. A decepção seria grande.

Conteúdo interno é o segredo para quem deseja tornar-se *presente* aos irmãos da estrada e não apenas *embalagem*...

A verdadeira alegria, que a gente sente e não consegue descrever, só nasce no verdadeiro *encontro com alguém!*

Fonte: “As flores do caminho”.

Atílio Hartmann e Roque Schneider

2.2 - O Fator humano na organização empresarial

Sabe-se que, para uma empresa formar-se e progredir dentro do plano de produção a que se destina, existe uma série de fatores que devem funcionar com o mínimo possível de falhas. Dentre todos esses fatores, o mais importante, indiscutivelmente, é o fator humano. De fato, pouco adianta aos empreendedores construir uma fábrica magnífica, dentro dos máximos rigores da técnica e procurarem estabelecer uma organização eficiente sem se descuidarem do homem e de seu papel na estrutura da empresa.

As mais perfeitas máquinas e melhores condições técnicas de trabalho não impedirão uma empresa de fracassar, se os homens que nela trabalham fracassarem. Mesmo o trabalho do mais humilde operário é importante para o progresso da empresa porque esta, a fim de ser socialmente útil e economicamente compensadora, deve funcionar como um conjunto harmônico, com uma reunião de esforços bem conduzidos. A qualidade de uma empresa está calçada na qualidade de seus funcionários.

Existe uma porção de maneiras de se fracassar e todas, naturalmente, devem ser evitadas. Para tal, o primeiro pensamento das pessoas ligadas ao funcionamento da empresa deve ser dirigido para a capacidade dos trabalhadores. E essa é uma conduta indispensável, pois apenas homens capazes poderão ser empregados eficientes. Assim cuida-se da seleção de pessoal e de sua orientação profissional, de seu ajustamento ao ambiente de trabalho (com relação ao trabalho propriamente dito, com relação aos companheiros e com relação à empresa), de maneira que ele seja não apenas teoricamente eficiente, mas também um homem satisfeito com sua profissão.

Outro ponto que não se deve descuidar é o relacionamento do indivíduo em seu ambiente de trabalho no que diz respeito à interação funcionário - funcionário e funcionário-supervisor. Para que esta relação se faça de maneira adequada, principalmente entre supervisor e funcionários, é necessário que o primeiro tenha uma visão dos fatores que atuam no indivíduo dentro da empresa.

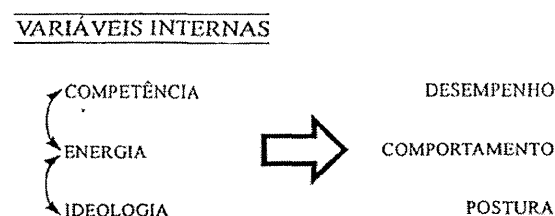
O comportamento das pessoas dentro de uma organização depende dos fatores internos (decorrentes de suas características de personalidade, como capacidade de

aprendizagem, de motivação, percepção do ambiente interno e externo, atitudes, emoções, valores, etc.) e externos (decorrentes das características organizacionais, como sistema de recompensas e punições, de fatores sociais, políticos, de coesão grupal existente, etc.)

Todavia, dentre os fatores externos ou ambientais que influenciam o comportamento das pessoas, podem-se incluir as pressões do chefe, as influências do colegas de trabalho, as mudanças na tecnologia utilizada pela organização, as demandas e pressões da família, os programas de treinamento e desenvolvimento empregados pela organização, as condições ambientais físicas e sociais, etc.

O comportamento humano é complexo e multidimensional e resulta da inter-relação das variáveis internas e externas, sendo que nenhuma delas, isoladamente, determina a ação.

- Variáveis internas



Três conjuntos interdependentes de variáveis internas influem no comportamento humano: competência, energia e ideologia.

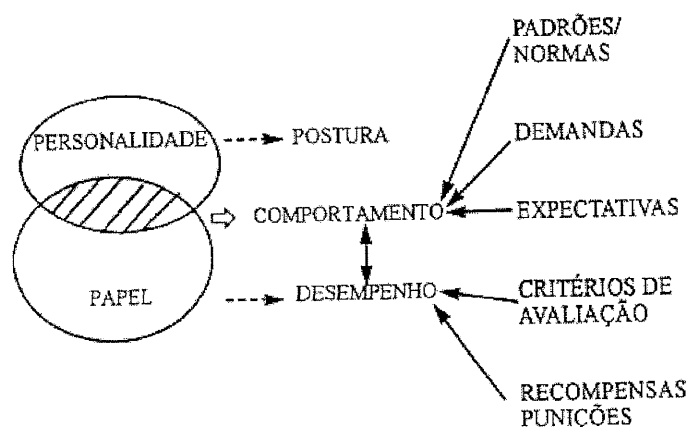
A *competência* compreende aspectos intelectuais inatos e adquiridos, conhecimentos, capacidades, experiência, maturidade. Uma pessoa competente executa ações adequadas e hábeis em seus afazeres, em sua área de atividade.

A *energia biopsíquica* manifesta-se no nível de intensidade e na extensão temporal de atividade física e mental, nas emoções e sentimentos, nas características de temperamento e humor. A mobilização e direcionamento para uma certa atividade é a própria motivação

do comportamento, ligada a carências internas, desejos e fatores externos.

A *ideologia* abrange um conjunto de idéias e princípios hierarquizados, com lastro em valores sociais, políticos, religiosos e filosóficos que influenciam a percepção, o raciocínio, o julgamento, as decisões.

- Variáveis Externas



Comportamento, desempenho e posicionamento resultam da interação desses três subsistemas entre si e com os sistemas externos.

Comportamento é a designação genérica da conduta do indivíduo. Desempenho é comportamento qualificado que atende a certas especificações de uma atividade correspondente ao papel social.

O posicionamento concerne mais à visão e às atitudes gerais da pessoa em relação a questões valorativas de interpretação e julgamento ético, moral, ideológico.

Padrões e normas, demandas, expectativas, critérios de avaliação, recompensas e punições figuram entre as variáveis externas do comportamento.

As demandas que nos são feitas são atendidas de algum modo, bem como as expectativas dos outros. Nosso comportamento é modelado, em grande parte, por esses fatores e, em especial, pelas expectativas alheias. E quanto maior o vínculo efetivo com a pessoas maior a motivação para atender às suas expectativas.

Recompensas e punições exercem grande influência em nossos comportamentos, estimulando alguns a se repetirem e desencorajando outros a se manifestarem.

Os critérios de avaliação, previamente informados, também afetam a conduta para a consolidação de determinado desempenho social ou profissional.

Cada pessoa cumpre vários papéis sociais na vida real. Suas características de personalidade mesclam-se às variáveis externas no desempenho de cada papel, dando a este um colorido ou 'marca' absolutamente singular.

A educação, como processo fundamental de socialização, tende a fazer-nos semelhantes para ajustamento à cultura da qual somos parte. Somos, por conseguinte, semelhantes e também diferentes na mesma cultura global, embora compartilhando hábitos, atitudes, valores, normas de conduta .

“As pessoas constituem o mais valioso dos recursos da organização
“CHIAVENATO”, 1995.

2.3 - Interação humana

O processo de interação humana está presente em toda a organização e é o que mais influi no rumo das atividades e nos seus resultados.

Como conviver com os outros, principalmente no trabalho, sem entender o comportamento de cada um, sem captar as influências recíprocas, e até sem discriminar certos aspectos do seu próprio comportamento?

O que mais parece perturbar a compreensão do comportamento humano nas organizações é a insistente tendência de abordagem predominantemente racional. No ambiente de trabalho, supõe-se que a interação se dê de acordo com um esquema inteligível de ação, isto é, que as pessoas façam o que se espera delas. Entretanto, as pessoas nem sempre fazem ou dizem o que é esperado, e deixam os outros surpresos e confusos com algumas de suas respostas ou atos insólitos.

Incontestavelmente, os seres humanos não funcionam à feição de máquinas isoladas dispostas lado a lado. A interação entre eles afeta o funcionamento de cada um e de todos,

alterando assim o que poderia constituir o ‘desempenho previsto ou esperado’, individual ou coletivo.

Nas empresas, a interação humana acontece em dois níveis distintos, porém concomitantes e interdependentes: o da tarefa e o sócio-emocional. O da tarefa é o das atividades visíveis, observáveis, acordados. O nível sócio-emocional é o das sensações e sentimentos variados, já existentes ou gerados pela própria convivência e atividades no grupo. CURITIBA, 1998.

Berneamino (1996) Existe um vasto potencial humano não explorado em cada organização. O caminho para a utilização plena deste potencial possa por uma revolução no modo de pensar e de agir e que coloca o ser humano no foco das atenções. Assim, é imprescindível que cada um assuma a responsabilidade em sua própria micro-esfera de atuação, para que o somatório destes esforços consolide uma mudança significativa nos resultados gerais da coletividade.

2.4 - Relacionamento no trabalho

Qual o modelo desejável de relações interpessoais no trabalho, na empresa moderna? Que tendências são observadas no relacionamento entre os membros de um grupo organizacional?

Sob uma perspectiva democrática de gestão participativa, preconizam-se interpessoais de coesão, cooperação, harmonia no grupo. Essas formas de interação facilitam as tarefas conjuntas, a produtividade e a qualidade.

Mas o comportamento humano não é programável de modo simplista, consoante um modelo teórico. As variáveis em questão são pessoas vivas, complexas, que manifestam atitudes, valores, sentimentos, experiências, competências e motivações variegadas individualmente. Além disso, já existem relacionamentos interpessoais em função de componentes efetivos de poder, do tempo de interação e do contexto específico.

O relacionamento interpessoal entre o líder e os membros do grupo é um dos fatores mais relevantes na facilitação ou obstância de um clima de confiança, respeito e afeto que

possibilite relações de harmonia e cooperação. As relações dos membros entre si e com o líder determinam as verdadeiras possibilidades de trabalho conjunto produtivo.

Vale enfatizar, reiteradamente, que as relações interpessoais no grupo são tão ou mais importantes do que a qualificação individual para as tarefas. Se os membros relacionam-se de maneira harmoniosa, com simpatia e afeto, as probabilidades de colaboração aumentam muito, a sinergia pode ser atingida e resultados produtivos surgem de modo consistente.

Segundo WEIL (1971), sendo o grupo composto de indivíduos, é evidente que os resultados de uma organização depende das atitudes dos membros do grupo.

E para que o grupo tenha êxito, são várias as condições necessárias ao indivíduo.

- A simpatia - condição individual indispensável ao trabalho coletivo.

- Preparo do indivíduo, uma pessoa bem preparada que tenha um perfeito entendimento entre os membros do grupo, conscientes das dificuldades e com capacidade para superá-las.

- Interesse pelas atividades no grupo, elevando a equipe a um rendimento máximo, graças à ajuda recíproca.

2.5 - Conhecimento da empresa

A empresa de Correios e Telégrafos é entendida como um grupo que tem atividades específicas visando determinados objetivos organizacionais.

Para que haja harmonia e crescimento pessoal e empresarial, é importante que cada pessoa conheça a empresa em que trabalha, sua dinâmica como um todo, atividades políticas próprias, filosofia de trabalho, produtos ou serviços que oferecem, tipo de clientela que atinge, etc...

A forma como as empresas são compostas e organizadas, varia em estrutura tamanho, finalidade, direitos e obrigações.

Conhecer, entender e participar do ambiente de trabalho é básico para prestação de um serviço de qualidade.

2.6 - A organização e o público

A sociedade moderna é uma sociedade de organizações. Elas fazem parte do ambiente onde o homem trabalha, recreia, estuda, consome, etc.

As organizações permitem satisfazer diferentes tipos de necessidades dos indivíduos: emocionais, espirituais, intelectuais, econômicas, etc. Na realidade, as organizações existem para cumprir objetivos que os indivíduos isoladamente não podem alcançar.

O relacionamento organização x público deve ser o mais satisfatório e eficiente possível.

Para informar, orientar e servir ao público é importante que o funcionário conheça bem a sua empresa e saiba representá-la a contento.

Ao interagir com o público, além de dispender o máximo de atenção ao atendimento, deve-se estar sempre atualizado sobre todas as informações necessárias à prestação de serviços de excelente qualidade, principalmente sobre:

- os objetivos principais da organização
- os produtos e/ou serviços que oferece ao público
- a forma de se utilizar e ter acesso aos serviços prestados pela empresa
- filosofia de trabalho da empresa
- cronograma ou estrutura formal dos setores
- hierarquia dos cargos da empresa
- dinâmica de trabalho
- nome das pessoas que respondem pelos setores
- atividades específicas dos setores

2.7 - A imagem da organização

Construir uma imagem positiva junto ao público é um dos requisitos que as organizações procuram desenvolver. Elas buscam compreensão, simpatia e opinião favorável da sociedade.

Toda pessoa que represente uma organização, transmite através de sua atitude, uma imagem profissional que será identificada pelo público.

O atendente de público precisa lembrar que é uma pessoa fundamental na formação do conceito da organização em que trabalha, pois é o elo de ligação com o público.

Neste sentido, cada um dos membros que compõem o grupo, torna-se responsável pela sua imagem e, transmite isso através de vários aspectos, tais como:

- apresentação pessoal
- expressão corporal
- uso adequado da linguagem
- tratamento dado às pessoas
- segurança na transmissão de informações
- rapidez e eficácia no atendimento
- ética profissional

É neste contato interpessoal que se processa a formação de uma opinião. Dizemos que a reação do público, em maior ou menor grau, positiva ou negativamente, a uma informação é a opinião propriamente dita.

Em outras palavras, podemos dizer que a opinião fica condicionada pela receptividade, a uma reação dada ao público. E esta receptividade depende de vários fatores:

- Biológicos: inteligência, saúde, maturidade constitucional, temperamento, etc.
- sociais: tradição, costumes, valores éticos, nível sócio-econômico, etc.
- psicológicos: conhecimento, efetividade, expectativas emocionais, etc.

2.8 - Qualidade

Independentemente da definição e do método escolhido, há um fator que atinge a unanimidade entre aqueles que têm seriamente buscado o caminho da excelência: a base do trabalho está no Homem. Isto ocorre porque é o Homem que gera os recursos materiais e os métodos de trabalho, ficando estes, portanto, subordinados ao seu desempenho.

Considerando que isso não ocorre por acaso, esse passa a ser um fator preponderante a ser gerenciado na organização.

Outro ponto é a criatividade, que sofre grande influência do contexto social e do ambiente de trabalho para que possa ser colocada uma prática, já que potencialmente está presente.

Há, portanto, outro aspecto a ser considerado nas soluções que T & D pode trazer à empresa, quando do desenvolvimento de um ambiente que possibilite ao pessoal experimentar nas fórmulas e enfrentar os riscos advindos desse processo.

Segundo a *Revista Correio Hoje*, (1995) “A Realidade ensina que nenhuma empresa poderá ser competitiva se não mostrar qualidade naquilo que faz e se não corresponder às expectativas de seus clientes. A qualidade é essencial como um todo, tanto na produção como na prestação de serviços. Na opinião de Hebe, “os desafios de competitividade de hoje exigem cada vez mais das empresas maior qualidade e produtividade”. Características como iniciativa, vontade de realizar, energia, objetivos, assumiram valores tão importantes quanto o conhecimento técnico e a experiência.

A qualidade total está diretamente relacionada às pessoas e a sua cultura, educação e principalmente em relação aos seus valores.

- PESSOA
- comportamentos e atitudes, crenças e valores
 - aptidão, competência e motivação
 - conhecimento
 - estrutura, processo, sistema
 - qualidade

Todos processos de qualidade, para terem êxito, é fundamental que se estimule um clima de *negociação e parceria*, que envolve:

- Objetivo comum
- Comprometimento mútuo
- Confiança
- Troca de benefícios (processo ganha-ganha)

- Bom relacionamento
- Bons serviços / programa de melhoria

Para se implantar qualidade é importante que se considere:

- Identificação do cliente
- Parâmetro de qualidade
- Padrões de qualidade
- *Ciclo de controle e melhoria*

Nesse panorama é importante destacar o perfil do profissional:

- Senso de equipe
- Transferência do conhecimento
- Flexibilidade do modelo
- Potencial de decisão
- Versatilidade do profissional
- Alta capacitação

“Qualidade não é um fim em si mesmo. Ela é e deve ser vista rigorosamente unida com eficiência e rentabilidade”. (NORMANN, 1993)

Mecanismos de *feedback* podem ser construídos no sistema de serviço, tornando um clima de apoio e reforço mútuo entre cliente e funcionário, satisfazendo todas as partes envolvidas, por isso a importância dos mecanismos que modifiquem a estrutura de pessoas para a melhorias de qualidade.

Para tratar clientes, às vezes com tipo especial de personalidade, exige muito equilíbrio emocional. Para dirigir a qualidade na linha de frente, o propósito geralmente identificar e reforças mecanismos que conduzam a círculos positivos; para a retaguarda são exigidas estratégias alternativas.

A melhoria de qualidade em uma organização de serviço deve partir da administração.

Por outro lado, a idéia de programas de melhoria de qualidade partindo de funcionários, também é válida.

Produtividade e qualidade de serviço são baseadas em algum tipo de inovação

social, maneiras criativas de unir pessoas e equipamentos e focalizar a energia humana, tornando uma prestação de serviço satisfatória e eficaz.

Segundo (CHIAVENATO, 1995, P. 441) De todos os recursos organizacionais, os únicos capazes de autodireção e de desenvolvimento são os recursos humanos. São recursos vivos e como tal têm uma enorme aptidão para o crescimento. O treinamento é, portanto, um processo educacional para gerar mudanças de comportamento. Seu conteúdo pode envolver transmissão de informações, desenvolvimento de habilidades, de atitudes e de conceitos.

2.9 - Cliente

Só existe empresa se existir clientes que se utilizam dos serviços.

“O cliente quer e merece ser tratado como se fosse o senhor do universo”. (JEAN ROZWADOWSKI, Revista Exame Setembro. 1.992).

Para que isso aconteça a empresa deve estar em constante transformação, melhorando sempre seus serviços, objetivando um atendimento superior em relação a concorrência e ter uma infra-estrutura operacional que atenda as necessidades do usuário.

“Ganharão o jogo as empresas que têm como exceder as expectativas de seus clientes”.

(Apostila de Marketing Básico, Prof. Zaki Akel Sobrinho, 1.996).

Para que o cliente seja bem tratado é necessário treinamento visando alterar a cultura interna e proporcionar capacitação para execução do serviço com qualidade. “Não existe empresa nota 10 com empregados nota 5”. (Revista Exame, Setembro 1.992)

Deve-se considerar que a tensão e exigência dos cargos de serviço exige que a pessoa certa esteja no cargo adequado desde o início, pois o relacionamento com o cliente é extremamente importante. Esse evento social, cuja dinâmica e resultados são determinadas em grande extensão pela experiência, disposição e expectativa do pessoal de contacto e do cliente.

Tem sido mostrado que a qualidade experimentada por um cliente aumenta se um

clima positivo, aberto e orientado para o serviço permeia a empresa de serviços e é excluído ao cliente.

A citação acima serve para definir uma visão básica de qualidade.

Qualidade é uma filosofia geral, e modo de pensar, construídas em todas as organizações, a filosofia dos sistemas de serviços baseadas em inovações sociais, uma filosofia existencial.

“Qualidade e excelência não se aplicam apenas ao produto, mas também a preços, segurança, planejamento, administração, relações humanas e ao sistema total de produção ou entrega”. (NORMANN, 1992)

2.10 - Liderança

“O líder é uma pessoas que faz com que cada um descubra o melhor de si mesmo em benefício de todos” - John Kennedy

A procura de um líder é um ato natural do ser humano, o qual tem raízes muito profundas. Desde as sociedades tribais os homens tiveram chefes. No nascimento, a criança passa a ser liderada por seus pais, professores e finalmente pelos grupos profissional, religioso, recreativo, etc.

A busca de maior autonomia, de maior liberdade é a motivação profunda do homem e da sociedade. A tarefa principal do líder é fazê-lo passar de autônomo a homem consciente de suas responsabilidades e da sua posição no mundo.

Além desta necessidade básica de ser dirigido, a liderança também é necessária para alcançarmos os objetivos comuns dos grupos. É preciso que haja pessoas que distribuam as responsabilidades, que coordenem os esforços dos indivíduos e determinem o melhor caminho a seguir. O líder é a peça mestra, catalisadora das energias individuais.

Líder é todo indivíduo que, graças à sua personalidade, dirige um grupo social, com a participação espontânea de seus membros. O chefe se contenta com tarefas, o líder consegue entusiasmo, interesse pelo trabalho e cooperação.

Assim, *chefiar* é simplesmente fazer um grupo funcionar para que sejam atingidos determinados objetivos. Há apenas chefia quando se trata de autoridade imposta.

Liderar é a habilidade de exercer influência e ser influenciado pelo grupo, através de um processo de relações interpessoais adequadas para a conservação de um ou mais objetivos comuns a todos os participantes. Há liderança quando existe autoridade consentida, isto é, quando o grupo acata a autoridade do líder.

CAPÍTULO III

A EMPRESA

3.1 História da Empresa

Sua história remonta aos mais antigos impérios do Oriente. A primeira Bíblia já faz referência, no livro de Jó, a um serviço regular de correios egípcios, nos tempos da XII Dinastia. Com o tempo, os serviços de entrega de mensagens foram-se aperfeiçoando e, já no Império Romano, atingiram elevado grau de eficiência. Atribui-se a Augusto a instituição dos correios romanos. As famosas estradas estratégicas facilitaram bastante o serviço.

Apesar das freqüentes guerras na Idade Média, o sistema de comunicação evoluiu. Com o surto de desenvolvimento das grandes rotas comerciais da Europa, foi-se formando, uma vasta rede de mensageiros e de malas-postais.

A primeira organização de mensageiros particulares foi dando lugar a instituições de caráter oficial, na França a iniciativa deste controle data de 1464 atribuída a Luiz XI. Entre os ingleses, o serviço postal surgiu em 1591 com a proclamação da Rainha Elizabeth I, Thomas Witherings em 1635, reorganizou os correios.

O primeiro sistema de correios norte-americano foi legalizado pela Corte de Massachusetts, em 1639. Pouco depois, em 1653, Luiz XIV introduziu na França a tarifa postal.

Por volta de 1670, a Inglaterra e a França estabeleceram a mala bissemanal entre Paris e Londres, bem como o correio mensal regular, remodelado em 1691.

Sob a direção e organização feita por Benjamim Franklin, o correio dos E.U.A. prosperaram e foram feitas novas reformas.

A primeira mala-postal da Inglaterra entrou em serviço regular em 1784, e durante

56 anos, tornou-se comum na comunidade o sistema de tarifas na base da distância e do número de folhas de papel.

Em 5 de maio de 1840, a Inglaterra emitiu o primeiro selo postal do mundo, de cor preta e com o valor de um “penry”, tendo a esfinge da Rainha Vitória. O segundo país a emitir selos postais para todo o seu território foi o Brasil, em 1841. Somente em agosto de 1846 os E.U.A. apresentaram o primeiro selo para todo o território.

Em 1874, no Congresso de Berna, Suíça, fundou-se a União Postal Universal com a participação de 22 países, incluindo toda a Europa, os E.U.A e o Egito.

No Brasil o início das operações data de 1663, o funcionamento oficial do correio Geral do Rio de Janeiro iniciou em 1798, as caixas postais criaram-se em 1801.

A primeira organização dos serviços de correios no Brasil data de 1829, por iniciativa do Governo Imperial, em 30 de novembro de 1841 foi assinada a lei nº 43 que autorizava a reforma dos serviços e instituía o uso de selos de 30,60 e 90 réis, que se tornara conhecido com o nome de “Olho de Boi”. Em 1927 estabelecida a primeira linha aérea regular de correios. Tornou-se o Departamento de Correios e Telégrafos com a fusão da Repartição Geral dos Correios e da Repartição dos Telégrafos em 1931.

Em 1950 é criado o Correio Aéreo Nacional, sucessor do Correio Aéreo Militar, que realizara seu primeiro vôo em 1931.

Na capital da república, o serviço passou a ser executado em automóveis da instituição, que além da rapidez na entrega, tornava-se mais barato.

Com a Revolução de 30, mudanças foram instauradas no Brasil pelo governo de Getúlio Vargas.

A partir de então houve a junção da Diretoria-Geral dos Correios com a Repartição-Geral dos Telégrafos, originando o Departamento de Correios e Telégrafos DCT.

Foi criada em 20 de março de 1969, através do Decreto-Lei nº 509, estando vinculada ao Ministério das Comunicações.

Através desta mudança efetivou-se uma completa reformulação administrativa.

Foram criados os Centros de Triagem Automáticos, inicialmente em Brasília e mais tarde no Rio de Janeiro, São Paulo e Bahia.

Foi implantado o Serviço Especial de Entrega de Documentos - SEED, onde empresas contam com um serviço especial de coleta e distribuição a domicílio.

Para atingir maior rapidez na entrega de correspondências, foi instituído o Código de Endereçamento Postal - CEP, onde cada localidade é identificada por números pré-fixados.

Em 1974, foi implantada a Rede Postal Noturna que interliga várias capitais por aviões a jato.

A criação de Centros de Distribuição Domiciliária, direcionou e otimizou ainda mais o trabalho realizado pelos carteiros, que passaram a ter percursos delimitados.

Desde sua implantação, a ECT vem continuamente aprimorando-se em tecnologia e metodologia de trabalho, visando desempenhar suas funções com qualidade e responsabilidade para melhor atender seus clientes.

A ECT leva seus serviços a 150 milhões de brasileiros, suprimindo suas múltiplas necessidades de comunicação.

Em 1970 criou-se a Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos, vinculada ao Ministério das comunicações, que substituiu o D.C.T.

3.2 Bases Físicas

A E.C.T. tem 5.375 Agências próprias e 1676 Agências franqueadas, aptas a receber postagens de encomendas, em todo o País, chegando aos mais remotos locais;

Uma rede aérea composta por 58 aeronaves fretadas exclusivamente para o transporte diário;

Um efetivo de 25 mil carteiros que percorrem os domicílios brasileiros diariamente;

Rede Postal Fluvial interligando os mais longínquos pontos da Amazônia, através da sua vasta bacia hidrográfica, com o resto do país, tornando-se um transporte regular de cargas na região;

Utilização de frota própria, com mais de 11 mil veículos para transporte e entrega das encomendas através das LTNs (Linhas Troncos Nacionais), LTRs (Linhas Troncos

Regionais) e LCEs (Linhas de Coleta e Entrega-urbana);

Nos locais não servidos pela rede própria a E.C.T. depende do transporte das LAS (Linhas Auxiliares de Superfície-ônibus).

3.3 Produtos e serviços dos correios

3.3.1 Filatelia

A E.C.T. comercializa vários produtos de interesse filatélico, como por exemplo, o Selo e o Bloco Comemorativos, que registram fatos, datas ou eventos históricos, bem como aspectos variados da cultura brasileira e de repercussão em níveis nacional e internacional.

Numa Coleção de Selos você encontra: esportes, preservação do meio ambiente, história, riquezas, homenagem a grandes personalidades e outros assuntos que o transportam a um cenário de lutas, emoções, aventuras, glórias, conquistas e amor.

Além do Edital, Envelope e Carimbo de 1º Dia de Circulação, que acompanham regularmente as emissões de Selos e Blocos Comemorativos, são emitidos também, Cartões-Postais, Bilhetes Postais, Folhinhas Filatélicas e Cartelas Comemorativas. Com exceção do Edital que é peça promocional, esses produtos, além da coleção Anual de Selos, encontram-se à venda nas Agências da E.C.T., especialmente nas Agências Filatélicas.

Caso queira receber os produtos em sua casa, escreva para a Divisão Central Filatélica: SCS - Galeria Nova Ouvidor, Quadra 5, Lote 22 - Sobreloja, 70300-909 - Brasília (DF), que irá prestar-lhe informações detalhadas e atender a pedidos, inclusive mediante sistema de pagamento em forma de conta corrente.

3.3.2 Serviços de Mala Direta

Para a conquista de novos clientes ou para obter um resultado mais eficaz em suas vendas, explore o veículo de publicidade mais adequado e barato que irá lhe possibilitar a

venda direta ao consumidor, dispensando as redes de distribuidores.

A Mala Direta é o novo instrumento do Marketing Direto, em fase de grande expansão no Brasil, bastante utilizado para atender às necessidades dos clientes que operam com os serviços especiais dos Correios como: Reembolso Postal, Porte Pago, Devolução Garantida, Carta e/ou Cartão-Resposta e Envelope Encomenda Resposta.

Algumas vantagens da Mala Direta:

- **Econômica:** permite maiores detalhes sobre o produto/serviço com custos reduzidos;

- **Discreta:** atinge a um público pré-determinado.

- **Flexível:** pesquisa, informa e promove.

A Mala Direta é o caminho para a expansão de suas vendas, o que pode ser comprovado pelas grandes lojas de departamentos, que freqüentemente vêm utilizando essa mídia na comercialização de seus produtos.

Mala Direta: seu negócio sem intermediários, via Correios.

Carta e/ou Cartão Resposta

Por serem serviços de Mala Direta que não precisam de selos, as Cartas e/ou Cartões-Resposta podem ser entregues em qualquer Agência ou depositados nas Caixas de Coleta da E.C.T., para facilitar a resposta imediata do destinatário. São executados em níveis nacional e internacional, sendo, neste último caso, somente com países que mantêm convênio com a E.C.T.

É comum serem utilizados nos pedidos e produtos, esclarecimentos comerciais ou industriais, referências cadastrais, informações de dados estatísticos e pesquisas de qualquer natureza.

A CARTA e/ou CARTÃO-RESPOSTA podem, também, ser inseridos como encartes soltos ou não, em jornais e revistas de altas tiragens, atingido vários mercados de uma só vez.

No regime internacional, os objetos poderão conter, no verso, propaganda ou indicações de interesse do cliente autorizado.

Existe, ainda, uma forma mais simplificada para o uso da Carta-Resposta: é a modalidade TAXA PAGA. Ela permite ao remetente a utilização de envelope comum (RPC) no envio de pedidos de mercadorias, catálogos, informações comerciais, etc.

O pagamento pelo serviço pode ser pelo sistema à vista ou a faturar.

Devolução Garantida

No Serviço de Devolução Garantida é assegurado o retorno de Impressos postados pelo sistema de Porte Pago e pelo usuário de Máquina de Franquear, quando há impossibilidade de fazê-los chegar às mãos do destinatário, por motivos alheios aos interesses dos Correios, como por exemplo: destinatário desconhecido, endereço incompleto, mudança de endereço etc.

A Devolução Garantida também lhe oferece a vantagem de poder atualizar seu cadastro, eliminando erros detectados e avaliando o universo atingido com sua comunicação.

Além disso, você poderá providenciar uma nova remessa por meio da recuperação do material promocional que, sem retorno garantido, deverá ir para refugo.

Finalmente, a utilização deste serviço permite a inserção, na parte externa do envelope, de chamadas publicitárias ou propagandas diversas.

O pagamento pelo serviço pode ser pelo sistema à vista ou a faturar.

Distribuição de Peças Promocionais sem Endereçamento

Permite a distribuição em âmbito local de peças promocionais de terceiros, sem envoltório com peso até 20 gramas, sem endereçamento e modalidade de franqueamento.

O pagamento é à vista, com direito ao desconto de 10% (dez por cento) sobre o valor do impresso normal, categoria II.

Envelope Encomenda Resposta

Para respostas diretas em forma de objetos mais volumosos, como filmes para revelação, relatórios ou mesmo pequenas amostras de mercadorias, temos para sua Empresa o ENVELOPE ENCOMENDA RESPOSTA.

Quando utiliza o Envelope Encomenda Resposta para o recebimento de algum desses objetos, sem ônus para seus clientes, você está lhes oferecendo maior comodidade e segurança.

Esse serviço é executado exclusivamente no território nacional.

O pagamento pelo serviço de Envelope Encomenda Resposta pode ser pelo sistema à vista ou a faturar.

Porte Pago

Forma simplificada de se postar impressos, a níveis nacional e internacional, especialmente em grandes quantidades, o Porte Pago elimina a necessidade de selagem, agiliza o sistema e a tarifa é econômica.

O seu Impresso pode ser acondicionado da maneira que mais lhe convier: com envelope, cinta, simplesmente dobrado ou até em envelope plástico, hermeticamente fechado, desde que autorizado pelos Correios.

Basta que o seu cadastro seja “quente” (para qual mercado está sendo feita a oferta?) e atualizado, para você obter um excelente retorno.

Diariamente, são postadas toneladas de impressos, pelo Porte Pago, o que demonstra a grande confiabilidade do serviço.

O pagamento pode ser pelo sistema à vista ou a faturar.

Reembolso Postal

Com o Reembolso Postal, sua Empresa encontra um dos meios mais adequados para a venda, à distância, de seu produto.

Nesse serviço, executado em todo território nacional, apenas os Correios são o seu intermediário, quando entregam a mercadoria ao destinatário, contra o pagamento da

importância estabelecida pelo remetente.

Após a entrega, o valor recebido é creditado ao remetente.

É fácil, seguro e cômodo. Pode ser encaminhado como remessa normal ou urgente.

Se sua Empresa tem um grande movimento mensal de vendas, poderá ser um Cliente Autorizado e cadastrar-se para usufruir de vantagens especiais como a opção pelo Franqueamento Especial por Contrato, e intercâmbio com a E.C.T., de disquete ou fita magnética.

A existência de uma gama cada vez maior de clientes com diferentes necessidades, favorece a venda diversificada de produtos pelo Reembolso Postal.

3.3.3 Produtos

Além dos Serviços prestados pelos Correios, são vários os produtos comercializados para atender a sua clientela, como, por exemplo, AEROGRAMAS, COUPON-RÉPONSE, SELOS (Ordinários e Comemorativos), PEÇAS FILATÉLICAS, etc.

Alguns produtos da E.C.T., como Caixas de Encomenda e Envelopes SEDEX, foram criados para proporcionar maior segurança e facilitar o envio de suas encomendas.

Aerogramas Nacional e Internacional

Guarde na memória: Aerogramas sempre oferecem vantagens. São pré-franqueados (selados) e indicados, principalmente, para quem envia grande quantidade de correspondências cujas mensagens são idênticas, permitindo a impressão de texto, no seu interior.

Dispensam envelopes, podem ser depositados em Caixas de Coleta e ainda têm o preço reduzido.

Há tipos específicos para o Brasil e exterior.

Compre agora e utilize-os em qualquer época.

Aerograma Social

Nas datas festivas como o Dia das Mães, dos Pais, dos Namorados e, principalmente

no Natal e Ano Novo, é necessário apenas o endereço e CEP do destinatário, porque o Aerograma Social é ilustrado, colorido, prático e de custo menor que qualquer produto similar.

Quando a aquisição for para o Natal e Ano Novo, pode ser encomendado com antecedência, através de pedidos personalizados em formulários especiais.

No regime internacional, o Aerograma Social recebe o mesmo tratamento dispensado a uma carta simples para o exterior.

Caixa de Encomenda

Chega de embrulhos! Proteja seus objetos utilizando as Caixas de Encomenda padronizadas dos Correios.

Em tamanhos diferentes, para atender às necessidades de cada cliente, a Caixa de Encomenda é produzida em uma única peça de papelão resistente que, após dobrada, toma a forma de uma caixa com espaços próprios para endereçamento do destinatário e identificação do remetente. Por isso, é a embalagem perfeita para sua encomenda.

Quando você utiliza essa embalagem dos Correios, está racionalizando mão-de-obra no acondicionamento e acelerando o tratamento postal das encomendas, o que resultará em maior rapidez e segurança.

A Caixa de Encomenda protege seus objetos e agiliza seu manuseio por nossos empregados, além de oferecer maior facilidade no endereçamento, pois os campos para preenchimento dos dados já estão impressos, inclusive os retângulos para a colocação do CEP.

Pode ser usada para o envio de Reembolsos Postais, Encomendas Nacionais (SEDEX e Normal) e Internacionais (SEDEX internacional, “Colis Postal” e “Petit Paquet”).

Comprovante de Franqueamento (CF)

É a fórmula de franquia, cujos valores correspondem ao porteamento de carta simples de 1º e 2º portes, no regime interno (nacional).

de prestação de Serviço de Encomenda Expressa com a E.C.T.

Envelope SEDEX Internacional - EMS

Destinado a remessa de documentos para o exterior, o Envelope SEDEX Internacional - EMS é fornecido gratuitamente, pelos Correios, ao usuário do Serviço.

Prático e seguro, sua confecção em polietileno garante proteção no envio de seus documentos para qualquer um dos mais de 100 (cem) países conveniados da rede internacional EMS.

Encontra-se à disposição em dois tamanhos (250mm x 353mm e 390mm x 460mm).

Para remessas com Valor Declarado, não feche o envelope antes de apresentá-lo nas Agências Credenciadas para postar o SEDEX Internacional.

Etiqueta de Franqueamento para Registro Nacional

É a fórmula utilizada no Serviço de Registro para comprovação de pagamento do preço correspondente.

Economize tempo e dinheiro, adquirindo com antecedência para postar nos Correios, não pode ficar sem o Guia Postal Brasileiro porque a colocação do CEP no endereçamento é de fundamental importância para a qualidade dos serviços postais. Nele, estão englobados os CEP's de todas as cidades brasileiras, incluindo vários municípios que são detalhados por logradouros e relacionados em ordem alfabética.

Justificação Eleitoral

É muito bom poder votar nas eleições, mas quando você se encontrar ausente de seu domicílio eleitoral e não puder comparecer às urnas, não se preocupe. Dirija-se à qualquer Agência dos Correios para adquirir o formulário de Justificação Eleitoral. Após o preenchimento e entrega do formulário aos Correios, o mesmo será remetido para a Zona Eleitoral a que você estiver vinculado.

Telegrama Pré-Taxado (Urgente)

Os Correios, sempre pensando na sua comodidade, lançaram o Telegrama Pré-

Taxado, na modalidade urgente.

Trata-se de um formulário que comporta, em média, 30 (trinta) palavras, incluindo o texto, o nome e endereço do destinatário. Está disponível nas Agências da E.C.T. ao preço de um Telegrama urgente na sua tarifação mínima.

O Telegrama Pré-Taxado oferece também a vantagem de ser adquirido antecipadamente, com entrega assegurada em qualquer um dos guichês de nossas Agências, na época em que você desejar.

Passe a usar o Telegrama Pré-Taxado e agilize a transmissão de suas mensagens.

3.3.4 Serviços de Encomendas

“Colis Postal” e “Petit Paquet”

Nas modalidades tradicionais, existem o “Colis Postal” e o “Petit Paquet” que permitem o envio de vários tipos de encomendas para o exterior.

“Colis Postal”

Mais perto do que você possa imaginar, existe uma importante via de acesso para sua exportação, que é o balcão de sua Agência dos Correios. Centenas delas estão aptas a executar o serviço de “Colis Postal”, via aérea e com prioridade de encaminhamento, ou então o “SAL” (Surface Air Lifted), com prioridade reduzida e prazo de embarque pré-fixado.

A solução é simples para a remessa de mercadorias para o exterior, com peso de até 10 kg. Entretanto, a maioria dos países signatários do acordo aceita o limite de até 20 kg e, dependendo do destino, o limite máximo de peso poderá chegar a 30 kg.

Se você deseja declarar o valor de uma mercadoria, desde que seja aceito pelo país de destino, existe também o serviço de “Colis” com Valor Declarado, que é prestado nas modalidades à vista e a faturar, esta, mediante contrato específico.

“Petit Paquet”

A receita certa para o envio de amostras, lembranças ou pequenas quantidades de

mercadorias sem valor comercial, para o exterior é, sem dúvida, o “Petit Paquet”, que opera com volumes de até 1 kg.

Encomenda Normal

Para o envio de encomendas em âmbito nacional com ou sem valor mercantil, existe a Encomenda Normal que é aceita em todas as Agências dos Correios, com encaminhamento normal e limite de peso até 25 kg. Na postagem de uma Encomenda Normal você pode utilizar o Aviso de Recebimento (AR) e a Declaração de Valor.

Serviço de Encomenda Expressa (SEDEX)

SEDEX Nacional

A cada dia que passa, mais pessoas estão utilizando o Serviço de Encomenda Expressa. A pontualidade, aliada à segurança e rapidez, concorre para aumentar a confiança que é depositada pelos nossos clientes. O Serviço de Encomenda Expressa -Modalidade SEDEX, coleta e entrega remessas até 30 kg, em todo o território nacional.

Anote em sua agenda as principais vantagens desse serviço, no sistema a faturar:

- coleta de encomenda a domicílio;
- faturamento total dos serviços prestados, inclusive os serviços adicionais e as embalagens padronizadas, comercializadas pela E.C.T. (Caixas de Encomenda para objetos maiores e Envelopes SEDEX para objetos de pequeno porte).

O Serviço de Encomenda Expressa admite, ainda, outras modalidades:

SEDEX a Cobrar

É o Serviço de Encomenda Expressa, com Valor Declarado obrigatório e entrega interna contra pagamento da quantia indicada pelo remetente;

SEDEX Hoje

Permite o envio e a entrega, no mesmo dia, de objetos, em âmbito estadual, inclusive

na mesma localidade. O serviço é executado somente nas Unidades Credenciadas pelos Correios;

SEDEX VIP

Também executado nas Unidades Credenciadas, caracteriza-se pelo envio e a entrega de objetos no mesmo dia, em âmbito interestadual;

SEDEX Internacional -EMS

A mesma eficiência e rapidez consagrada pelo SEDEX Nacional, você encontra no SEDEX Internacional; a solução para o envio de encomendas e documentos, com prioridade assegurada de encaminhamento.

3.3.5 Serviços Especiais e Convênios

Além de oferecer todos os produtos e serviços que você já conhece, a E.C.T. está capacitada e procura desenvolver serviços para atender às necessidades específicas de sua empresa quanto à coleta, tratamento e entrega de objetos.

Para a E.C.T., os Contratos Especiais são aqueles em que as despesas referentes aos serviços ficam a cargo da empresa contratante, enquanto que nos Convênios, o pagamento fica por conta dos usuários dos serviços.

Solicitação e Entrega de Passaporte pelos Correios

Se você quer viajar para o exterior e está precisando tirar seu passaporte, contate nossas Agências e fique sabendo como poderá solicitar e receber seu passaporte pelos correios.

Este é mais um serviço da E.C.T., criado para beneficiar e facilitar a vida do público em geral.

Venda de Fichas Telefônicas

Quando você estiver em qualquer Agência dos Correios, aproveita para adquirir

fichas telefônicas, pelo mesmo preço praticado pelas concessionárias do Serviço de Telecomunicações.

Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED)

É o serviço que possibilita o envio, ao Ministério do Trabalho, de formulários próprios, à venda no comércio.

Os formulários poderão ser entregues em qualquer Unidade de Atendimento, que deverá aplicar o carimbo-datador no campo próprio das 2^{as} vias dos mesmos e restituí-las ao remetente, como comprovantes de remessa.

O pagamento pelo serviço é correspondente ao primeiro porte de uma carta simples e registro simples, no regime interno.

Recebimento de Carnês

Você sabia que o pagamento de carnês e extratos de sua empresa já pode ser efetuado através das Agências dos Correios?

A E.C.T. coloca à sua disposição a maior rede de atendimento do país. Fale conosco

3.3.6 Serviço de Malotes

Serviço de Correspondência Agrupada (SERCA)

O sucesso nos negócios de sua Empresa depende muito da velocidade de suas comunicações.

Cheques nominativos, estimativas de custos, plantas, folhas de pagamento, vídeo cassetes, livros e todos os documentos que são importantes no mundo dos negócios, podem ser transportados pelos Malotes dos Correios.

Tudo rápido e também com toda segurança.

O malote é lacrado pelo remetente e aberto somente pelo destinatário.

O Serviço de Correspondência Agrupada (SERCA) é prestado mediante contrato firmado com pessoas jurídicas, onde são fixados preços, frequências, horários e demais condições. Sua Empresa poderá escolher uma ou mais das seguintes modalidades:

- Convencional;
- Expresso;
- Compensação Integrada.

No SERCA Convencional, as faixas horárias de coleta e entrega são fixadas pela E.C.T.

No SERCA Expresso, essas faixas horárias são fixadas pelo usuário, dependendo, porém, da análise de viabilidade, por parte da E.C.T.

Em ambos os casos, é permitido o transporte de até 20 kg em cada malote. Também dispomos do SERCA Compensação Integrada, que é muito indicado para empresas que operam com sistema de compensação de cheques ou papéis similares.

Os Correios movimentam o País.

O CEP movimenta os Correios.

Há 21 anos, foi criado o CEP para agilizar a entrega de cartas e encomendas a todos os endereços do Brasil.

O CEP de 5 algarismos foi bom até há pouco tempo.

Mas o País não parou de crescer.

Por isso, o CEP agora tem 8 algarismos. Assim, até alguns prédios passaram a ter seu próprio CEP.

Com o CEP de 8 algarismos, você manda e recebe sua correspondência com muito maior precisão e rapidez.

E ajuda a acelerar a vida do País. Escreva o CEP corretamente. Em caso de dúvida, consulte o novo Guia Postal Brasileiro.

Os CEP's de todo País estão nele para sua carta ter endereço certo.

Procure nas agências dos Correios mais perto de você.

O novo CEP garante que sua correspondência vai bater sempre na porta certa.

SEDEX - O mensageiro do Brasil

Integrado à Rede EMS, o SEDEX Internacional abrange mais de cem países com

os quais os Correios mantêm convênio.

Dependendo do destino, você pode enviar objetos de até 30 kg.

As remessas SEDEX Internacional têm seguro para o extravio ou dano parcial/total dos objetos, segundo critérios estabelecidos pela E.C.T.

Além de tudo isso, você pode beneficiar-se das seguintes vantagens: sistema a faturar e coleta domiciliária (com contrato), escala progressiva de descontos e embalagens gratuitas.

O que você quiser mandar pelo Correio, para qualquer parte do Brasil, que tenha até 30 quilos de peso, mande pelo SEDEX.

Vai rápido e certo, porque o Serviço de Encomenda Expressa Nacional é o mais seguro mensageiro do Brasil.

Tudo o que vai pelo SEDEX vai bem. E chega melhor ainda.

O SEDEX Nacional já conquistou uma parcela considerável do mercado doméstico.

É um dos serviços mais conhecidos dos Correios.

E, como todos os serviços dos Correios, absolutamente confiável.

Confie suas encomendas ao SEDEX Nacional.

O mais completo serviço de transporte urgente de documentos e encomendas, agora, também, tem conexões para os principais países do mundo.

O SEDEX Nacional, que já conquistou parcela considerável do mercado doméstico, rompe fronteiras e se interliga à Rede EMS-Express Mail Service, formada pelos países que mantêm o mais alto padrão de qualidade de serviços.

Assim como o SEDEX nacional integra todo país com eficiência e rapidez o SEDEX Internacional passa a fazer parte da Rede EMS - o que é mais uma garantia de tratamento prioritário dos objetos e preferencial para os clientes.

Usar o SEDEX Internacional é tão fácil quanto enviar o SEDEX Nacional.

É só você ir a uma de nossas Agências credenciadas para este serviço.

Se sua empresa mantém correspondência no exterior, fica mais prático você assinar um contrato e pagar periodicamente, para ter o serviço de modo regular.

O SEDEX Internacional põe o mundo na sua mesa de trabalho.

3.3.7 Serviços Postais

Guia Postal Brasileiro (Meios Magnéticos)

Para sua empresa que envia grande volume de correspondência e cujo cadastro atinge destinatários de todo o Brasil, oferecemos a gravação do Guia Postal Brasileiro, por computador, através de fitas magnéticas ou disquetes fornecidos pelo cliente.

Todos os CEP's (Códigos de Endereçamento Postal) das localidades brasileiras são registrados em fitas magnéticas ou disquetes virgens, inclusive, aqueles que identificam os logradouros da capital federal, totalizando 450.000 registros.

De acordo com a sua necessidade, os Correios oferecem a gravação de fita ou disquete em duas versões: Nacional e por Unidade da Federação.

Naturalmente que isso resultará em maior racionalização do trabalho e, conseqüentemente, economia para sua Empresa.

Caixa Postal

A utilização de uma Caixa Postal oferece várias facilidades como, por exemplo privacidade e comodidade.

Alugando uma Caixa Postal, todas as correspondências dirigidas à sua Empresa estarão disponíveis para serem retiradas por prepostos autorizados, dentro do horário de funcionamento da Unidade dos Correios.

O pagamento do aluguel da Caixa Postal é cobrado anualmente.

Serviço de Atualização de Endereços (SATE)

Mude de endereço mas continue muito bem informado. Não esqueça que você não só envia correspondências, como também as recebe. Estas podem ser de amigos e parentes, de bancos onde você tem conta, de cadernetas de poupança, de lojas onde você tem crediários, de empresas de cartões de crédito, de editoras onde você fez assinatura de revista ou jornal, de instituição de assistência médica, da qual você é associado, da Secretaria da Receita Federal (Imposto de Renda), da Secretaria Municipal da Fazenda (IPTU), e de

correspondências comerciais, para o caso de empresas. Para que possa receber tudo isso, seu endereço deve estar atualizado. neste sentido, o SATE poderá ser de grande utilidade para você pois, além de ter o espaço para preenchimento do novo CEP, possibilitará a inserção de informações adicionais, como número da conta bancária, do cartão de crédito etc.

Serviço Especial de Entrega de Documentos (SEED)

Através de um contrato com a E.C.T., sua Empresa poderá contar com um serviço especial de coleta, em dias pré-determinados, e distribuição a domicílio, de correspondências (envelopadas ou não), com ou sem comprovantes de entrega. Este serviço é executado apenas no perímetro urbano e o pagamento efetuado sob forma de faturamento mensal.

A título de ilustração, informamos que contas telefônicas e duplicatas são entregues pelo SEED.

É também utilizado por pessoas físicas, através de pagamento à vista (sem contrato), que entregam suas correspondências nas Unidades fixadas pelas Diretorias Regionais da E.C.T.

Pelo SEED, você pode enviar convites para casamentos, batizados, formaturas, simpósios, seminários, noites de autógrafos, leilões, cartões de felicitações, etc.

Vales Nacional e Internacional

Para sua comodidade, a E.C.T. dispõe de uma rede de cerca de 5.200 Agências executando o Serviço de Vale.

Não é preciso haver banco no local de destino para envio de valores pois, sendo o Vale um título representativo de depósito em moeda nacional, a quantia estará disponível na Agência dos Correios que for determinada pelo remetente. O Vale nada mais é do que um cheque postal e a responsabilidade da E.C.T. pelos depósitos é integral.

Além das vantagens citadas oferecidas pelo Serviço:

- * você manda dinheiro para qualquer parte do país;
- * não existe quantia mínima estipulada;
- * o Vale é tramitado de Agência para Agência;
- * pode ser emitido por solicitação de pessoa física ou jurídica.

O Serviço de Vale já está sendo executado a nível internacional, segundo critérios estabelecidos pelas próprias Administrações Postais, para atendimento a fins específicos.

Nesse caso, o serviço é prestado atualmente em cerca de 850 Agências Credenciadas.

Aviso de Recebimento (AR)

Muito conhecido simplesmente como AR, o Aviso de Recebimento é mais um Serviço especial da E.C.T. para quem necessita da comprovação de entrega ao destinatário, quando a correspondência é registrada.

O Serviço de AR é oferecido em âmbito nacional e internacional, desde que aceito pela Administração Postal de destino.

Posta Restante

Se você é viajante e precisa receber mensagens pelos Correios, utilize o Serviço de Posta Restante.

Este Serviço irá lhe possibilitar o recebimento, na Agência Postal de sua conveniência, de todas as correspondências para ali enviadas em seu nome, além das vantagens de segurança e sigilo.

Registro

Quando você quiser que sua correspondência seja, em todo o seu curso, controlada por um número, peça nas Agências dos Correios que esta seja registrada. A partir daí, você terá um efetivo controle do que estiver enviando, através do recibo de postagem.

Valor Declarado

Por um preço reduzido, a Declaração de Valor prevê indenização, em caso de extravio. É obrigatória na postagem de objetos contra-reembolso, artigos preciosos, títulos de crédito, selos postais, e outras remessas postais de tal natureza.

Este serviço é oferecido no regime interno e, no internacional, apenas para os objetos postados através do serviço de “Colis” com Valor Declarado.

3.3.8 Serviços Telemáticos

Se sua mensagem exige muita rapidez, a E.C.T. tem para lhe oferecer vários serviços na área de telecomunicações. Do simples Telegrama ao sofisticado FAX Post, você pode escolher o meio mais adequado à sua necessidade.

Fax Post

Coloque sua comunicação em dia com o futuro, transmitindo suas correspondências especiais através do FAX Post. Operando com equipamentos “fac-símile”, os Correios transmitem, em minutos, uma folha de papel de tamanho até 210 mm x 297 mm e, em menos de 3 horas, o documento chegará às mãos do destinatário.

Sua mensagem segue da maneira como você escreve: manuscrita, datilografada, corrigida, assinada, ou até contendo desenhos feitos à mão. O FAX Post reproduz com nitidez cartas, procurações, croquis, contratos, orçamentos, matérias jornalísticas etc.

A entrega do FAX Post também pode ser quase instantânea, quando você e o destinatário, no horário previsto, encontram-se nas Agências dos Correios, onde serão processadas a transmissão e o recebimento da mensagem.

Se o destinatário é uma empresa que opera com “fac-símile”, informe à E.C.T. o código da mesma e a transmissão será automática.

Você não precisa se preocupar em abreviar palavras, pois o FAX Post é pago por página. Não deixe sua mensagem parar no tempo. Use o FAX Post para o Brasil e o exterior.

FAX Post Internacional A BORDO

Consiste na transmissão de FAX, via INMARSAT, para veículos localizados no espaço marítimo de qualquer parte do mundo.

Esta modalidade tem como objetivo atender aos clientes que necessitam enviar ou receber mensagens (relatórios, contratos de câmbio, cartas de crédito de exportação, liberação de importação, procuração, documentos em geral etc), através de um meio rápido e seguro.

Em âmbito nacional, a E.C.T. é a pioneira na prestação desta modalidade de serviço.

Conheça os códigos de acesso correspondentes às regiões oceânicas, a serem utilizados de acordo com a localização do navio:

REGIÃO	CÓDIGO
Atlântico-Leste	871
Pacífico	872
Índico	873
Atlântico-Oeste	874

Podem ocorrer situações de forma isolada, em que haja superposição das regiões abrangidas pelos satélites, neste caso, deve-se tentar mais de uma código de acesso. Na dúvida, consulte a Gerência Comercial da E.C.T.

Telégrafo Restante

É o serviço que possibilita o recebimento de telegramas por meio de uma Agência dos Correios. Uma opção para viajantes que desejam receber mensagens em qualquer um dos pontos do seu itinerário.

Para tanto, basta indicar o nome da cidade de destino e a Agência que mais lhe convier para retirar seus telegramas, com segurança e sigilo garantidos.

Telegramas

Seja sua necessidade de cunho social ou comercial, o Serviço de Telegramas da E.C.T está à disposição para levar seu recado a todo o território nacional ou a qualquer país.

Saiba que o seu telegrama pode ser de linguagem corrente ou cifrada e, ainda, que as empresas podem utilizar o serviço para pagamento a faturar, mediante contrato, e que normalmente a entrega no endereço do destinatário, de um telegrama simples nacional taxado até às 15 h, é efetuada no mesmo dia da aceitação.

Se você precisar de maior urgência na entrega de seu telegrama, poderá optar pela modalidade de telegrama urgente.

Não se esqueça de que, nas Agências, você poderá adquirir os formulários de Telegrama Pré-Taxado nas duas modalidades: simples e urgente.

Telegrama Fonado

Para passar telegrama nacional ou internacional sem sair de seu escritório ou de sua casa, basta você ligar 135. A cobrança será efetuada na conta telefônica.

O Serviço de Telegrama Fonado funciona todos os dias da semana, inclusive sábados, domingos e feriados.

Telegrama Pré-Datado

É para você não esquecer de ninguém que a E.C.T. criou o Telegrama Pré-Datado. Ainda que precise viajar ou tenha vários compromissos para o mesmo dia, a E.C.T. não esquecerá do casamento de seus amigos, do aniversário ou formatura de seus parentes, das bodas de seus colegas etc. Não há nada mais tranquilo.

Se você reside em uma das cidades atendidas pelo telefone 135, basta ligar para esse número ou ir a qualquer Agência dos Correios e passar seu Telegrama Pré-Datado.

Telegrama Radiomarítimo

Utilize o Telegrama Radiomarítimo para enviar mensagens às pessoas que se encontram em viagem de navio ou, sendo você mesmo o viajante, para se comunicar com seus familiares, amigos etc.

No serviço de Comunicações do navio ou nas Agências dos Correios, peça a transmissão de um Telegrama Radiomarítimo, informando o nome do navio, sua nacionalidade e prefixo.

Lembre-se de que os Correios estão presentes com um serviço que facilita sua comunicação proporcionando-lhe mais conforto, quando você está fazendo turismo ou simplesmente torcendo pela boa viagem de seus amigos ou parentes.

Viajante ou não, conte com mais um serviço da E.C.T., prestado em âmbito nacional e internacional.

Telexograma

Ao seu dispor, existe o Serviço de Telexograma (Telegrama via Telex), que permite aos assinantes da Rede Nacional de Telex enviar, através de seus tele impressores, Telegramas Nacionais, Internacionais e Pré-Datados, às pessoas que não são assinantes de Telex, evitando assim, que você se desloque até às Agências dos Correios.

Para enviar seu Telegrama, observe as informações contidas no Guia Brasil Telex, na página com o título “Transmissão de Telegramas através do Telex”.

3.3.9 Serviços Telemáticos Adicionais

Endereço Telegráfico Registrado

Os pedidos ou mensagens de qualquer natureza chegam até você com segurança e rapidez, quando seu endereço está registrado telegraficamente. Também é importante a divulgação de seu endereço telegráfico a seus clientes, parentes e amigos, porque eles precisam saber que, desta maneira, obterão custos reduzidos na taxação de Telegramas destinados aos usuários deste Serviço.

Pedido de Confirmação de Entrega de Mensagem Telegráfica (PC)

Semelhante ao AR (Aviso de Recebimento), o Pedido de Confirmação de Entrega de mensagem Telegráfica lhe garante saber em que data e hora sua mensagem telegráfica foi entregue ao destinatário e quem a recebeu, funcionando como um comprovante de entrega.

3.3.10 Serviços de Utilidade Pública

Entre a variedade de serviços prestados pelos Correios, estão também aqueles de utilidade pública.

Achados e Perdidos

Se você achou algum documento, deposite-o numa Caixa de Coleta ou entregue-o

na Agência dos Correios mais próxima. Se você o perdeu, procure o Serviço de Achados e Perdidos da sua cidade para obter informações a respeito.

Caso você resida em qualquer uma das capitais atendidas pelo telefone 159 (SAU), fica ainda mais fácil. É só discar este número, que imediatamente será consultada uma listagem e você ficará sabendo se o seu documento encontra-se em poder da E.C.T.

Pela entrega de documentos perdidos, será cobrada a importância a 5 (cinco) vezes o primeiro porte de uma carta simples, no regime interno, vigente na data de entrega dos mesmos.

Serviço de Atendimento ao Usuário (SAU)

Quando você quiser alguma informação dos Correios, ligue para 159 - Serviço de Atendimento ao Usuário (SAU) e nós explicamos os CORREIOS a você.

O 159 já atende à maioria das capitais dos Estados.

CAPÍTULO IV

ANÁLISE DA SITUAÇÃO

4.1 - Pequenos conflitos

Dentro da Empresa de Correios e Telégrafos, uma das principais qualidades desejáveis é a capacidade do grupo de funcionários de relacionar-se bem com superiores, colegas e clientes. Em suma, é necessário promover boas relações no ambiente de trabalho.

O fluxo uniforme e harmonioso do trabalho depende da forma como o funcionário trabalha com os outros e da forma como influencia os colegas.

Na empresa existem pequenos conflitos, com relação à pessoas integrantes do grupo de trabalho.

Há comportamentos que provocam, em geral, indisposição de pessoas como a falta de modéstia e a presunção.

Verifica-se que tais conflitos surgem por falta de:

- atitudes e predisposições positivas. São padrões de raciocínio solidamente estabelecidos e resistentes a qualquer modificação.

- Motivação para sustentar e dirigir o comportamento estabelecendo o equilíbrio do ambiente de trabalho.

- Suprir as necessidades individuais.

- Idéias verdadeiras que tenham uma construção mental positiva, que estabeleçam critérios socialmente verdadeiros, realçando qualidades.

- Segurança emocional material, social, gerando assim ansiedade e forte sensação

de medo de perder o emprego.

O fracasso dos funcionários é sentido como fato bastante preocupante e de crise depressiva. O medo de errar provoca inibição da capacidade criativa e diminui a eficiência.

Verificou-se que alguns fracassos foram provocados por:

- falta de conhecimento técnico
- sentimentos de inferioridade
- excesso de timidez
- inadaptação ao ambiente
- excesso de ocupação
- instabilidade emocional

Esses comportamentos, que geralmente são caracterizados por emoções, reduzem a eficiência no trabalho e o relacionamento entre o grupo. E quanto mais insegura é a pessoa, mais ela desejará saber o que as pessoas a seu redor pensam a seu respeito. E, geralmente quem muito precisa de aprovação e reconhecimento dá prova de imaturidade profissional.

Pode-se dizer que a nossa necessidade de manter uma sensação de segurança e um bom relacionamento entre os colegas é muito importante para todos. E a satisfação dessas necessidades requer mudanças de comportamentos.

No entanto, têm-se feito poucos esforços para se conseguir uma cooperação maior das pessoas no que diz respeito às mudanças nas quais elas estejam diretamente envolvidas.

A solução desses problemas pode ser encontrada em uma maneira planejada e sistemática, a longo prazo. Nossa preocupação, portanto, é de como uma mudança poderá ser feita e de que modo se conseguirá que seus plenos benefícios sejam alcançados.

CAPÍTULO V

PROPOSTA

5.1 - Relações humanas no trabalho e suas implicações na produtividade

A qualidade de uma empresa está lida à qualidade de seus funcionamentos, e seu relacionamento, para que a mesma tenha um resultado compensador.

Propõe-se melhorar as relações humanas dentro da organização, em termos de um melhor trabalho em equipe, menos atritos e menos desperdício de energias humanas em atividades improdutivas, melhores oportunidades de os funcionários utilizarem ao máximo suas capacidades potenciais, visando maior produtividade como consequência de maior eficiência nas operações, diminuir os custos operacionais, utilizar melhor o pessoal, os equipamentos e o material.

Visar um funcionário que, com a efetiva instrumentalização, amplie a sua capacidade de entendimento e de crítica sobre a dinâmica dos processos de mudança organizacional planejada.

Para que uma mudanças se efetive e preciso ter claro:

- Por que é necessário fazer mudanças?
- Qual será a vantagem de fazê-las?
- O que deve ser feito?
- Como será feito?
- Que efeito as mudanças causam sobre as pessoas?
- Como o agente de mudanças deve agir?

5.2 - Procedimentos:

- * Organizar reuniões para se discutir as mudanças no ambiente de trabalho.
 - estudo de conteúdos:
 - necessidades autênticas
 - pessoas criativas, flexíveis, participativas, cooperativas etc.
- * Palestras sobre Relacionamento Humana no Trabalho.
- * Capacitação de lideranças.
- * Elaboração do plano de ação, participativo.
- * Avaliação do projeto, se necessário retomá-lo para reorganização.

5.3 - Implantação

- * Responsabilidade de cada membro do grupo para que se tenha sucesso no projeto.
- * Monitoramento do projeto pelo responsável da agência.
- * Implantação do projeto através de capacitação e estudo de assuntos condizentes.
- * Avaliação dos resultados.

5.4 - Recursos

Participação de todos os funcionários da agência. Verbas destinadas para treinamentos, viagens, monitoramento, etc.

Local adequado para reuniões.

Mobiliário adequado para estudos, reuniões, etc.

5.5 - Resultados esperados

- Intercâmbio cultural entre as agências

- Funcionários que manifestem suas idéias e sugestões
- Pessoas com mais responsabilidade e liberdade de agir
- Relacionamentos compatíveis
- Maior comunicação entre indivíduos e sistema organizacional
- Indivíduos que identifiquem obstáculos ao comportamento participativo
- Compartilhar experiências e informações sobre conceitos e práticas sobre o

relacionamento humano

- Eliminação de problemas e suas causas
- Espaços adequados no ambiente de trabalho
- Modificação de atitudes
- Satisfação pessoal
- Satisfação do cliente
- Maior produtividade
- Melhorar a imagem dos correios
- Maior aprendizagem
- Melhores oportunidades de promoção
- Trabalho em equipe
- Pessoas com perspectiva de transformação
- Trabalho com criatividade e de modo significativo.

5.6 - Riscos

- Resistência dos funcionários
- Local de trabalho inadequado
- Pede-se trabalhar mais pelo mesmo ordenado
- A não-mudança de hábitos
- Aumento de custos
- Precipitação na execução de ação
- Falta de capacidade de planejamento
- Projeto não flexível
- A não avaliação do projeto

CAPÍTULO VI

CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÕES

Num mundo de constante mudanças e a cada dia mais dinâmico e turbulento, os ambientes, os valores, a tecnologia, os planos e as prioridades já não bastam para reagirmos às situações. É cada vez mais vital procurarmos antecipar, na medida do possível, o que pode acontecer, sendo flexível e agindo participativamente se quisermos sobreviver e nos desenvolver.

Contatou-se também, que por outro lado, temos cada vez mais influência e responsabilidades sobre as mudanças. O medo de mudar e de assumir responsabilidades, cada vez mais, depende das pessoas que trabalham na empresa.

Com isso pode-se dizer que mudança fundamental não é a mudança da realidade em si, e sim a mudanças da percepção da realidade e do relacionamento com a mesma. Para isso, é importante encontrar um melhor equilíbrio entre as necessidades e a vontade de ter e a necessidade e a coragem de ser, tanto em termos individuais, quanto em termos grupais.

Conclui-se que no mundo atual, a capacidade de trabalhar em equipe é de importância vital para enfrentar o desafio das inovações. Torna-se mais evidente que é a ação da equipe de trabalho que gerarão os resultados esperados.

Recomenda-se às Empresas de Correios e Telégrafos, que crie uma visão de conjunto associada a uma ação cooperativa, mobilizando esforços para superar atitudes de acomodação, conflitos, alienação, eliminando comportamentos individualistas.

Todos que fazem parte da Empresa afetam a sua cultura ou interferem sobre seus resultados, direta ou indiretamente, positiva ou negativamente, por isso, é fundamental

resultados, direta ou indiretamente, positiva ou negativamente, por isso, é fundamental que tomem consciência de como as ações se relacionam, de como os funcionários são interdependentes.

Torna-se, assim, necessário promover uma cultura de reflexão e de crítica, associadas à ação, pelas pessoas que fazem parte da realidade dos Correios.

Recomenda-se, também, que as agências, através dos seus gerentes, promova um clima de confiança entre os membros da equipe que consiste na convicção íntima a respeito da credibilidade, respeito e ética dos companheiros de trabalho.

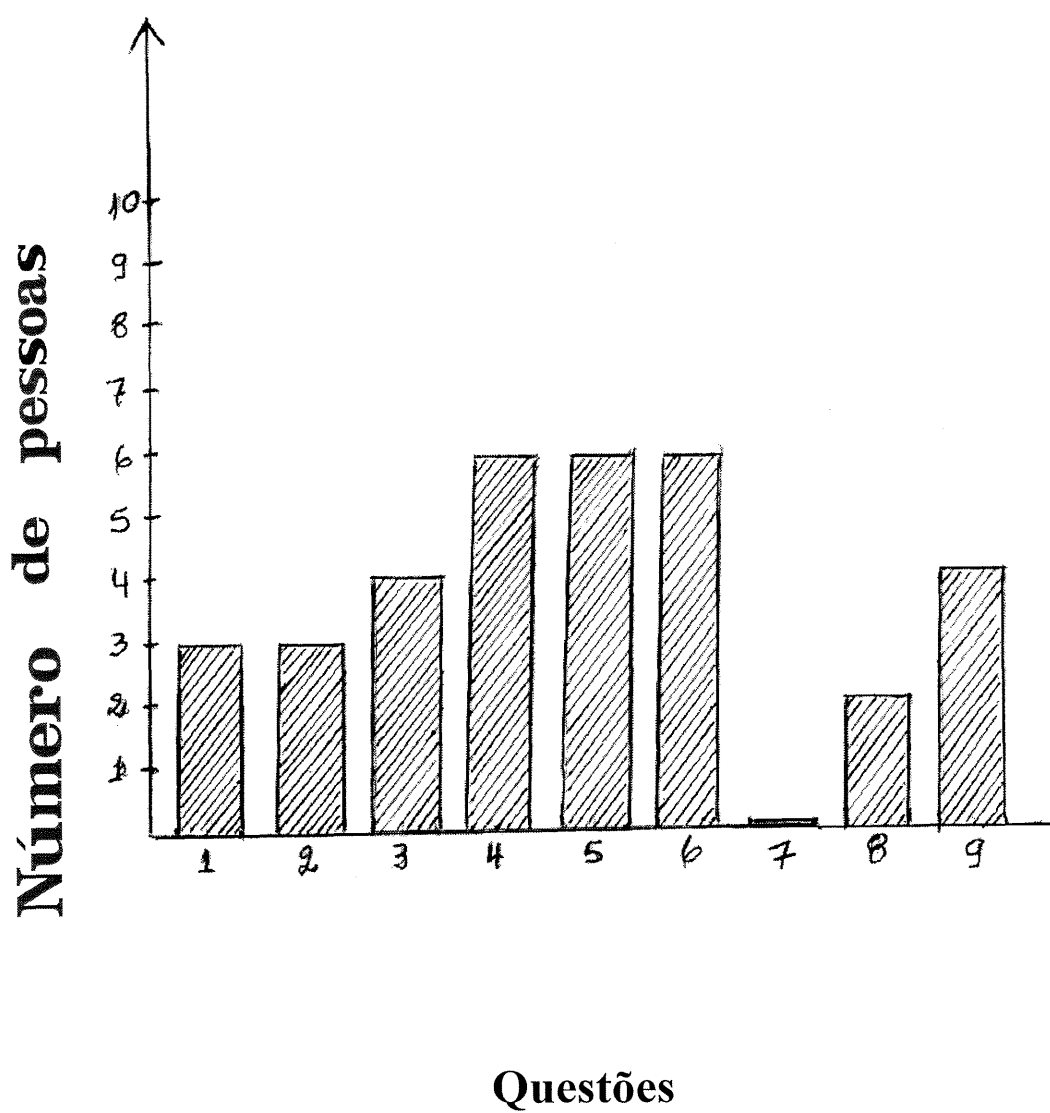
Trabalha-se à vontade e com afinco, quando se sabe que se terá apoio no momento de dificuldade e que, caso haja falhas, elas não serão transformadas em comentários rotuladores.

Os dirigentes das agência deverão estar atentos à situações de tensões e conflitos, às dificuldades de relacionamento interpessoal e à discordância de idéias. É fundamental, para que tais situações não se transformem fatores de desvirtuamento de energia, sendo necessário conversar, esclarecer seus significados, controlar suas manifestações emocionais, como condição para os esforços conjuntos.

Recomenda-se que se faça nas próprias agências encontros de estudo com todos os funcionários, de assuntos como: Lideranças, Qualidade Total, Relacionamento Humano etc., para sanar as dificuldades hoje encontradas. Sabe-se que a capacitação do pessoal é um processo educacional que gera mudanças de comportamentos capazes de transformar totalmente uma empresa, uma transformação entre os membros do grupo e clientes relacionando-se de uma maneira harmoniosa, com simpatia e afeto, resultando, assim, qualidade no relacionamento e no atendimento ao cliente.

ANEXOS

Demonstrativo do número de pessoas que apresentaram falta de conhecimento na excelência pessoal



HABILIDADES IMPORTANTES PARA A EXCELÊNCIA PESSOAL

(Marque um X em sua escolha utilizando a escala numérica)

1 - Entendo o que está acontecendo à minha volta, sei interpretar corretamente as notícias na televisão e nos jornais, o que elas têm a ver comigo, com o meu trabalho e minha vida. Embora eu não saiba exatamente o que vai acontecer geralmente estou preparado e imagino claramente as possibilidades.

Quase Nunca 1 2 3 4 5 Frequentemente

2 - Tento entender o “porquê” e a finalidade das coisas, como estão elas “amarradas” entre si, ter uma visão mais abrangente das situações e dos fatos que acontecem à minha volta. É mais ou menos como diz o velho ditado: “Quem só vê tijolos, nunca vê a casa pronta”. No meu caso, minha tendência é:

Ver os tijolos 1 2 3 4 5 ver a casa pronta

3 - Sei viver, conviver e trabalhar com pessoas diferentes de mim, com outros tipos de humor, de valores, de sonhos, de costumes e mentalidade, sem maiores problemas. Reconheço que, num mundo cada vez mais global, teremos mais contato com pessoas que não compartilham a nossa visão de mundo.

Para mim é difícil 1 2 3 4 5 não sinto dificuldade

4 - Esforço-me para conhecer, entender e apreciar culturas diferentes da minha. Isso me leva a ler livros e revistas, ver filmes estrangeiros, procurar conhecer mais a respeito de outros países, seus hábitos e história, sua música, sua forma de ser.

Nunca 1 2 3 4 5 Constantemente

5 - Consigo lidar bem com as informações. Conheço as informações de que necessito no dia-a-dia, sei como obtê-las, sei separar a informação útil da inútil e guardar essas informações, de forma a poder localizá-la rapidamente quando preciso.

A complexidade e o fluxo da informação para mim não são problemas.

Não é bem assim 1 2 3 4 5 Não consigo agir assim

6 - Sou uma pessoa atualizada. No meu campo de conhecimento e de trabalho, estou sempre a par dos últimos avanços, métodos e tecnologia.

Gostaria de ser 1 2 3 4 5 Realmente sou

7 - Sei que, quanto mais eu puder contar com outras pessoas e também ajudá-las na solução de seus problemas, todos nós nos sairemos muito melhor.

Não tenho opinião formada 1 2 3 4 5 É o que penso

8 - Estou sempre tentando encontrar uma forma melhor de executar o meu trabalho, porque valorizo a criatividade produtiva para alcançar uma qualidade melhor naquilo que faço.

Discordo totalmente 1 2 3 4 5 Concordo totalmente

9 - Procuro assimilar novas tecnologias e utilizá-las no meu dia-a-dia, seja em casa, ou no trabalho. Sei que a utilização crescente da tecnologia é inevitável e acredito que seja importante para aumentar a interação e resultados de grupos de trabalho.

Não acredito nisso 1 2 3 4 5 É o que penso.

- Some os pontos correspondentes a cada escolha e lance o resultado obtido no campo abaixo:

Pesquisa realizada com 12 funcionários obtemos os seguintes resultados:

De 21 a 30 pontos - 2 pessoas

De 32 a 40 pontos - 6 pessoas

Mais de 40 - 4 pessoas

Verificou-se, também, que nas questões 01, 02, duas pessoas apontaram 3 e - 3

03: 04 pessoas apontaram menos de três ou igual.

04: 06 pessoas apontaram menos de três ou igual.

05: 06 pessoas apontaram menos de três ou igual.

06: 06 pessoas apontaram menos de três ou igual.

07: 0 pessoas apontaram menos de três ou igual.

08: 02 pessoas apontaram menos de três ou igual.

09: 04 pessoas apontaram menos de três ou igual.

Verificou-se que nas questões 04, 05, 06 há necessidade de se trabalhar o funcionário, pois apresenta 50% de deficiência de conhecimento.

RESPOSTAS

MENOS DE 20 PONTOS:

Você está se mantendo afastado do mundo, isolando-se em uma cúpula de cristal. Procure se engajar na realidade e acompanhar as mudanças. Saber um pouco dos acontecimentos é estar ativo e atuante. Procure saber um pouco mais sobre o mundo exterior. Saia de seu isolamento e participe. Lembre-se: Mudar é uma atitude interior e você só tem a ganhar se tiver interesse em descobrir “novos mundos”.

DE 21 A 30 PONTOS:

Por alguma razão, parece que o problema não é ainda muito importante para você. Você não tem demonstrado muito interesse pela ampliação de seus horizontes e a informação não é algo que você considere essencial em sua vida. Você não consegue visualizar o impacto da tecnologia e as informações em seu trabalho. Será que essas transformações são menos irrelevantes? Talvez você esteja vendo as coisas de uma forma inadequada. Vale a pena dar uma parada e pensar um pouco mais sobre o problema. Você só tem a ganhar com esta decisão.

DE 31 A 40 PONTOS:

Você está no caminho certo. O importante agora é ir além da compreensão da situação e tomar decisões práticas que valorizem uma estratégia para seu crescimento pessoal. Veja em quais pontos suas avaliações são iguais ou inferiores a três, pois esses são os pontos que precisam, provavelmente, ser atacados antes.

MAIS DE 40 PONTOS:

Você parece estar com uma visão clara do problema e compreende a necessidade de mudar a si próprio para estar em dia com as transformações. Você está atualizado, admira e utiliza a tecnologia, consegue lidar com a massa de informações disponíveis e sabe que o mundo tenderá a ficar cada vez menor e com características cada vez mais globais. Continue nessa direção, que sua chances de ser bem sucedido estarão acima da média.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. BENIAMINI, Sérgio Leme. A pessoa e sua participação na Organização. Mimeo, 1996.
2. CHIAVENATO, Idalberto. Recursos Humanos. São Paulo: Atlas, 1995.
3. ENCICLOPÉDIA BRITÂNICA EDITORES LTDA, vol. 4, Rio de Janeiro.
4. GONGRAND, François. A necessidade de comunicação na Empresa. Enciclopédia de direção, produção, finanças e marketing. Vol. V. São Paulo: Nova Cultural, 1988.
5. JACOMASSI, Edelcio Pedro. Relações Interpessoais e comunicação. Mimeo. 1995.
6. NORMAN, Richard. Administração de Serviços. São Paulo: Atlas, 1993.
7. REVISTA CORREIOS HOJE: Ano II, nº 013, Dez. 1995.
8. WEIL, Pierre. Relações humanas na Família e no Trabalho. Rio de Janeiro: Vozes 1971.