

MANUAL DO ALUNO

DISCIPLINA TÉCNICAS DE SECRETARIADO

Módulos 10, 11, 12 e 13

República Democrática de Timor-Leste
Ministério da Educação



FICHA TÉCNICA

TÍTULO

MANUAL DO ALUNO - DISCIPLINA DE TÉCNICAS DE SECRETARIADO
Módulos 10 a 13

AUTOR

ZULMIRA TEIXEIRA

COLABORAÇÃO DAS EQUIPAS TÉCNICAS TIMORENSES DA DISCIPLINA
XXXXXXX

COLABORAÇÃO TÉCNICA NA REVISÃO



DESIGN E PAGINAÇÃO

UNDESIGN - JOAO PAULO VILHENA
EVOLUA.PT

IMPRESSÃO E ACABAMENTO

XXXXXX

ISBN

XXX - XXX - X - XXXXX - X

TIRAGEM

XXXXXXX EXEMPLARES

COORDENAÇÃO GERAL DO PROJETO

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO DE TIMOR-LESTE
2014



Índice

A Comunicação e a Informação.....	7
Apresentação.....	8
Objetivos de aprendizagem	8
Âmbito de conteúdos	8
Conceitos de comunicação e informação	9
Elementos do processo da comunicação.....	12
A circulação da informação.....	15
Tipos de comunicação	17
A importância da comunicação.....	22
Normalização da correspondência	24
Receção e registo da informação	27
Expedição da documentação	29
Propostas de trabalho	36
Bibliografia.....	37
A Comunicação interna.....	39
Apresentação.....	40
Objetivos de aprendizagem	40
Âmbito de conteúdos	40
Tipos de comunicações internas	41
Memorandos	42
Notas e ordens de serviço	44
Comunicados internos.....	44
Reuniões e Assembleias	45
As convocatórias.....	45
As atas	47
Relatórios.....	51
Propostas de trabalho	57
Bibliografia.....	58

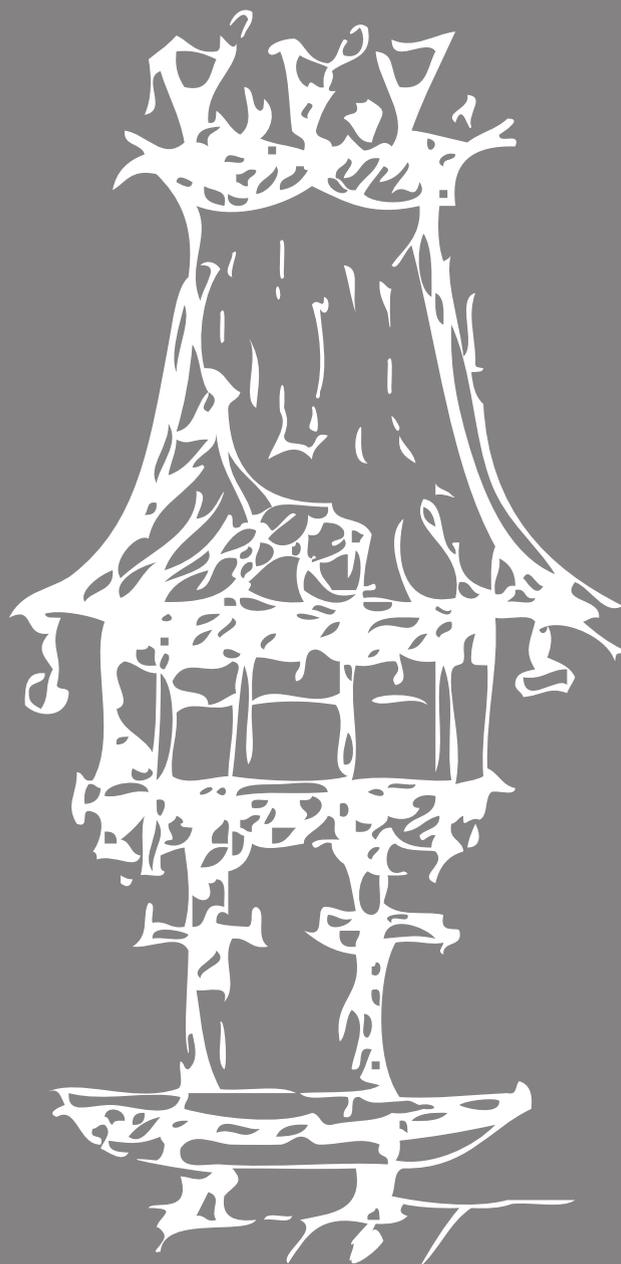


A Correspondência Comercial e Socioprofissional	61
Apresentação.....	62
Objetivos de aprendizagem	62
Âmbito de conteúdos	62
Correspondência Comercial	64
Carta	64
Circulares	72
Faxes / Mailings	72
Correio eletrónico.....	73
Correspondência Socioprofissional	77
Os Bancos e as Instituições Bancárias	77
Pedidos de crédito ou financiamento.....	79
Comércio internacional	80
Os Seguros e as Seguradoras	83
Os transportes e as deslocações.....	87
Propostas de trabalho	90
Bibliografia	91
A Correspondência Administrativa.....	93
Apresentação.....	94
Objetivos de aprendizagem	94
Âmbito de conteúdos	94
Comunicações administrativas.....	95
Ofícios.....	96
Avisos e notificações.....	99
Memoriais, petições e requerimentos.....	100
Procurações e protocolos	101
Atestados, certidões, certificados e declarações.....	103
Anúncios	106
Editais	107
Leilões e hastas públicas.....	108



Vocabulário das comunicações administrativas	109
Siglas e abreviaturas	109
Propostas de trabalho	116
Bibliografia	117







A Comunicação e a Informação

Módulo 10

Apresentação

Neste módulo, pretende-se identificar os elementos constituintes e intervenientes num processo de comunicação, bem como reconhecer a importância de um sistema de informação na empresa.

Objetivos de aprendizagem

- Compreender a importância da Comunicação numa organização.
- Analisar os elementos-base do processo de comunicação.
- Reconhecer os diversos tipos de comunicação.
- Compreender as questões relacionadas com a comunicação oral e escrita.
- Reconhecer a importância de uma comunicação eficaz.
- Conhecer os requisitos das diferentes comunicações escritas.
- Conhecer algumas normas nacionais e internacionais relativas à normalização do trabalho administrativo.
- Compreender todo o processo de receção, transmissão e registo da informação numa organização.
- Assegurar a expedição da correspondência, preenchendo corretamente os sobrescritos.
- Conhecer os serviços dos correios e outros meios associados à expedição da documentação.

Âmbito de conteúdos

- Conceitos de Comunicação e Informação
- Elementos do Processo da Comunicação
- A Circulação da Informação
- Tipos de Comunicação
- A Importância da Comunicação
- Normalização da Correspondência
- Receção e Registo da Informação
- Expedição da Documentação



Conceitos de comunicação e informação

O vocábulo **comunicar** vem do latim, *communicāre*, “dividir alguma coisa com alguém”». Comunicar significa tornar comum uma informação, uma ideia ou uma atitude. Comunicar é uma forma de transmitir ideias e todo o tipo de informações, mas também é gesticular, falar, escrever e também estabelecer uma ligação de compreensão entre quem emite e quem recebe.

A comunicação é uma ponte que transporta essa informação, ideia ou atitude de uma pessoa a outra ou de uma organização a outra. A comunicação está contida no nosso ambiente social. É impossível dissociar a nossa vida e as nossas necessidades da comunicação.



Comunicação é a forma como as pessoas se relacionam entre si, dividindo e trocando experiências, ideias, sentimentos, informações, modificando mutuamente a sociedade onde estão inseridas. Sem a comunicação, cada um de nós seria um mundo isolado. Todo o ser humano tem capacidade de comunicar, mas muitas vezes o processo comunicacional não é eficaz, comprometendo significativamente a qualidade das relações interpessoais e de grupo assim como os resultados da organização.

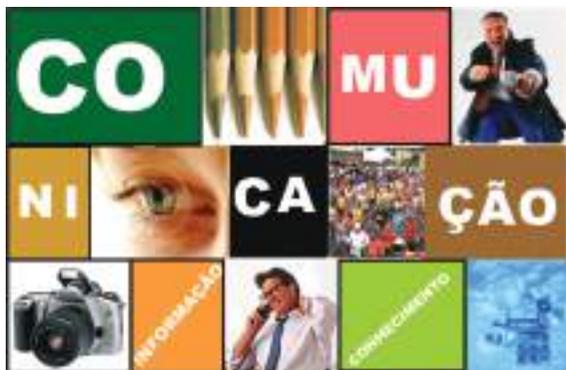
A comunicação é o processo pelo qual a informação é trocada, compreendida e compartilhada por duas ou mais pessoas, geralmente com intenção de influenciar o comportamento. Não significa apenas enviar uma informação, mas sim torná-la comum entre as pessoas envolvidas.

Podem ser utilizados vários canais de comunicação para transmitir as informações. Uma das tarefas do especialista de marketing é a combinação ideal (o *mix* de comunicação) que permite alcançar mais facilmente os objetivos visados. Conforme os produtos, os mercados e a envolvente contextual, assim se doseia a combinação das diferentes ferramentas. Nos produtos de grande consumo, a publicidade e a promoção de vendas



são mais frequentemente utilizadas; já nos produtos industriais é mais utilizada a força de vendas.

Uma empresa que pretenda ser dinâmica e competitiva precisa de ser ágil e capaz de responder, de uma forma imediata, à procura dos clientes e desafios dos concorrentes.



Para dar a conhecer produtos, para atrair potenciais clientes, para alterar atitudes e comportamentos dos consumidores é importante que se estabeleça uma comunicação entre a empresa e o público. Comunicar é fundamental para as empresas. Nos dias de hoje, na era da

informação em que vivemos, o fator de produção absolutamente mais decisivo já não é o capital ou a terra ou a mão-de-obra, mas sim o conhecimento.



A palavra informação vem do latim *informatio, onis*, (“delinear, conceber ideia”), ou seja, dar forma ou moldar na mente. A **informação** é a ação e efeito de informar (= dar a alguém a notícia de alguma coisa). A informação é a qualidade da mensagem que um emissor envia para um ou mais recetores.

A informação enquanto conceito, carrega uma diversidade de significados, do uso quotidiano ao

técnico. Genericamente, o conceito de informação está intimamente ligado às noções de restrição, comunicação, controle, dados, forma, instrução, conhecimento, estímulo, percepção e representação de conhecimento.

A comunicação é percepção, cria expectativas e propõe exigências.

A informação aumenta o conhecimento e comunica novidades.

Desta maneira, podemos dizer que a informação complementa a comunicação, já que o que se comunica é a informação nas mensagens. Assim, a comunicação dá um passo a mais nas relações entre os interlocutores. Provoca comportamentos, mediante a criação de expectativas, entre outros.



De modo geral, a diferença fundamental entre informação e comunicação reside na resposta do interlocutor (*feedback*). Enquanto que a informação não precisa de *feedback*, a comunicação sim, para poder seguir e estabelecer-se.

Portanto, Informar é um ato que ocorre de forma unilateral, envolvendo a pessoa que tem a informação a dar. Já comunicar implica tornar algo comum, fazer-se entender, provocar reações no interlocutor.

Outra das diferenças básicas que podemos encontrar reside no objetivo final da comunicação e da informação.

Assim, os objetivos da informação são:

- Transmitir toda a informação necessária para a tomada de decisões
- Influenciar a atitude de todo o pessoal da empresa, para que seus objetivos e atividades estejam em harmonia com os objetivos e operações da empresa

Os processos de comunicação, por sua parte, são ferramentas sociais que permitem a interação humana, ou seja manter um mínimo de interdependência entre distintos elementos: indivíduos, grupos, oficinas, escritórios, departamentos, serviços, etc., que a organização requer para seu sistema interno.

A informação transfere-se através de mecanismos de comunicação:

- Os interlocutores
- O tipo de comunicação
- Os canais de comunicação
- A interação entre os canais de comunicação, os indivíduos e os grupos
- As redes de comunicação empregadas

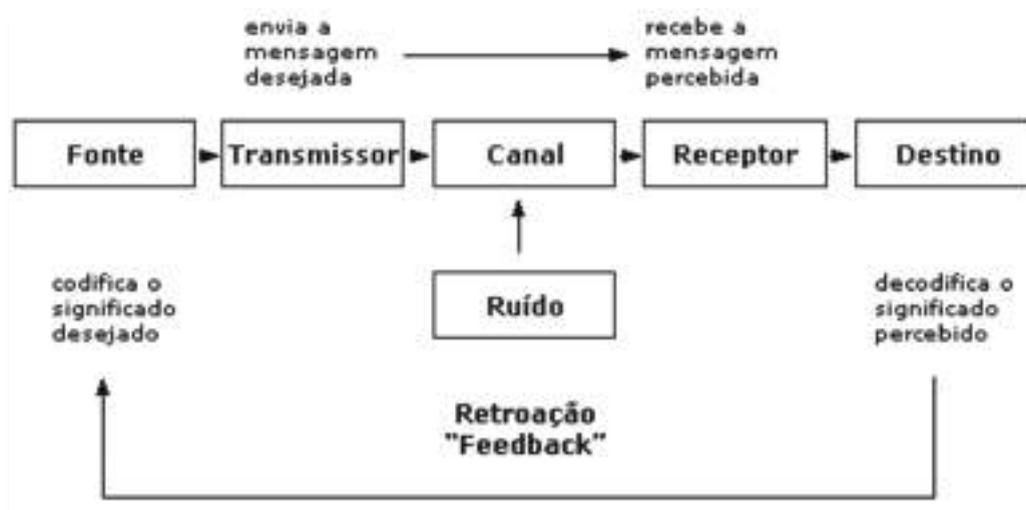


Elementos do processo da comunicação

A comunicação é uma das formas pelas quais os homens se relacionam entre si. A comunicação manifesta a relação social que existe entre as pessoas. É o processo de transmitir a informação e a compreensão de uma pessoa para outra.

Se não houver esta compreensão, não ocorre a comunicação. Se uma pessoa transmitir uma mensagem e esta não for compreendida pela outra pessoa, a comunicação não se efetivou.

Apresentamos, de seguida, um modelo do processo de comunicação, em que os seus elementos são:



Fonte: Chiavenato, 1998

Fonte – é quem transmite a mensagem (a pessoa ou as pessoas). A fonte dá início ao processo e à mensagem, podendo transmitir informações, atitudes, comportamento e conhecimento ao destinatário. A fonte codifica a sua ideia através de palavras, gestos, sinais, etc. A mensagem é enviada através de um transmissor.

Transmissor – é o meio ou aparelho utilizado para codificar a ideia em forma de mensagem (ex.: o aparelho de telefone).

Canal – é o meio escolhido através do qual a mensagem flui entre a fonte e o destino. É o espaço ou ambiente que medeia os elementos envolvidos no processo de comunicação. Pode ser também o meio escrito ou falado utilizado para produzir a mensagem (ex.: fio condutor que liga um aparelho telefónico ao outro).



Recetor – é o meio ou o aparelho que descodifica ou interpreta a mensagem. A experiência e o conhecimento são importantes para que a mensagem possa ser adequadamente interpretada.

Todavia, a mensagem pode ser distorcida pelo destinatário, pelas seguintes razões: o recetor não conhece a codificação e não sabe descodificá-la; o recetor tem dificuldade em interpretar a codificação; o recetor não está exatamente sintonizado no canal (por cansaço, ansiedade, desatenção ou desinteresse).

Destino – é a pessoa ou grupo de pessoas, organização, que deve receber a mensagem e compartilhar o seu significado.

Ruído – é o termo que indica qualquer distúrbio indesejável dentro do processo de comunicação e que afeta a mensagem enviada pela fonte ao destino (ex.: linha cruzada).

A retroação ou *feedback* é o processo pelo qual o destinatário recebe e assimila a comunicação e retorna o que ele percebe a respeito da mensagem desejada. Ocorre quando o destinatário responde à fonte com uma mensagem de retorno. Ela permite que se verifique se o destinatário recebeu e interpretou corretamente a mensagem. Se a reação do destinatário não é adequada, a fonte pode concluir que a comunicação não foi bem-sucedida.

O processo de comunicação pode ser eficiente e eficaz. A eficiência está relacionada com os meios utilizados enquanto a eficácia está relacionada com o objetivo de transmitir uma mensagem com significado.

Vejamos, então:



Comunicação eficiente	Comunicação Eficaz
O emissor fala bem	A mensagem é clara e objetiva
O transmissor fala bem	O significado é consoante
O canal tem pouco ruído	O destinatário compreende a mensagem
O recetor funciona bem	A comunicação é completada
O destinatário ouve bem	A mensagem torna-se comum
Não há ruídos ou interferências internas ou externas	O destinatário fornece feedback ao emissor, indicando que compreendeu perfeitamente a mensagem enviada



Desenvolver e implementar um sistema de comunicação eficaz é o grande desafio que as organizações enfrentam, já que muitos problemas podem ser frutos de falhas de comunicação.

“Grandes homens como Henry Ford (fundador da Ford) e Theodore Roosevelt (Presidente dos Estados Unidos, entre 1901 e 1909), tinham como atitude primordial a comunicação eficaz”.

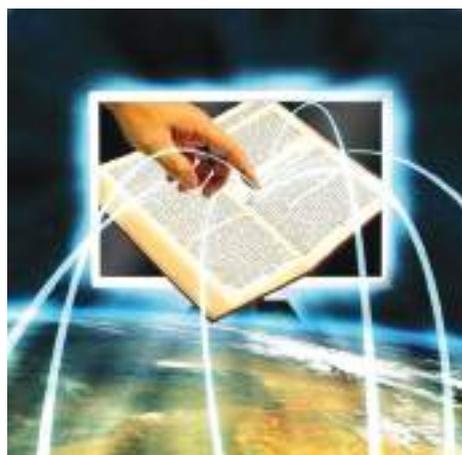
Fonte: administradores.com.br.



A circulação da informação

A informação é atualmente um recurso crucial para a atividade humana. De facto, considerando a produção de bens e serviços ou simplesmente a satisfação de necessidades de cada indivíduo, quer na sua qualidade de profissional, quer na qualidade de cidadão, a informação assume um papel de crescente importância.

É exigida informação, para a tomada de decisão ou ação. Desta forma, todos os recursos que assegurem a melhor qualidade da informação, a sua mais fácil distribuição, recolha e apresentação, são determinantes para o desempenho de pessoas e organizações.



Uma empresa em atividade é, por natureza, um sistema aberto e interativo suportado por uma rede de processos articulados, onde os canais de comunicação existentes dentro da empresa e entre esta e o seu meio envolvente são irrigados por informação.

A empresa, ao atuar num mercado cada vez mais global, está em estado de “necessidade de informação” permanente, a vários níveis, pelo que a informação constitui o suporte de uma organização e é um elemento essencial e indispensável à sua existência. A organização que dispuser de informação de boa qualidade, fidedigna, em quantidade adequada e no momento certo, adquire vantagens competitivas. Mas, a falta de informação transmite erros e a perda de oportunidades.

A gestão moderna exige que a tomada de decisão seja feita com o máximo de informação. As novas tecnologias de informação e comunicação vieram permitir gerir a informação em novos moldes, agilizando o fluxo das informações e tornando a sua transmissão mais eficiente (gastando menos tempo e menos recursos) e facilitando, por sua vez, a tomada de decisão. A utilização das tecnologias de Informação e comunicação constituem a plataforma ideal para que a empresa possa efetuar trocas de informação e comunicação; consolidar a sua relação com o cliente através de marketing relacional; chegar a novos mercados, por exemplo por via de uma estratégia de internacionalização; criar novos produtos e serviços; assegurar processos de negócio mais eficientes; reduzir



custos; potenciar a atração de investimento/parcerias a montante ou jusante da cadeia de valor e aproveitar para sensibilizar um dos principais ativos da empresa, os seus Recursos Humanos, para novos desafios relacionados com a nova era do conhecimento. Estes são apenas alguns aspetos de que a empresa poderá beneficiar para que possa garantir uma melhor preparação, para enfrentar a concorrência e assegurar uma maior competitividade no seu mercado.

O acesso à informação e a capacidade de, a partir desta, extrair e aplicar conhecimentos são vitais para o aumento da capacidade concorrencial e o desenvolvimento das atividades comerciais num mercado sem fronteiras. As vantagens competitivas são agora obtidas através da utilização de redes de comunicação e sistemas informáticos, que interconectem empresas, clientes e fornecedores.



Tipos de comunicação

Como já foi referido, a comunicação é, então, um processo pelo qual nós atribuímos e transmitimos significado numa tentativa de criar entendimento compartilhado.

A estrutura de uma organização é uma rede de comunicações através da qual circula um fluxo de informação em vários sentidos e em diferentes direções, percorrendo a estrutura no seu conjunto: comunicação formal/informal, comunicação descendente/ascendente/horizontal/oblíqua, comunicação escrita/comunicação oral/visual. Estas diferentes formas de comunicação são consideradas como comunicação interna, isto é, feita para e com os membros da organização. Visam, de uma forma geral, a valorização dos recursos humanos, a sua integração nos objetivos da organização e a motivação para os atingir.

A comunicação externa é a que se estabelece entre a própria empresa e a sua envolvente, de que fazem parte, entre outros, os clientes, os fornecedores, a administração pública, os sindicatos, a comunicação social e associações de índole variada. A comunicação externa desenvolve-se, geralmente, através de cartas comerciais, informação ao cliente e aos fornecedores (*newsletters*), publicidade, relatórios anuais de contas e ainda através de telefone e fax. A videoconferência permite reuniões face a face entre pessoas distantes, recorrendo a meios eletrónicos.



- **Comunicação Verbal**

Trata-se de uma capacidade humana que se manifesta por meio das diversas línguas existentes no mundo.





Cada uma delas emprega um número reduzido de sons produzidos pelos órgãos vocais aos quais se associam determinados sentidos, o que possibilita a transmissão de um número infinito de informações, com grande economia de recursos.

Essa maneira peculiar de reprodução de sons permitiu que o homem desenvolvesse a comunicação verbal e se fizesse entender. Seja a sussurrar, falar, gritar, a fala só é possível quando existe o outro e este entende o que está a ser dito.

A comunicação verbal é, então, aquela em que a mensagem é constituída pela palavra.

Pode ser:

- Oral. Exemplos: Diálogo entre duas pessoas; ordens; pedidos; colóquios; rádio; Tv; telefone, etc.
- Escrita. Exemplos: Cartas; telegramas, bilhetes, cartazes; folhetos, jornais, livros, etc.

- **Comunicação Não-Verbal**

A comunicação não-verbal processa-se através dos gestos, das posturas, das expressões faciais, das utilizações da voz e do silêncio, do vestuário, dos objetos de que nos fazemos cercar, da relação que estabelecemos, quer com esses objetos, quer entre nós.

Todas estas formas de linguagens não-verbais exprimem e comunicam ideias, sentimentos e emoções, acompanham, reforçam e chegam a substituir a linguagem verbal, delineando significações e conferindo uma vivência mais profunda e autêntica à **comunicação**.

Podemos cessar a comunicação verbal, simplesmente, não a utilizando. Ao contrário

da comunicação verbal, que se faz por intermédio de signos discretos, a comunicação não-verbal é contínua e ininterrupta. O que significa que nunca podemos impedir a comunicação não-verbal, mesmo que esta não seja deliberada e intencional.



A comunicação não-verbal pode ser efetuada através de:

- Postura
- Espaço Interpessoal
- Gesticulação
- Expressão Facial / Sorriso
- Contacto Visual

Gestos

- Acompanham a linguagem falada e reforçam a mensagem verbal.
- Os gestos são aprendidos e estão limitados pela sociedade e cultura onde estamos inseridos.
- Aprendemos a utilizar um código gestual e interpretamo-lo. Os gestos ajudam a interpretar o conteúdo das comunicações, definir os papéis e os desempenhos sociais.



Postura

A forma como nos posicionamos transmite aos outros se estamos interessados em estabelecer contacto ou se estamos interessados no que eles têm para dizer.

Ex: braços ou pernas cruzadas para longe do outro indicam desinteresse; uma postura corporal aberta indica relaxamento e interesse num contacto mais próximo.



Expressões faciais / Sorriso

Quando comunicamos, o nosso corpo também fala. As nossas expressões faciais comunicam os nossos sentimentos, emoções e reações, intencionalmente ou não.

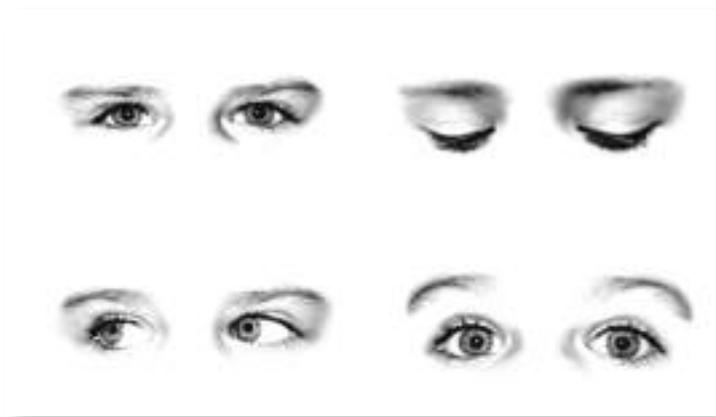
Através da nossa expressão facial podemos postar respeito ou desrespeito para com os outros.



Contacto Visual

É algo muito potente. A sua ausência é entendida como desonestidade, ansiedade ou desinteresse. É também uma oportunidade perdida da nossa parte, pois não conseguimos aperceber-nos das reações do outro.

Em contrapartida, quando estabelecemos um contacto visual, transmitimos interesse. Olhar os outros nos olhos também nos permite saber do seu interesse em nós ou em algo que estão a observar.



Espaço interpessoal

Silêncios

- Fazem parte integrante da comunicação
- Bastante frequentes nas relações interpessoais



- Embaraçosos
- Criam um vazio nas relações afetando-as
- Momentos de profunda troca de emoções e sentimentos
- Fundamentais, porque, para escutar o outro, é preciso estar em silêncio

Toque

- Abraço – muitas vezes intimidada pelo medo de não ser correspondido

Acenar com a cabeça

- Permite-nos transmitir aos outros que estamos a compreender aquilo que estão a dizer e incentiva-os a continuar.
- Existem algumas pessoas que não usam esta linguagem gestual, transmitindo uma mensagem de discordância, desinteresse ou confusão relativamente ao assunto.

Roupa e adornos

- A maneira como nos vestimos comunica algo aos outros, não só através das cores (alegres, garridas ou escuras), mas através dos tecidos e do corte utilizado. Ex: uniformes - através deles, é poss reconhecer o papel desempenhado pela pessoa.



Tempo

É necessário conhecer em relação a cada sociedade ou cultura, a sua percepção do tempo, porque o modo como este é vivido afeta a comunicação interpessoal.



A importância da comunicação



Um bom sistema de comunicação é o que fará com que todos, dentro da empresa, trabalhem na mesma direção, focalizando os esforços para alcançar os mesmos objetivos. E é este sistema que fará com que clientes, fornecedores e outras pessoas externas à organização entendam qual é a função da empresa na sociedade. Não adianta empenhar tempo e dinheiro na elaboração de projetos se a empresa não é capaz de transmitir as suas ideias de maneira clara e precisa aos seus colaboradores, parceiros e clientes.

A comunicação é importante em qualquer coisa que envolve mais de uma pessoa. É através dela que empresa, sociedade, família e todos os outros grupos se entendem, se relacionam e se desenvolvem. A boa comunicação faz a união e a união faz a força. E é assim que se alcança o sucesso.

Uma comunicação eficiente e eficaz é efetivamente o fator mais importante no sucesso de uma empresa. O relacionamento entre as pessoas só é possível através da comunicação. A comunicação perfeita é quando o que é transmitido pelo emissor é entendido pelo recetor. A comunicação se for bem gerida e administrada oferece a qualquer empresa agilidade e clareza, sendo ela é responsável pelo desenvolvimento humano e da sua organização. Tudo é construído ou destruído pela comunicação ou falta dela.

Em todas as esferas da atividade humana, as mais variadas estão sempre relacionadas com a utilização da comunicação. Desta forma, podemos perceber que a comunicação como um todo, serve para organizar e controlar.

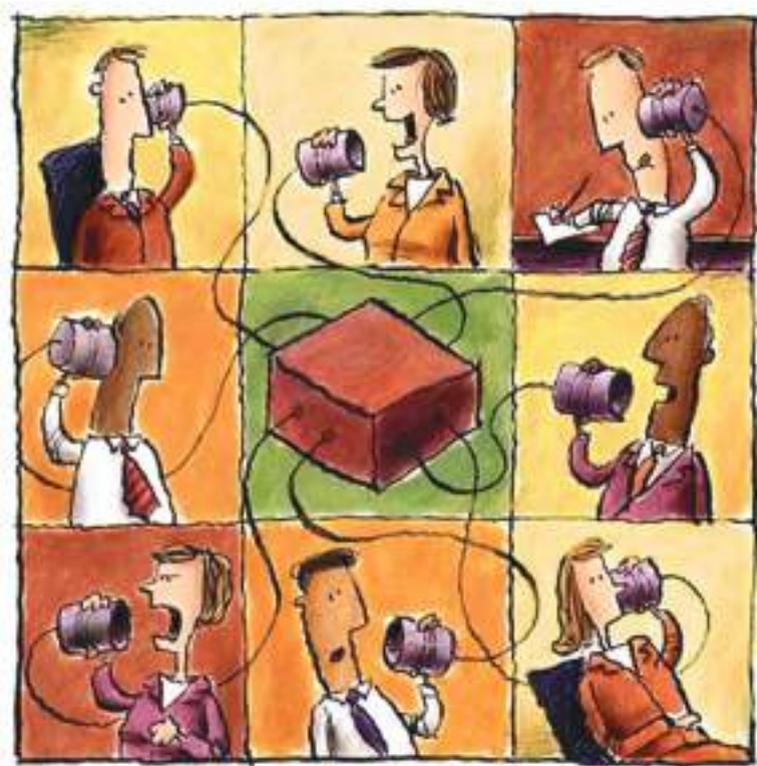
A comunicação é um fator decisivo para a imagem de uma empresa no mercado. É fundamental possuir uma estratégia global de comunicação eficaz e adaptada à realidade da empresa. Uma estratégia bem elaborada permitirá que todos os seus esforços de comunicação sejam coerentes, coesos e contínuos. É, em suma, o instrumento que permite transformar as orientações do planeamento de marketing em ações de comunicação concretas e eficazes.



Gerir uma empresa implica facilitar a compreensão entre as pessoas com diferentes pontos de vista, através de informações claras e confiáveis.

Uma das questões mais importantes para as empresas de todo o mundo é o modo como as pessoas comunicam entre si e, conseqüentemente, como lidar internamente com a comunicação, de modo a obter uma cultura favorável aos objetivos pretendidos pela organização.

Verifica-se que a comunicação é importante para o acompanhamento e a avaliação de resultados obtidos na organização como um todo. Envolver as pessoas, por sua vez, implica compartilhar os sentimentos de missão, a capacidade de agregar valor e de contribuir para o sucesso da empresa.



Normalização da correspondência

A Normalização é a atividade destinada a estabelecer, face a problemas reais ou potenciais, disposições para a utilização comum e repetida, tendo em vista a obtenção



do grau ótimo de ordem, num determinado contexto. Consiste de um modo particular, na formulação, edição e implementação de normas.

Uma norma é um documento estabelecido por consenso e aprovado por um organismo reconhecido, que define regras, linhas de

orientação ou características para determinadas atividades ou seus resultados. Estas são destinadas a uma utilização comum e repetida, visando atingir um grau ótimo de ordem, num dado contexto.

A Normalização é visualizada num conjunto de regras respeitantes aos diversos setores de atividade de uma sociedade organizada, tendo como limites de aplicação as fronteiras de um país (normas nacionais) ou abrangendo um campo mais vasto de aplicação e sendo adotadas e reconhecidas por diversos países (normas internacionais).

A tendência é para os países adotarem as normas internacionais, tendo em vista uma uniformização e uma simplificação das relações entre os povos, permitindo assim uma mais fácil relação entre pessoas e bens. A integração de um país numa organização internacional, como por exemplo a C.E.E, obriga a que a sua legislação se adapte às normas utilizadas pelos países que já fazem parte desse organismo.

É frequente verificar-se a aplicação de normas internacionais no fabrico de



determinados produtos, pela análise da embalagem. Quando esses produtos têm características dentro dos padrões definidos por normas internacionalmente adotadas, é costume conter nas embalagens as abreviaturas DIN, ASA ou ISO.



Assim, a necessidade de normas internacionalmente aceites também surgiu para as dimensões do papel. A uniformização dos formatos de papel, bem como os serviços de correspondência, pelas normas já existentes em outros países aderentes à ISO foi efetuada com base nessas normas internacionalmente reconhecidas.

Alguns exemplos dessas normas:

- Norma para a normalização dos formatos de papel;
- Norma para a normalização dos formatos de cartas e ofícios – formato A4 (1ª página);
- Norma para a normalização dos formatos de cartas e ofícios – formato A4 (1ª página de continuação);
- Norma para a normalização dos formatos de sobrescritos;
- Norma para a normalização dos formatos de ofícios e cartas para comunicações curtas;
- Norma para a normalização de escrita de números;
- Norma destinada a fixar as dimensões das fichas e das medidas interiores das gavetas ou caixas que as contenham;
- Norma destinada a estabelecer um sistema de numeração das divisões e subdivisões do documento escrito;
- Norma destinada a indicar a forma de apresentação inteiramente numérica das datas do calendário, definidas apenas pelos elementos: ano, mês, dia.

Quanto às normas relativas à correspondência, dever-se-ão ser observadas as seguintes regras:

- utilizar os pronomes de tratamento, os vocativos, os destinatários e os endereçamentos corretamente;
- utilizar a fonte do tipo *Times New Roman* de corpo 12 no texto em geral, 11 nas citações, e 10 nas notas de rodapé;
- para símbolos não existentes na fonte *Times New Roman* poder-se-á utilizar as fontes *Symbol* e *Wingdings*;
- é obrigatório constar a partir da segunda página o número da página.



No caso de comunicação interna, o destinatário deverá ser identificado pelo cargo, não necessitando do nome do seu ocupante. Exceção para casos em que existir um mesmo cargo para vários ocupantes, sendo necessário, então, um vocativo composto pelo cargo e pelo nome do destinatário em questão.

Exemplo:

Ao Senhor Assessor

António Costa

Quando um documento estiver a responder à solicitação de um outro documento, deve-se fazer referência à espécie, ao número e à data ao qual este se refere.

O assunto que motivou a comunicação deve ser introduzido no primeiro parágrafo, seguido do detalhe e depois a conclusão. Se contiver mais do que uma ideia deve-se tratar dos diferentes assuntos em parágrafos distintos.

A referência ao ano do documento deverá ser feita após a espécie e número do expediente, seguida de sigla do setor/secção/departamento que o expede.

CERTO: Ofício nº 25/2012 – DAI/TCE

ERRADO: Ofício nº 25/TCE/DAI -2012

Os pronomes de tratamento (ou de segunda pessoa indireta), embora se refiram à segunda pessoa gramatical (à pessoa com quem se fala, ou a quem se dirige à comunicação), levam a concordância para a terceira pessoa:

Exemplos:

- Vossa Senhoria nomeará o substituto.
- Vossa Excelência conhece o assunto.

Da mesma forma, os pronomes possessivos referidos a pronomes de tratamento são sempre os da terceira pessoa: “Vossa Senhoria nomeará seu substituto” e não “Vossa Senhora nomeará vosso substituto”.

Já quanto aos adjetivos referidos a esses pronomes, o género gramatical deve coincidir com o sexo da pessoa a que se refere, e não com o substantivo que compõe a locução. Assim, se o interlocutor for homem, o correto é “Vossa Excelência está ocupado”; se for mulher, “Vossa Excelência está ocupada”.



Receção e registo da informação

A receção é o primeiro passo do percurso que a correspondência percorre numa organização, ou seja o primeiro passo do circuito documental existente numa organização.

O correio que todas as empresas recebem e que compreende o conjunto de documentos administrativos, cartas, impressos, etc., é geralmente entregue na empresa, por um dos funcionários dos CTT. É frequente também, nos dias de hoje, a empresa possuir um “apartado”



ou “caixa postal” devendo, então, o departamento do correio encarregar um funcionário de levantar diariamente, a uma hora estipulada, a correspondência. Neste caso, a empresa não necessita de se cingir ao horário rígido de distribuição dos correios.

Quando a organização apenas faz o registo da correspondência postal, preceder-se-á em primeiro lugar à sua triagem, separando de imediato os envelopes que não puderem ser abertos. Se não houver instruções de que se deverá abrir todo o correio recebido na morada da organização, a correspondência a distribuir fechada será aquela que vier indicada como pessoal, particular ou confidencial.

A restante correspondência poderá, em princípio, ser aberta e registada, ainda que mencione um nome no endereço do destinatário.

Será de evitar, pelo espaço que ocupam em arquivo, a conservação dos envelopes, exceção feita para os casos em que a correspondência:

- tenha sido enviada registada e/ou com aviso de receção;
- diga respeito a um concurso, abertura de vaga, contencioso ou outra situação no âmbito da qual exista uma data limite de envio ou seja necessário considerar um prazo;
- tenha indicada uma data que não corresponde, proximamente, àquela que figura no envelope ou ao dia em que foi recebida;
- não contenha identificação do remetente;
- mencione um endereço no envelope que não corresponda àquele que figura no documento.



Depois da triagem feita, será então mais fácil abrir e registrar a correspondência. Geralmente, nas grandes empresas, esta fase da correspondência concentra-se num só departamento. O registo da correspondência deverá ser, pelo menos, datado. Algumas instituições, para além de aporem a data com recurso a um datador, fazem também carimbar a correspondência com o número de referência resultante do processo de registo (em regra, a numeração é sequencial e anual) e/ou do processo em que esta se enquadra.

O registo será manual ou informático, com recurso a uma base de dados ou a um programa de gestão documental. Neste último caso, será possível digitalizar de imediato a documentação, permitindo agilizar a sua divulgação através de *e-mail* ou da rede interna (intranet) da organização.



Em termos de registo de correspondência, os dados a tomar nota referem-se, em regra, à referência atribuída, ao número de processo (se existir), à data da receção, à data que consta da correspondência, ao remetente, ao destinatário interno, ao descritivo e às observações, que poderão ser introduzidas em livro, folha ou base de dados.

Relativamente às comunicações recebidas por fax ou *e-mail*, muitas organizações não procedem ao seu registo, sobretudo no caso das mensagens enviadas por correio eletrónico, já que estas entram diretamente nas caixas dos seus destinatários, sendo difícil controlar a sua receção e envio.



Expedição da documentação

A urgência, importância e prioridade de uma dada comunicação determinarão o modo como esta será remetida ao destinatário, devendo este ficar definido antes da sua redação e/ou impressão, já que é útil mencionar no texto a forma de envio (debaixo da data, no assunto, etc.). O meio selecionado tem igualmente impacto na celeridade com que a correspondência chegará ao destinatário e nos custos de expedição.



As formas mais comuns de remeter documentação dizem respeito ao envio:

Pessoalmente

- P.M.P. (Por mão própria) – entregue ao destinatário por portador, quer este seja um colaborador da empresa ou um estafeta externo (neste caso, em regra, é preenchido um formulário onde depois é recolhida a assinatura do destinatário).
- Por protocolo – entregue ao destinatário por portador, quer este seja um colaborador da organização ou um estafeta externo. Em ambas as situações, o destinatário terá que assinar um livro, afirmando ter recebido a correspondência em causa.

Via CTT

- Correio normal.
- Correio Azul Nacional - é entregue em 24 horas e aplica-se à correspondência até 2 kg.
- Correio Registado - permite confirmar o envio ao destinatário.
- Com Aviso de Receção – permite confirmar a entrega ao destinatário, com a receção do comprovativo respetivo.
- Correio Azul Internacional – é entregue até 2 dias úteis na Europa e 5 dias no resto do Mundo e aplica-se à correspondência até 2 kg.



- Correio Verde Nacional ou Internacional – o envelope terá que ser pré-comprado, mas dispensa pesagem ou selagem.

Por Encomenda – Correspondência entre 2 kg e 20 kg, no caso dos CTT.

Via Courier – Será expresso porta a porta, nacional ou internacional. Existem diversas soluções em termos de prazos de entrega, volumes, pesos, modos de envio e, por conseguinte, de preços.

Por Camionagem – Os envios também poderão ser despachados por este meio, podendo o peso ser superior a 2 kg por volume.

Os envelopes mais utilizados nas organizações são os DL, C5 e C4, devendo ser selecionados em função do formato e tamanho (peso/número de folhas) da correspondência a expedir. O tamanho e peso do envelope ou saco/bolsa, bem como o seu peso, também terão impacto no custo de expedição.

Tipo	Dimensões	Utilização
DL	11 por 22 cm	Tamanho mais comum, com ou sem janela, destinando-se, em regra, a folhas A4, ou de tamanho inferior (cartões, etc.).
C5	16,2 por 22,9 cm	Geralmente saco, com ou sem janela, destinando-se, em regra, a folhas de papel A4.
C4	22,9 por 32,4 cm	Geralmente saco, com ou sem janela, destinando-se, em regra, a folhas de papel A4.

No sentido de garantir a confidencialidade da correspondência a enviar, as folhas deverão ser dobradas da seguinte forma:

Envelope	Dobragem
DL	Em harmónio, no sentido de se poderem ver os dados do destinatário no caso de envelope de janela, mas impedindo que se consiga ler o resto do texto pela transparência, se o sobrescrito não for totalmente opaco.
C5	Dobrada sobre si mesma, isto é sem deixar ver o texto.
C4	Quando a natureza da correspondência o ditar, terá que ser colocada uma folha branca entre o envelope e a primeira página.



Quando a correspondência for de natureza confidencial, poder-se-á reforçar a segurança do sobrescrito recorrendo à utilização de:

- Fita-cola: A fita-cola será aplicada sobre uma assinatura, carimbo ou expressão na pala do envelope ou saco, já que a tentativa de o abrir fará danificá-los ou rasgá-los, sabendo-se desta forma se a correspondência foi violada.
- Lacre: O lacre, em regra, já só é usado no âmbito de concursos públicos. O pau de lacre é derretido em cima da pala do envelope ou saco e pressionado com um carimbo próprio ou com um objeto que permita obter uma impressão em relevo, como uma moeda ou um anel.
- Fita Sigilo: A fita sigilo - uma fita adesiva em rolo com uma cola especial e bordos serrilhados - tem vindo a substituir o lacre. Os bordos com serrilha impedem que a fita seja retirada por inteiro sem vestígios.



Hoje em dia, existem diversos tipos de selos de segurança com número de série (autoadesivos ou cadeados plásticos), que permitem atestar que os documentos remetidos não foram alterados (acrescidas folhas), o que resultaria obrigatoriamente na inutilização do selo.

Relativamente ao envio de uma correspondência registada, ela permite que o remetente comprove a sua entrega, já que o destinatário tem que assinar um talão.

A razão que nos leva a registar uma carta está ligada:

- à importância do seu conteúdo;
- ao material que com ela é inserido;
- à necessidade de comprovar que foi expedida ou quando se preveja essa necessidade.

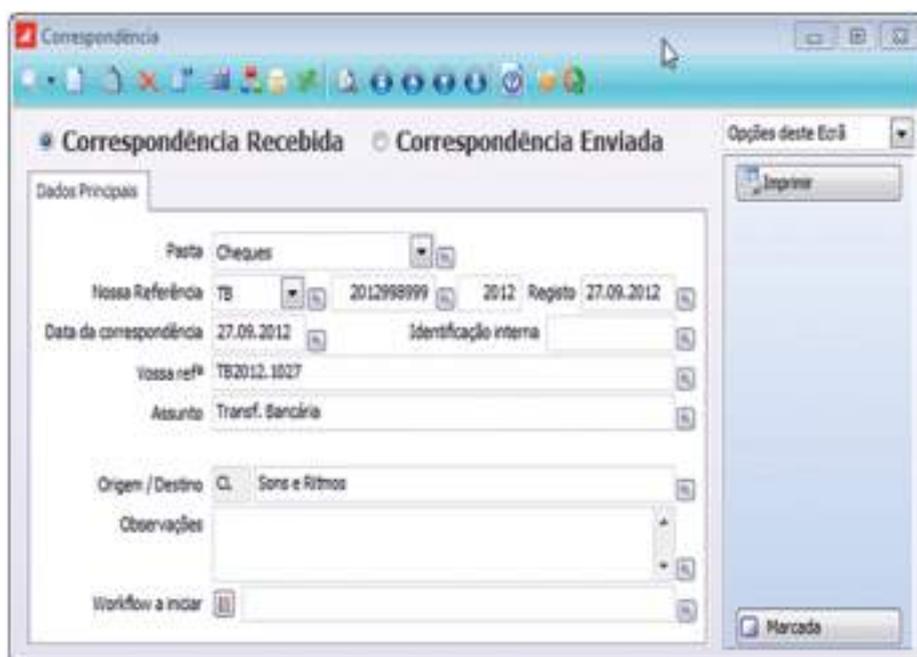
Talão de aceitação - Registo Simples, é o impresso que os C.T.T. põem à disposição do utente, para que este, quando ocorrer alguma das situações acima referidas, possa proceder ao registo da carta, mediante o pagamento de uma taxa. O extravio de correspondência registada dá lugar ao pagamento de uma indemnização ao utente, de

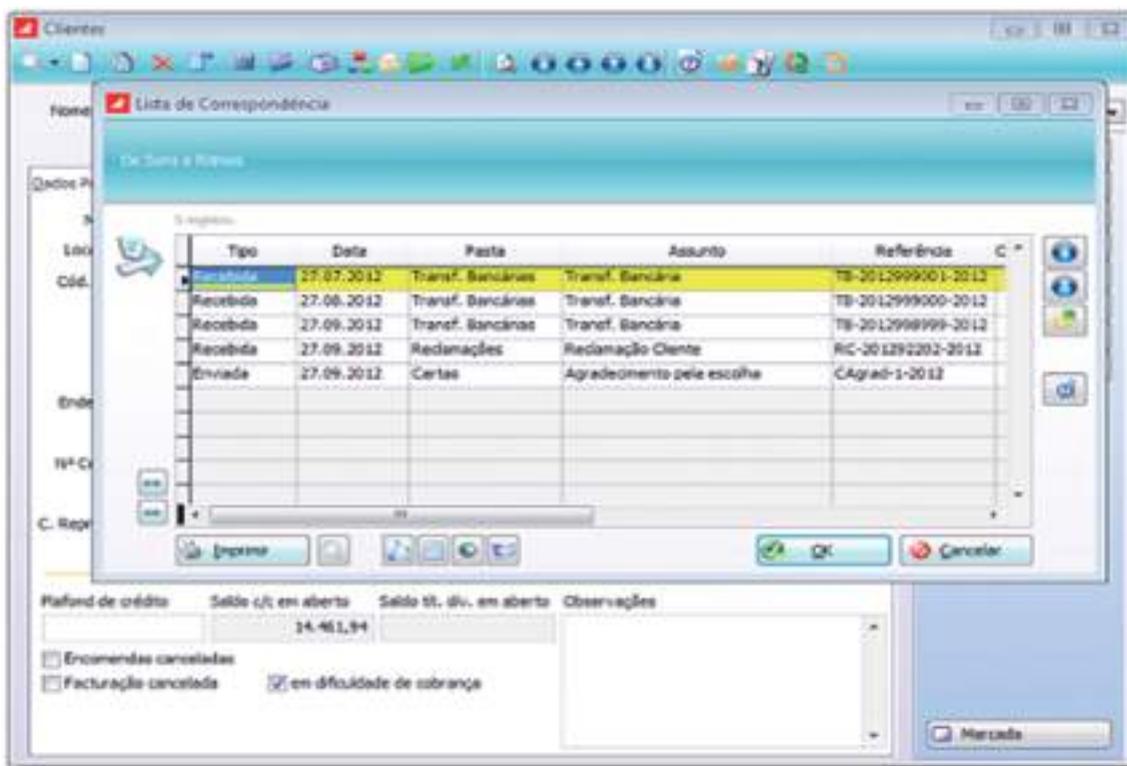




As correspondências entregues pessoalmente deverão ser enviadas em sobrescrito aberto, exceto se o seu portador for o estafeta (interno ou externo) da organização, mencionando-se, no envelope e no próprio documento, a expressão P.M.P.

Quando for importante ficar com um registo de entrega, utilizar-se-á o livro de protocolo, em que a zona à esquerda de cada espaço de registo será preenchida pelo remetente, devendo o destinatário depois assinar, legivelmente, no espaço identificado como “visto de receção”.





Ainda assim, por vezes, é preciso um confirmativo que faça mais claramente prova da correspondência que foi entregue, pelo que, quando esta não for de natureza confidencial, o envelope contendo o original seguirá aberto, acompanhado de uma cópia simples onde será recolhida a identificação do destinatário, assinatura legível, data e hora da entrega, após confirmação de que corresponde ao original deixado.

O correio urgente internacional será normalmente enviado por *courrier*, pelos CTT (SEM – Express Mail) ou por empresas privadas, como a DHL, SEUR, TNT, sendo o serviço, em regra, porta a porta, e havendo várias opções de prazos de entrega e preços. Cada envio é acompanhado de uma guia de remessa denominada Carta de Porte, sendo igualmente possível, através dos *sites* dos expedidores, introduzir o número do documento para ter acesso à informação sobre o estado do envio (entregue, em trânsito, etc.).

Relativamente ao correio a expedir via CTT, a maioria das organizações tem pontos de recolha definidos e horários, que condicionarão os tempos de redação, impressão e recolha de assinaturas, para que a correspondência possa ser registada e remetida para a estação mais próxima em tempo útil.



E por fim, recomenda-se que:

- toda a correspondência que seja expedida pela empresa deve possuir em arquivo a respectiva cópia;
- quando a correspondência for registada, juntamente com a cópia, deve ser arquivado um exemplar do talão de aceitação;
- no caso do registo ser com aviso de receção, este, após ser devolvido pelo destinatário com a respectiva assinatura, deve também ser arquivado com a cópia da correspondência.



Propostas de trabalho

1. Apresente a sua definição para comunicação e para informação.
2. Quais os elementos que compõem um processo de comunicação? Caracterize o elemento Fonte.
3. Enumere os tipos de comunicação que conhece.
4. Aponte os elementos através dos quais se efetua a comunicação não-verbal.
5. No seu entender, de que forma é que a “expressão facial” de uma determinada pessoa consegue comunicar?
6. Aponte as razões que justifiquem a importância da comunicação.
7. Supondo que é um técnico de Secretariado, como procederia para efetuar a receção e o registo da correspondência de uma empresa?
8. Como técnico de Secretariado, indique as formas mais comuns que conhece, para remeter a documentação de uma empresa.



Bibliografia

O professor que lecionar o módulo proporá os livros, revistas, endereços da internet ou outros recursos, para que os alunos possam desenvolver os seus estudos e pesquisas indispensáveis ao processo de aprendizagem.

A título de exemplo, sugere-se a seguinte bibliografia/recursos:

Livros

ALMEIDA, V. (2000), *A Comunicação Interna na Empresa*, Lisboa, Práxis.

AMARAL, Isabel (1997), *Imagem e Sucesso*, Lisboa, Editorial Verbo.

AMARAL, Isabel (2000), *Imagem e Internacionalização*, Lisboa, Editorial Verbo.

BARKER, Alan (1999), *Como Escrever Cartas Comerciais*, Mem Martins, Lyon Edições.

BORGES, Maria João (2009), *Secretariado – Uma visão prática*, Lisboa, ETEP – Edições Técnicas e Profissionais.

DRUCKER, P. (1993), *Gerindo para o Futuro*, Lisboa, Difusão Cultural.

GOUVEIA, L e Gaio, S (2004), *Sociedade da Informação: balanço e oportunidades*, Porto, Edições Universidade Fernando Pessoa.

LORENTE, M. José G. (2001), *Manual Prático da Secretária Eficiente*, Novakey España, S. L..

LOUREIRO, José e Filomena Silva (1995), **Área de Administração, Serviços e Comércio**, Lisboa, Texto Editora.

MEIRELES, Ana e Ana Sousa (1990), *Secretariado na Empresa*, Lisboa, Lisboa Editora.

OLIVEIRA, Maria da Luz et al (1997), *Trabalhos de Aplicação*, Lisboa, Texto Editora

PIMENTEL, Marília (1998), *Enciclopédia da Secretária*, Setúbal, Marina Editores.

SANTOS, Jorge e Maria Helena Lemos (1990), *O Trabalho Administrativo na Empresa*, Porto, Edições Asa.

Endereços da Internet

A gestão da informação: <http://www.ipv.pt>

Comunicação empresarial <http://dc429.4shared.com>

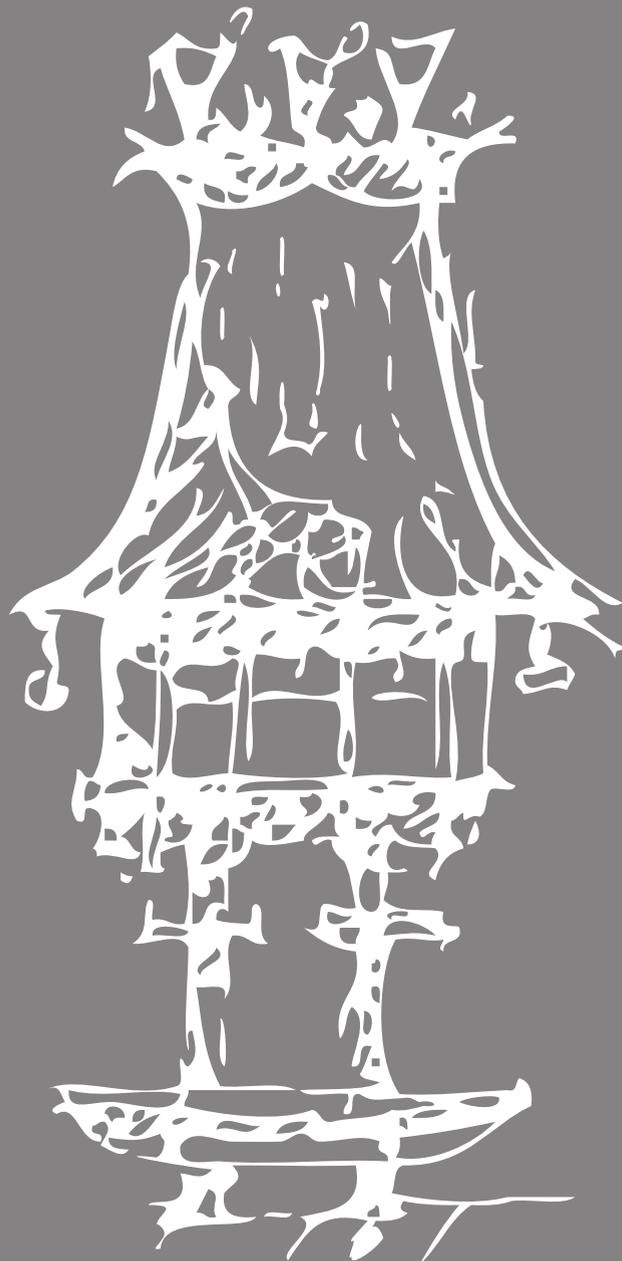
Comunicação organizacional - <http://www.fatesc.edu.br>

Comunicação e informação: <http://site.suamente.com.br>

Circulação da documentação: <http://www.notapositiva.com.pt>

<http://pt.wikipedia.org>







A Comunicação interna

Módulo 11

Apresentação

Na leção deste módulo pretende-se que os alunos reconheçam a importância que as comunicações internas assumem no bom funcionamento da empresa ou organização, transmitindo mensagens ou instruções de serviço, em diferentes formatos e denominações.

Objetivos de aprendizagem

- Compreender a importância que o profissional de Secretariado tem como principal elemento das comunicações internas numa organização.
- Enquadrar as comunicações internas nas situações de rotina administrativa.
- Conhecer as regras básicas para elaborar determinadas comunicações, tais como, relatórios, convocatórias e atas.
- Redigir documentos de comunicação interna.
- Trabalhar com outros meios de apoio a estas comunicações (telefax, *e-mail*)

Âmbito de conteúdos

• Tipos de Comunicações Internas

Memorandos e sua Estrutura

Notas e Ordens de Serviço

Comunicados Internos

• Reuniões e Assembleias

As convocatórias

As Atas

• Relatórios e seus requisitos



Tipos de comunicações internas

A comunicação interna é feita para e com os membros da organização. Visam, de uma forma geral, a valorização dos recursos humanos, a sua integração nos objetivos da organização e a motivação para os atingir.

A comunicação interna é definida como o esforço estabelecido nas organizações para que se estabeleça uma comunicação ágil e transparente entre todos os membros da empresa. Este esforço não deve ser estabelecido apenas na direção vertical, ou seja,

de cima para baixo na hierarquia empresarial, mas também no sentido horizontal, ou seja, entre membros de um mesmo patamar hierárquico.



Especialistas afirmam que há cinco «C's» para uma comunicação interna eficiente: clara, consistente, contínua, curta e completa.



A existência de uma política de comunicação interna nas empresas é essencial. Para sobreviver à forte concorrência empresarial da atualidade é fundamental fazer uma divulgação clara da missão, cultura, valores e objetivos da empresa aos seus colaboradores. A empresa deve ter uma política assente

numa linguagem comum e aberta a todos, na perspectiva da acessibilidade, e que não poderá ser estranha e incoerente à política de comunicação externa, pelo contrário, estas deverão estar bem adequadas.

Ao falarmos de comunicação interna na organização, falamos nos seguintes tipos de comunicação:

1. Comunicação vertical descendente



2. Comunicação vertical ascendente
3. Comunicação horizontal intraempresa
4. Comunicação diagonal

Comunicação vertical descendente

Este tipo de comunicação visa informar, dirigir e instruir os subordinados, fornecendo informação relacionada com as tarefas a desempenhar.

Faz-se, geralmente, através de:

- Memorandos;
- Ordens de Serviço;
- Despachos;
- Reuniões;
- Circulares;
- Manuais de procedimento;
- Intranet;
- Etc.

Memorandos

Memorando é uma palavra de origem latina, que significa “que deve ser lembrado; digno de memória”. O conceito tem, regra geral, várias definições e usos. Um memorando é, na sua aceção básica, uma comunicação interna utilizada pelas chefias na qual se expõe qualquer assunto referente à atividade administrativa. Também pode ser um bloco no qual se apontam as coisas que um indivíduo deve recordar. Pelas suas características de certa informalidade, o memorando deve ser elaborado com simplicidade e concisão.

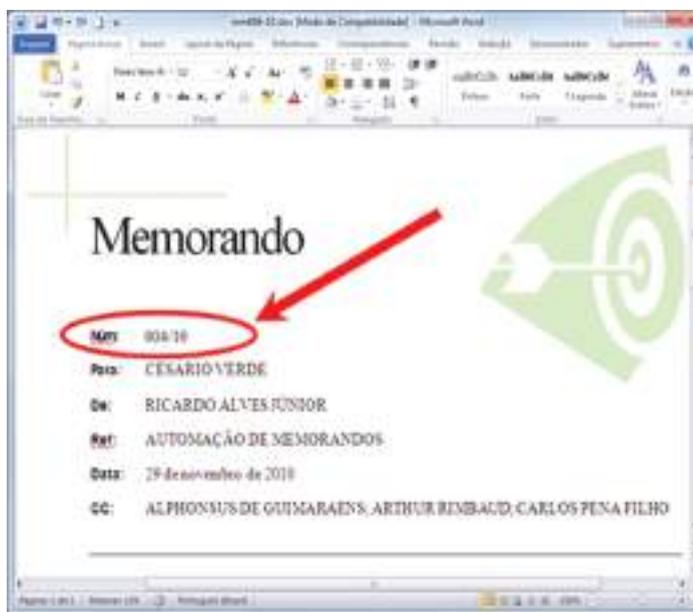
Usa-se quando:

- Se quer levar a muitas pessoas a mesma mensagem: informação, mudanças, promoções, regalias, reuniões;
- Acompanhar relatórios;
- Estimular o pensamento ou ações dos indivíduos.

Portanto, a sua característica principal é a agilidade. A tramitação do memorando em



qualquer órgão deve pautar-se pela rapidez e pela simplicidade de procedimentos burocráticos. Para evitar desnecessário aumento do número de comunicações, os despachos ao memorando devem ser dados no próprio documento e, no caso de falta de espaço, em folha de continuação. Esse procedimento permite formar uma espécie de processo simplificado, assegurando maior transparência à tomada de decisões, e permitindo que se descreva o andamento da matéria tratada no memorando. Obedece a uma numeração.



Forma e Estrutura

Quanto à sua forma, o memorando segue o modelo do padrão ofício, com a diferença de que o seu destinatário deve ser mencionado pelo cargo que ocupa.

Exemplos:

Ao Sr. Chefe do Departamento de Administração

Ao Sr. Subchefe para Assuntos Jurídicos



Os elementos identificativos que compõem o memorando são:

- Referências;
- Remetente e destinatário;
- Assunto;
- Data;
- Assinatura.

Notas e ordens de serviço

É, também, um dos tipos de comunicação vertical descendente. Contém matéria de rotina entre os serviços da organização.

As notas de serviço podem ser endereçadas simultaneamente a vários serviços (tipo circular interna), mas a matéria nela exposta não contém decisões de caráter normativo. As notas de serviço são um documento corrente entre os diversos serviços da organização. Conseqüentemente, a divulgação deste documento exige uma cuidada atenção às dependências prescritas no organograma em vigor.

O texto da nota de serviço pode ser remetido manuscrito, em impresso próprio; nessas circunstâncias chama-se a atenção para a exigência de uma caligrafia organizada.

Os elementos identificativos da nota de serviço são:

- Referências (código do processo do assunto tratado + relator + eventualmente quem gravou o texto);
- Data + número de emissão;
- Destinatário (hierarquia ou individualizado);
- Departamento emissor do documento;
- Assunto (palavra-chave + código para classificação/arquivo).

Comunicados internos

Servem para transmitir informações imediatas com caráter de urgência e mensagens muito importantes. É uma comunicação descendente vertical e, vem sempre da Direção.



Reuniões e Assembleias

As convocatórias

Podemos distinguir dois tipos de reuniões:

- Aquelas para as quais as chefias são convocadas;
- Aquelas que as chefias organizam.



Relativamente às reuniões para as quais as chefias são convocadas:

1. Confirmar-se-á (ou não) a sua presença, em função da disponibilidade e interesse;
2. Registrar-se-á a data na agenda, em papel e/ou eletrónica;
3. Procurar-se-á saber a posição (social ou hierárquica) do organizador da reunião e dos restantes convocados, no sentido de melhor preparar as intervenções, caso não constem da convocatória recebida;
4. Preparar-se-á a documentação necessária para a discussão do tema em causa.

Se for delegada noutra pessoa, a incumbência de estar presente numa reunião:

1. Transmitir-se-lhe-á a informação necessária;
2. Pedir-se-lhe-á para que seja depois entregue uma nota detalhada/ata/relatório do que tiver sido discutido e decidido.

Por outro lado, se uma reunião for agendada pelas próprias chefias, o Secretariado enviará a convocatória aos participantes, para que:

- Não haja hipótese de enganos acerca da data, hora e local;
- Cada um dos convocados saiba quem são os outros participantes, tendo esse fator em consideração na preparação da reunião;
- Cada um dos convocados saiba, com a devida antecedência, quais os assuntos a tratar, podendo assim preparar convenientemente a sua discussão;
- O controlo de presenças seja mais facilmente efetuado.



No caso de reuniões formais e/ou oficiais, como as Assembleias, será necessário proceder ao envio de convocatórias também formais, de acordo com os procedimentos estipulados no contrato de sociedade da organização ou, na sua ausência, seguindo aqueles enunciados na Lei das Sociedades Comerciais.

Tal é o caso relativamente a Assembleias gerais, reuniões formais onde estão presentes os sócios/acionistas com direito a voto e que têm poder para determinar a estratégia e políticas que a organização irá seguir. Estas serão:

- Ordinárias (regulares);
- Extraordinárias (ditadas por um acontecimento ou situação imprevista e urgente).

Em resumo, quando se tratar da convocação de uma Assembleia-geral de uma Sociedade Anónima, a convocatória deverá ser publicada em jornal de tiragem nacional e, complementarmente, poderão ser enviadas cartas registadas ou *e-mails* (com pedido de recibo de leitura) para os acionistas que tiverem dado o seu acordo a esta forma de notificação com, pelo menos, 15 dias de antecedência face à data prevista de realização da reunião. Relativamente às Sociedades por Quotas, a convocação e realização de uma Assembleia-geral segue aquilo que é definido para as anónimas, a menos que os estatutos determinem que o aviso convocatório deva ser publicado ou estabeleçam prazo mais longo.

Quaisquer medidas ou decisões só serão vinculativas se tiver havido quórum, isto é, número suficiente de votos ou presenças que valide uma deliberação (decisão), de acordo com as regras definidas nos Estatutos ou Pacto Social da sociedade.

Considerando-se, em reuniões formais, reuniões de decisão, a convocatória um documento com valor jurídico e conseqüentemente, documento a arquivar no processo respetivo, a sua elaboração merece-nos o maior interesse e cuidado, aliás como a execução de toda e qualquer tarefa.

Prazo de envio da convocatória: a norma internacional indica que, em reuniões de decisão, caso os participantes trabalhem no mesmo edifício, deverá ser enviada com a antecedência de 3 dias úteis; se os participantes trabalharem em instalações exteriores, ou pertencerem a outras organizações, deverá ser enviado com a antecedência de 8 dias úteis (ter também em consideração o prazo de entrega), arquivando cuidadosamente



as cópias ou as memórias, conforme o meio de comunicação utilizado. O Secretariado deverá elaborar do mesmo modo e em simultâneo, em correio eletrônico, uma lista de destinatários do documento “Convocatória”, e uma lista de presenças para controlo das entradas no início dos trabalhos, e informação oportuna dos serviços de Recepção (Telefonistas e Portaria).

Por norma, deve-se preparar uma convocatória especial para o participante que vai dirigir os trabalhos. Esta Agenda de Trabalhos será um documento mais pormenorizado, com indicações de antecedentes dos itens sobre os quais se vai deliberar e referenciando os documentos relacionados, o Departamento ou Serviço interessado e a identificação do funcionário a chamar, se necessário, na qualidade de assessor.

As atas

As atas são o resumo da sequência dos trabalhos; o documento deve resultar num texto breve, conciso, claro e objetivo.

A minuta da ata contém um breve resumo de todas as intervenções dos participantes; só se transcrevem na íntegra determinados documentos circunstanciais. O objetivo do documento é o registo das deliberações tomadas em reunião desde a discussão preliminar, e em cada página, só regista a sequência dos trabalhos, abandonando todo o pormenor supérfluo e possíveis repetições. Assim, a ata regista a vontade coletiva dos participantes e as condições que conduziram a essa vontade – a ata é um documento de prova e de interpretação dessa vontade.

ATA DE REUNIÃO DA DIRETORIA 08

RAZÃO SOCIAL

CNPJ

Ata da Reunião da Diretoria

As _____ (____) dias do mês de _____ de 20____ às _____ (____) horas, na sede social, sito neste capital, à rua _____ nº _____ reuniram-se os Diretores de _____ sob a presidência do Sr. _____ Diretor-Administrativo, que convidou a mim, _____ para secretar a sessão. Aberto os trabalhos o Sr. Presidente fez ampla exposição da situação da sociedade e da necessidade de ampliar as suas atividades e aparelhar-se para melhor atender ao seu crescente desenvolvimento, dizendo da necessidade de instalar-se uma filial na cidade de _____. Com a palavra, o Sr. _____ Diretor-Comercial, tendo por base a exposição do Sr. Presidente, propôs que se abrisse uma filial no _____ já estando a Diretoria em entendimentos para a locação do prédio onde irá funcionar a referida filial, o de nº _____ da rua _____ tudo conforme proposta já apresentada e em poder da mesa, sugerindo e propondo também que se atribuísse o capital de R\$ _____ (____ reais) para a filial. Posta em discussão a proposta, sobre a mesma falou o Sr. _____ Diretor-Financeiro da sociedade, apoiando-a e fazendo sentir à Diretoria que o assunto era de caráter urgente, pois a expansão da sociedade estava a exigir medidas concretas e urgentes para o seu desenvolvimento. Posta em votação a proposta do Sr. _____ foi esta aprovada por unanimidade. Nada mais havendo a tratar, o Sr. Presidente suspendeu os trabalhos pelo tempo necessário para a lavatura desta ata. Reabertos os trabalhos, foi esta ata lida e, achada conforme, aprovada por todos os presentes.

_____ de _____ de 20____

_____ - Diretor-Administrativo

_____ - Diretor-Comercial

_____ - Diretor-Financeiro

_____ - Diretor-Gerente



Na minuta da ata deverá constar:

- a. No primeiro parágrafo, indicação do dia, mês e horas em que se realizou a reunião;
- b. Indicação específica do local da reunião (morada completa);
- c. Identificação da reunião e do grupo reunido;
- d. Enumeração dos participantes presentes; em primeiro lugar indicação do participante que dirigiu os trabalhos, seguindo-se os restantes participantes por ordem alfabética;
Enumeração identificando os participantes ausentes e indicação da razão justificativa da falta; indicação, também, dos participantes que não compareceram não tendo justificado a sua ausência;
- e. Em parágrafos devidamente separados, a apresentação, em resumo e pela ordem cronológica pelos quais foram tratados, os assuntos e sequência dos trabalhos.

Sendo objetivo do documento “ata”, o registo das deliberações tomadas em reunião, da discussão preliminar e em cada parágrafo só registamos a sequência dos trabalhos, abandonando os pormenores supérfluos.

O documento ata é, por norma, redigido em linguagem informativa; em atas correspondentes a reuniões técnicas, ou de carácter comercial e/ou industrial, utilizamos a metalinguagem específica, com a mais cuidada das atenções.

A minuta da ata será presente à hierarquia para correção no prazo máximo de 3 dias úteis após a realização da reunião.

Salientamos que a hierarquia deverá corrigir, alterar, modificar todo o texto, como melhor entenda, tendo somente que respeitar a sequência cronológica apresentada e registada pelo Secretariado. A correção da hierarquia poderá, eventualmente, abranger a função metalinguística (vocabulário específico à atividade da empresa), poderá alterar sob o ponto de vista semântico, sintático (e desejamos que não haja necessidade de correção sob o ponto de vista ortográfico).

Posto isto, podemos definir Ata:

- Ata – documento onde se faz o relato oficial do que se passou e decidiu em reunião.



- Ata – documento em que se regista a vontade coletiva dos participantes, e as condições que conduziram a essa vontade; é um documento de prova e de interpretação do contexto dessa vontade.

A ata é o relato escrito de tudo quanto respeita à reunião.

Dá resultam as seguintes consequências de ordem legal:

- A ata é o único meio probatório de formação da vontade coletiva e das condições dessa formação;
- É o único elemento de prova e de interpretação de qual o conteúdo dessa vontade;
- Tudo quanto a ata refere e dela consta tem-se legalmente como passado, e nas condições nela referida;
- Tem-se como não passado, nem verificado, tudo quanto a ata não refere.
- Só através duma resolução especial do grupo reunido, a ata devidamente aprovada, pode ser alterada

Artº 60.º da Lei das Sociedades Comerciais

Atas

1. As deliberações dos sócios só podem ser provadas pelas actas das assembleias ou, quando sejam admitidas deliberações por escrito, pelos documentos donde elas constem.
2. As actas devem conter:
 - a) O local, dia, hora e ordem de trabalhos da reunião;
 - b) O nome e domicílio de quem presidiu à reunião;
 - c) O nome e domicílio de quem secretariou a reunião;
 - d) Referência aos documentos e relatórios submetidos à assembleia;
 - e) O exacto teor das deliberações propostas e o resultado das respectivas votações;
 - f) A expressa menção do sentido do voto de algum sócio que assim o requeira;
 - g) As assinaturas de quem presidiu à reunião da assembleia geral ou de quem presida à reunião seguinte e a de quem tiver secretariado a reunião.
3. No livro de actas ou nas folhas soltas deve ser inscrita menção das deliberações tomadas por escrito, nos termos dos n.ºs 3 e 4 do artigo 44.º, e das deliberações que constem de escritura pública ou de instrumento fora de notas, sendo arquivadas cópias desses documentos na sociedade.
4. Nenhum sócio tem o dever de assinar as actas que não estejam consignadas no respectivo livro ou nas folhas soltas, devidamente numeradas e rubricadas.



Para transcrição ao “livro de atas”

O livro deve ter todas as suas folhas numeradas e rubricadas pelo Presidente de mesa, e termos de abertura e encerramento por ele também assinados. (Estes termos são escritos, respetivamente, no ante verso da primeira folha e no verso da última).

As folhas não são numeradas no verso pois há distinção entre “folha” e “página”: cada folha tem duas páginas.

Ex: Folha 3, é a parte da frente da 3ª folha.

Folha 3 verso, (fols. 3 v.) é a parte de trás dessa folha.

Ao transcrever as atas para o livro, não poderemos usar abreviaturas; tudo terá de ser escrito por extenso (os símbolos de unidades, os números e as datas terão de ser escritos por extenso). Não podemos deixar intervalos em branco, nem entrelinhas, nem fazer rasuras, nem transpor as margens. Inutilizar com um traço horizontal tudo o que fica em branco, ocupando na totalidade o espaço entre as margens dedicado à mancha escrita. Portanto, se for cometido algum erro ou emissão, será ressalvado.

Em reuniões de decisão acontece por vezes que da ata são lavradas certidões.

Se as certidões se destinarem a processo jurídico, serão passadas pelo notário.

Se as certidões são necessárias para serviço interno da empresa, são feitas pelo Secretariado.



Relatórios

Relatório – é uma comunicação ascendente que exige estudo prévio e aprofundado, que carece de alto grau de elaboração e contém matéria cuja apreciação e decisão competem à entidade hierarquicamente superior.



É uma comunicação organizada, fundamentada e comentada, sobre um facto ou conjunto de factos ocorridos ou ainda a decorrer. Funciona como elemento de informação, consulta ou prova e tem grande valor na análise e solução de problemas concretos, na transmissão e apresentação de resultados de ações de pesquisa, de inspeção e gestão, bem como no apuramento de responsabilidades.

Elaborando-se na rotina institucional numerosos relatórios, interessa que haja uma certa simplificação/normalização formal do seu conteúdo, que propicie lógica e clareza por forma a permitir maior compreensão e rapidez, não só na elaboração como na apreciação desses documentos.

Deve ter-se presente que os relatórios se destinam a hierarquias que, embora estando obviamente interessadas nos assuntos/problemas existentes na sua área de ação, não dispõe de muito tempo para dedicar à sua leitura, e procedem a uma seleção dos assuntos em período operacional, de acordo com as propriedades da ação.

Há todo o interesse em que a elaboração dos relatórios seja cuidada, incluindo resumos, gráficos, ou esquemas elucidativos que façam, de alguma forma a “venda” do relatório ao destinatário, proporcionando-lhe uma rápida integração no tema e nos pontos focados.

1. Esquema para elaboração de um relatório de rotina:

- a. Introdução (± 3 parágrafos)
 - identificação do relatório.
- b. Corpo do relatório (± 2 páginas)
 - descrição da situação



- crítica da situação
- propostas/sugestões.

c. Conclusões (± 3 parágrafos)

2. Esquema para elaboração de um relatório técnico:

a. Preliminares:

- Identificação do relatório
- Agradecimentos
- Índices do texto, dos quadros, das figuras
- Sumários
- Preâmbulo
- Simbologia
- Resumo bibliográfico (só documentos consultados).

b. Texto – Corpo do relatório:

- Introdução
- Assunto
- Conclusões

c. Complementos:

- Referências
- Anexos
- Bibliografia, para informação mais alargada.

Tipos de relatório

- Formal / Informal
- Interno / Externo
- De rotina / acontecimento específico

Situações em que se podem apresentar relatórios

- Decorrer normal de um trabalho;
- Exercício de gestão;
- Estágios, estudos;



- Infrações, acidentes;
- Vendas;
- Inspeções, revisões;
- Participações em congressos, conferências, seminários;
- Anomalias, avarias;
- Estudos de mercado;
- Peritagem;
- Relatório de contas.

Fases de um relatório

1º - Planear ou seja combinar organizadamente o trabalho e o tempo.

Um relatório pressupõe duas fases: a preparação e a redação.

- **Preparação**

Na preparação prévia devem ser considerados o redator, o leitor e a matéria.

Redator

Se é a pessoa mais indicada para escrever o relatório e porquê.

O redator deve definir o tema e qual a finalidade do relatório.

Leitor

Cabe ao redator identificar os leitores e deverá considerá-lo em todas as fases do relatório.

Matéria

O redator enfrenta uma série de questões:

Qual o material que dispõe;

Onde o encontra?

Do que precisa?

Como vai dispor?

saber onde procurar a informação, seleccionar o que for necessário, saber como dispor a informação.

O redator deve recolher tudo o que disser respeito ao assunto: contactos, visitas aos locais, consulta de documentos, reuniões, entrevistas, questionários, consulta de relatórios anteriores.



Posteriormente há que seleccionar a informação conforme os objetivos do relatório.

Finalmente deve estruturar as ideias e fazer um esquema.

- **A redação**

Para a redação do relatório há a ter em atenção três aspetos:

Estrutura

Linguagem

Apresentação

Estrutura

Nos relatórios mais simples: introdução, desenvolvimento do tema e conclusão.

Nos relatórios mais complexos:

1. Capa ou página de título- título do relatório, nome do autor, nome dos destinatários, data e referência (nalguns casos);

2. Índice - Deve conter todas as secções do relatório com referência às páginas, incluindo capítulos e subcapítulos;

3. Resumo - síntese geral para que o leitor tenha uma ideia geral do que trata o relatório;

4. Introdução - Envolver o leitor no relatório. Define-se o objetivo do relatório (para que vai servir, o que deu origem). Explica-se a forma como vai ser desenvolvido e explica-se a organização dos temas, a metodologia;

5. Corpo de desenvolvimento - Narração dos factos, apresentação de toda a fundamentação para as conclusões e recomendações;

o que se viu,

o que se soube,

o que se fez,

o que se encontrou,

o que se concluiu.

6. Conclusão - Resumo de todas as ideias apresentadas. Não podem aparecer dados novos. Num relatório muito longo, no fim de cada capítulo deve-se apresentar uma breve conclusão;

7. Recomendações - Sugerir alternativas à matéria tratada. As recomendações devem estar devidamente argumentadas e fundamentadas;



8. Anexos / Apêndice - documentos que podem vir a completar a informação do relatório.

Os apêndices funcionam como dados suplementares (essenciais para completar os factos narrados) e como forma de atualizar o relatório. Glossário - Pode ser de termos técnicos, uma listagem de abreviaturas;

9. Agradecimentos – Devem estar colocados no final. Podem também vir no início a seguir ao índice;

10. Referências - Lista de material não publicado aos quais fomos recolher informação;

11. Bibliografia - Livros ou outras fontes de pesquisa. Apelido, nome do autor, nome do livro, nº de edição; local, editora, ano;

12. Glossário - Quando se trata de um relatório muito técnico deverá conter um glossário de termos.

Linguagem

A linguagem do relatório depende dos objetivos e do destinatário.

- Deve ser precisa, exata - verificar se está a usar a palavra certa no trabalho certo;
- Breve e concisa. Evitar construções complexas. Quanto mais simples, mais eficaz é a comunicação e maior é o seu alcance;
- Clareza - não deve deixar lugar a ambiguidades e ideias erradas;
- Evitar palavras compridas;
- Usar a voz ativa, deve dar-se a informação pela positiva porque agarra mais a atenção do leitor;
- Deve ser feito na 1ª pessoa do singular. Quando realizado por várias pessoas na 1ª pessoa do plural;
- Ser concreto - usar termos práticos, evitar termos indefinidos (um certo, alguns...);
- Evitar a gíria;
- Frases curtas. Parágrafos curtos e frequentes. Cada nova ideia um novo parágrafo;
- O relatório deve ser completo e não deixar espaço a dúvidas;
- Deve-se ter em conta a pontuação, bem como a ortografia;
- Quando é criado por um grupo restrito, utilizando palavras muito técnicas, no fim do relatório deve-se criar um glossário.



Apresentação

A apresentação fica mais ou menos ao critério da pessoa. Se tiver de obedecer aos critérios da empresa, no caso de existirem normas, o relatório é mais ou menos pessoal, o que pode variar é o tipo de letra ou o aspeto.

- Deve dar-se atenção às margens, não inferiores a 2,5 cm (espaço suficiente para a encadernação);
- Destacar cabeçalhos, títulos e subtítulos que devem manter sempre o mesmo formato;
- As entrelinhas devem ser de 1,5 cm ou duplas;
- Páginas numeradas;
- Numeração com clareza, lógica e coerência.

Numeração decimal	Sistema americano
1.	I
1.1.	A
1.2.	1
1.3.	2
1.3.1.	3
1.3.2.	B
1.3.3.	1
	2
	3
	II

Questões finais a colocar?

O relatório está bem apresentado?

É legível, em termos de linguagem, estilo e vocabulário?

A matéria está apresentada da forma mais lógica possível?

A argumentação é fácil de ser seguida?

Conduz persuasivamente às suas conclusões e recomendações?

É um documento convincente?



Propostas de trabalho

1. Defina comunicação interna.
2. Que tipos de comunicação interna estudou?
3. Apresente alguns exemplos de documentos que possam fazer parte de uma comunicação interna descendente.
4. Caracterize o memorando. Quando se deve utilizar um memorando, no seu entender?
5. Qual a estrutura de um memorando?
6. Enumere os elementos identificativos de uma nota de serviço.
7. O que entende por comunicado interno.
8. Como é que um técnico de Secretariado procede à convocatória do seu chefe para uma determinada reunião.
9. Quais os procedimentos a ter para a convocatória de uma Assembleia geral de uma sociedade por quotas.
10. Apresente uma definição de Ata. Apresente uma definição de relatório?
11. Aponte as fases de um relatório.
12. Que características deve ter a linguagem de um relatório?



Bibliografia

O professor que lecionar o módulo proporá os livros, revistas, endereços da internet ou outros recursos, de forma a que os alunos possam desenvolver os seus estudos e pesquisas indispensáveis ao processo de aprendizagem.

A título de exemplo, sugere-se a seguinte bibliografia/recursos:

Livros

ALMEIDA, Vítor (2000), *A Comunicação Interna na Empresa*, Lisboa, Práxis.

AMARAL, Isabel (1997), *Imagem e Sucesso*, Lisboa, Editorial Verbo.

GUEDES, José (1999), *Guia Prático das Comunicações Formais*, Vila Nova de Gaia, Estratégias Criativas.

LORENTE, M. José G. (2001), *Manual Prático da Secretária Eficiente*, Novakey España, S. L..

OLIVEIRA, Maria da Luz et al (1997), *Trabalhos de Aplicação*, Lisboa, Texto Editora.

PIMENTEL, Marília (1998), *Enciclopédia da Secretária*, Setúbal, Marina Editores.

SANTOS, Madalena e Arménia Maia (1991), *Práticas Administrativas e de Secretariado*, Porto, Porto Editora.

Outros recursos

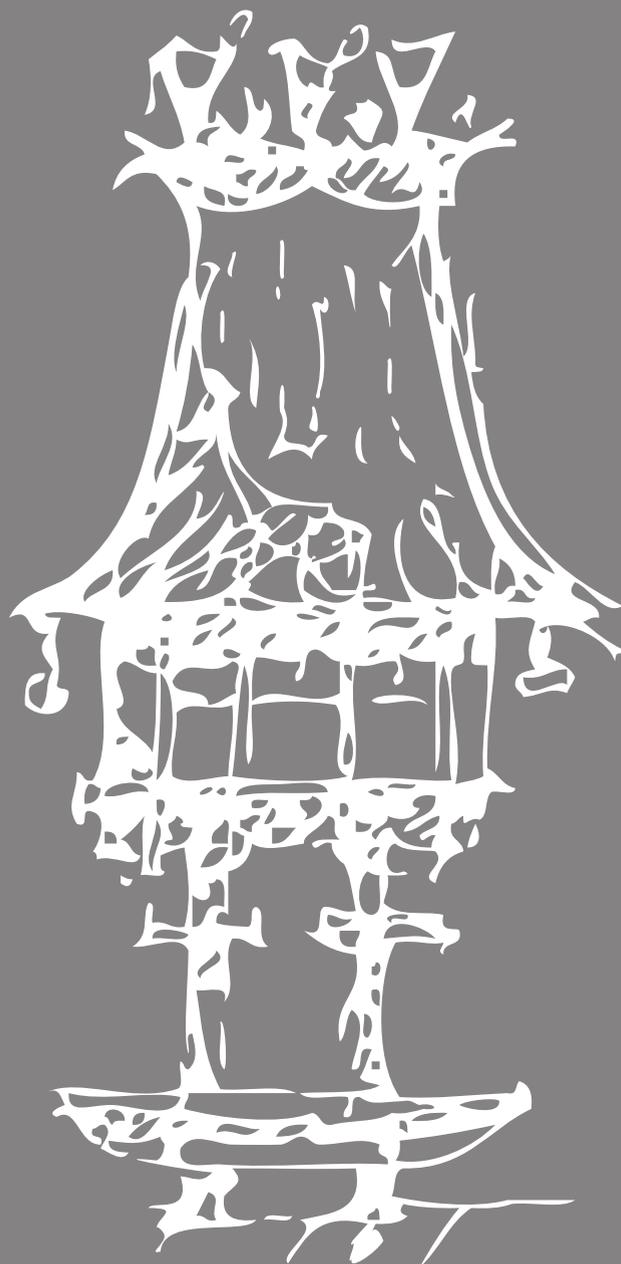
Quadro

Computador e Videoprojector

Sala de Informática

Revistas e jornais da especialidade







A Correspondência Comercial e Socioprofissional

Módulo 12

Apresentação

Neste módulo pretende-se que os alunos reconheçam que a correspondência comercial é um elemento de primordial importância numa organização, pois é um meio de divulgar a imagem da mesma e de viabilizar uma maior operacionalidade dos serviços, devendo basear-se numa redação inequívoca e rigorosa, de modo a facilitar a sua leitura e compreensão.

Objetivos de aprendizagem

- Conhecer os diferentes tipos de comunicação ligados ao quotidiano de uma organização.
- Conhecer e aplicar as normas relativas ao tipo de documento a elaborar.
- Utilizar uma linguagem adequada aos novos processos organizacionais.
- Conhecer e verificar sempre as regras gramaticais e a correção ortográfica.
- Conhecer e atualizar o glossário de expressões, abreviaturas e formulários usados na redação da correspondência.
- Utilizar as técnicas de comunicação existentes em conjugação com os meios de transmissão mais apropriados.

Âmbito de conteúdos

• **Correspondência Comercial**

Cartas

Faxes

Mailings

Circulares

Correio Eletrónico

• **Correspondência Socioprofissional**

Os Bancos e as Instituições Bancárias

Pedidos de crédito ou financiamento

Comércio internacional



Os Seguros e as seguradoras

Proposta ou minuta

Apólice

Ata adicional

Os Transportes e as Deslocações



Correspondência Comercial



Definimos correspondência comercial como sendo o conjunto de cartas, faxes, *mailings*, circulares que são relativas à correspondência mantida entre fornecedores e clientes. Para além da relação cliente/fornecedor, pode ser mantida também entre outras entidades.

A correspondência comercial tem linguagem e estilo próprios.

Carta

Dirigida de um emissor para um recetor, diz respeito ao circuito comercial. No entanto, pode ser mantida também entre outras entidades. Pode ser de natureza administrativa, social, comercial, etc. As cartas comerciais são a imagem da empresa. Estas devem conter boa apresentação, clareza, concisão, exatidão, prudência e delicadeza. Contudo, existem outros meios de comunicação, como sejam o fax e o *e-mail*. Em alturas de grande concorrência a nível empresarial, é necessário um cuidado redobrado na sua elaboração, pois estas cartas apresentam-se como o cartão-de-visita da entidade.

Vantagens de enviar uma carta:

- Registo permanente e legal (serve de consulta ou prova);
- Documento pessoal e personalizado. A entidade a que se dirige vem mencionada;
- Obedece a uma estrutura (demonstra a seriedade, o cuidado e o interesse);
- Dá tempo ao remetente para se preparar;
- Pode ser lida sempre que for necessário;
- Promove a imagem institucional da empresa;
- Mostra que há interesse no relacionamento;
- Pode ser menos dispendiosa (do que o telefone, por ex.).



As perguntas básicas

Porquê? | Quem? | Quando? | Onde? | O quê?

Porquê

É o objetivo da carta:

- Concretizar algo; confirmar acordos, compromissos, contratos;
- Prestar informações;
- Justificar uma atitude;
- Pedir desculpas...

Quem?

- Quem é o destinatário? A pessoa certa? Nome?
- Quem escreve a carta? Função? Conhecimento e autoridade?

Quando?

- Prazos
- Quando escrever

Onde?

- O destino da carta: endereço exato; para o estrangeiro, método de despacho.
- Onde escrever: Local calmo, sem interrupções.

Estrutura da carta

Há vários tipos de disposição, vários estilos. A empresa ao optar por um estilo próprio deverá seguir sempre o mesmo estilo.

Cabeçalho ou timbre

- É centrado ou à esquerda
- Deverá conter: nome da empresa, nº de contribuinte, nº de registo, capital social, endereço, apartado postal, nº telefone. Fax, *e-mail*, URL...



Endereço do destinatário

- Colocado à esquerda
- Deve conter: nome da empresa; departamento, secção, a pessoa à atenção de quem vai a carta e o endereço.

Referências

Indicação impressa que permitirá identificar e localizar as cartas mais rapidamente.

É o espaço onde vão ser indicadas:

- as iniciais do remetente, o nº da comunicação (N/ Refª:.)
- os mesmos elementos referentes a uma comunicação anterior do n/destinatário (V/ Refª:.)

Data

- Todas as cartas devem ser datadas.
- Pode colocar-se do lado direito, por baixo do destinatário.
- À esquerda a seguir ao cabeçalho e alinhado com o destinatário.
- Não se usam abreviaturas ou formas numéricas. Ex.: 22 de Agosto de 2012.
- Deve também colocar-se o local antes da data. Ex.: Dili, 22 de Agosto de 2012.

Assunto

Trata-se de resumir o conteúdo da carta no menor número de palavras, não deixando contudo, escapar todos os fatores relevantes para a posterior identificação da carta.

Vocativo

É a forma de cortesia com a qual se inicia a carta.

Ex.: Exmos. Senhores;

V. Exª;

Ex.ª;

Senhor;

Caro

...



Introdução

O primeiro parágrafo da carta deve identificar claramente:

- A receção de qualquer comunicação anterior (com referência à data);
- Quem é o remetente;
- A razão porque escreve a carta.

Corpo da carta

Constituído por factos, explicações, opiniões que desenvolvem o assunto ordenados de forma lógica.

Parágrafo de encerramento

É o modo de terminar a carta (fórmulas finais).

Assinatura

Por cima do nome e cargo escritos por extenso.

Post-Scriptum (P.S.)

Anotação na margem que podem dizer respeito a qualquer pormenor que, por lapso, não foi incluído no corpo.

Anexos

Espaço reservado para referir os documentos que acompanham a carta.

Iniciais identificativas

De quem redige e de quem dactilografou.

Regras quanto à redação de uma carta

Escreve-se com maiúsculas

- Abreviaturas de tratamento, ex.: Dr. Dr.^a, Sr.;
- Nomes coletivos referentes a instituições, ex.: Igreja, Senado, Parlamento;
- Nomes de firmas à exceção dos artigos e preposições;



- Nomes das avenidas, ruas, praças, alamedas (quando o nome - por ex. avenida - não faz parte de um endereço não é com maiúscula);
- Nomes dos países, cidades (quando começam por artigos começa o nome é com maiúscula);
- A 1ª palavra depois do vocativo;
- A 1ª letra de cada linha de uma morada;
- Nomes de departamentos, sectores e cargos da empresa;
- Nomes dos meses;
- Títulos dos livros.

Escreve-se com minúsculas

- Os dias da semana;
- A maior parte das abreviaturas, exceto as de tratamento;
- Os tratamentos ou formas de tratamento que não estejam abreviados ou não sejam formas divinas ex.: senhor;
- Todas as palavras que não sejam nomes próprios nem estejam submetidas a regras especiais.

A pontuação

- Na data não se utiliza nenhum tipo de pontuação;
- A seguir ao vocativo: dois pontos, vírgula ou nada;

TIPOS DE CARTA

Numa relação comercial podemos considerar 3 fases e nestas fases incluir os vários tipos de comunicação existentes:

1ª Fase: INFORMAÇÃO

Carta de envio

Acompanha o envio dos documentos.

Identificam-se os documentos que serão anexados



Estrutura:

1º: Justificação do envio (ou relacionamento com comunicações anteriores).

Refere-se o que se vai enviar;

“de acordo com o v/ pedido de ..., vimos por este meio enviar...”

2º: fecho da carta com menção a futuras comunicações.

“aguardando a v/ resposta...”

Pedidos de informação

Pedido de informação através de uma carta sobre produtos, pessoas, serviços, firmas, mercados.

“Agradecemos informação acerca de...”

Manifestar o interesse especificando: condições; quantidades; se o fornecimento será regular ou constante.

No caso de informações sobre pessoas ou firmas, deve-se garantir a confidencialidade.

Normalmente as respostas a esta carta é a carta de envio.

2ª Fase: ENCOMENDA

O pedido da encomenda

O documento próprio é a nota de encomenda onde estão todos os elementos necessários para efetuar uma encomenda. No entanto, faz-se acompanhar de uma carta. Logo, a nota de encomenda é um anexo de uma carta de envio.

“Junto segue a n/ nota de encomenda nº...”

A encomenda pode ainda ser logo feita na carta, é então um pedido de encomenda.

“Vimos por este meio encomendar os seguintes produtos:...”

O envio da encomenda

1º: Informação sobre o envio da encomenda. Referência ao pedido efetuado. Indicação de dados (data, meio, condições de transporte):

“Conforme V/ ordem de ... expedimos nesta data...”;



Referência e descrição da mercadoria;

2º: *“Junto enviamos / anexamos...” (fatura...)*

3º: confirmação das condições de venda *“O pagamento conforme acordado será feito através de...”*

4º: fecho e despedidas *“Aguardando futuras encomendas...”*

Facultativamente ainda se pode colocar procedimentos a seguir: em caso de extravio, etc.

Carta de reclamação

1º Apresentam-se os motivos da reclamação:

Atrasos, quantidade errada, qualidade deficiente, mau estado da mercadoria, erros nas características, lapsos ou enganos nos preços.

“Vimos por este meio informá-los que a mercadoria da v/ fatura nº... chegou em péssimo estado às nossas instalações...”

2º Apresentam-se as pretensões: anulação da mercadoria, redução do preço, desconto, crédito, substituição da mercadoria, devolução.

“Agradecemos que a mercadoria seja substituída o quanto antes”

3º Agradecimentos.

3ª Fase: PAGAMENTO

Encerram os contratos de compra e venda. O conteúdo da carta varia conforme a forma de pagamento.

Carta de pagamento

1º: informação do envio.

“Junto segue o n/ cheque nº ... para pagamento da v/ fatura nº...”

2º: pedido de recibo.

“Agradecemos o envio do respetivo recibo...”

3º: agradecimentos.



Pedido de adiamento de pagamento

Envia-se quando os pagamentos não podem ser efetuados na devida altura. Emite-se uma carta ao fornecedor a pedir o prolongamento do prazo.

As desculpas podem ser:

problemas de tesouraria ou do sector;

não receberam créditos;

agravamento nos custos de produção;

imprevistos..

Justifica-se o prolongamento e apresenta-se uma alternativa, refere-se o tempo que vai ser necessário para o pagamento ser processado.

“Por motivos de problemas de tesouraria não podemos efetuar o pagamento da fatura nº dentro do prazo....”

“Assim somos forçados a solicitar-vos o prolongamento do prazo de pagamento para mais...”

Carta de pedido de pagamento

O fornecedor escreve ao cliente a solicitar o pagamento.

...conforme combinado, ficou acordado o pagamento a pronto. No entanto, como até à data ele ainda não foi efetuado, vimos por este meio solicitar que proceda à sua liquidação”.

....

Outros tipos de cartas

- Carta de agradecimento (convite, atenção)
- Cartas de recusa (trabalho, convites...)
- Carta de felicitações
- Cartas de retificação de erros

...



Circulares

De um emissor para vários recetores. Comunica um assunto de interesse geral.

As circulares podem ser de carácter interno e externo.

Interna: memorando, nota de serviço, ordem de serviço, comunicado

Externa: carta, cartão-postal, desdobrável, folheto, cartaz, anúncio

Uma circular pode encarar várias formas conforme o assunto que trata e a quem se dirige.

- Aviso de mudança de instalações
- Promoções, concursos
- Encerramento temporário
- Alterações de preços
- Feiras, exposições...



Faxes / Mailings



Fax é uma tecnologia das telecomunicações usada para a transferência remota de documentos através da rede telefónica.

Uma “máquina de fax” normalmente consiste de uma scanner, um modem, uma impressora e uma linha telefónica num só equipamento. O *scanner* converte o arquivo impresso em imagem digital, o modem envia esta imagem pela linha telefónica para outra máquina de fax e a impressora desta máquina produz uma cópia do documento recebido.

O grande sucesso do fax deve-se principalmente à sua grande vantagem sobre os correios quando a comunicação é a longa distância, uma vez que a transferência de documentos daquele é quase instantânea. Com a popularização da Internet no ano 2000, um serviço novo aparece no meio das telecomunicações: o fax pela Internet, chamado também Internet Fax ou ainda Fax to Mail. O serviço funciona através de um Servidor de fax, um software que permite o envio de fax a partir do computador



via conexão na Internet. O Email-Fax ou Internet Fax é um serviço de envio e recebimento de fax pela Internet a partir de um computador via uma conexão ADSL.

Mailing (abreviação de *Mailing List*, em inglês) define-se como sendo o banco de dados onde se armazenam dados de consumidores (nome, endereços, características do consumidor, entre outros) para serem utilizados em marketing direto, tais como telemarketing e correio eletrônico.

Uma *mailing list* é um **conjunto de endereços** usado para distribuir mensagens de *e-mail* entre um grupo de pessoas (os **subscritores**). Assenta num serviço externo que reenvia automaticamente aos subscritores as mensagens enviadas para um endereço associado à *mailing list*. Assim, qualquer subscritor pode facilmente enviar uma mensagem para os restantes. Para isso, basta enviar o *e-mail* para o endereço da *mailing list*, evitando-se longas listas de endereços nos campos reservados aos destinatários.

Apresentamos alguns exemplos de aplicabilidade das vantagens existentes na utilização deste canal de comunicação e, que podem ser adequadas ao objetivo de cada organização:

- ações de fidelização;
- divulgação de novos produtos ou serviços;
- venda direta;
- reposicionamento da marca;
- angariação de fundos ou sócios;
- divulgações culturais ou desportivas;
- envio de newsletter;
- realização de inquéritos;
- envio de convites;
- oferta de brindes;
- envio de cartões de Boas Festas.

Correio eletrónico

O correio eletrónico é um dos mais cómodos e convenientes serviços, pois permite enviar e receber correio através de todo o mundo, quebrando as barreiras geográficas até então



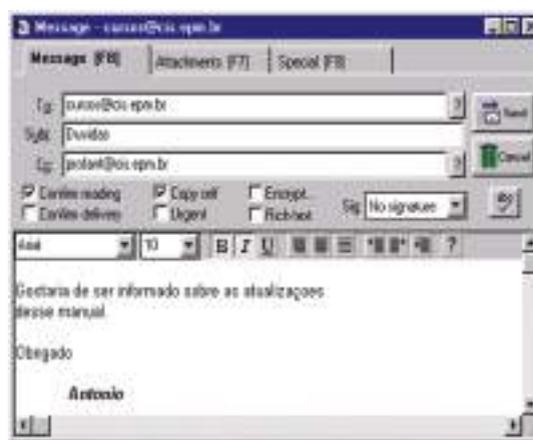


existentes, por custos muito baixos. O correio eletrónico é a implementação informática do correio tradicional.

O *e-mail*, ou correio eletrónico (“*eletronic mail*”), originou-se no início da década de 60 e visava permitir uma troca rápida de informações em sistemas de computadores interligados.

Grande parte do potencial que se percebeu logo de início com a interligação de computadores em rede mundial (Internet) estava ligado justamente a essa incrível possibilidade de substituir as “cartas em papel” por “cartas eletrónicas”.

Com o passar dos anos e a implantação efetiva de uma rede de computadores mundial, o *e-mail* passou a ser a forma mais rápida e eficaz de trocar mensagens assíncronas (não simultâneas) entre as pessoas. Mais recentemente, com o aumento da velocidade de transmissão de dados e o desenvolvimento de tecnologias



que nos permitem anexar, enviar e receber arquivos, imagens, filmes, etc., o *e-mail* passou a ser uma espécie de “*transportadora digital*” capaz de levar de um computador a outro qualquer artigo digitalizado.

As **vantagens** do *e-mail* são imensas:

- Barato - não pagamos selo, não gastamos papel, etc.;
- Ecológico - Não há por exemplo carros a transportar cartas, papel a circular;
- Rápido - uma mensagem é enviada em segundos e recebida quando o destinatário aceder ao serviço de mail - razão pela qual depois de surgir e se vulgarizar o uso do *e-mail*, o correio tradicional passou a ser apelidado de “o correio-caracol”;
- O conteúdo das mensagens enviadas por *e-mail* pode ser muito diversificado pois podemos enviar: texto, imagens, vídeo, sons, ficheiros, uma variedade de coisas que não são possíveis enviar numa carta;

Multiplicando-se as comunicações por este meio, importa conhecer algumas das regras que regem a sua utilização:



- Antes de se escolher o correio eletrónico como veículo, dever-se-á ter em conta se este será o meio mais adequado para a comunicação que se pretende enviar;
- A ortografia e a sintaxe deverão ser respeitadas, tal como se faria numa carta ou fax;
- Na linguagem eletrónica escrever em maiúsculas significa gritar e dá um tom agressivo ao texto. Contudo, destacar uma palavra, expressão ou frase curta pode ser aceitável, dependendo do contexto e do relacionamento com o interlocutor;
- O facto de os tempos de envio serem muito rápidos não significa que se possa esperar uma resposta imediata. Afinal, o intervalo de tempo necessário ao destinatário para analisar a questão e preparar a resposta será exatamente o mesmo que para uma carta ou fax;
- As mensagens deverão ser enviadas com recibo de leitura, para que se possa mais facilmente comprovar a sua receção, embora o destinatário possa não autorizar o seu envio;
- As mensagens deverão conter “assinaturas”, que permitam mais claramente identificar o remetente, bem como facilitar o contacto em caso de necessidade;
- Se a mensagem contiver ficheiros em anexo, será também prudente confirmar que o destinatário tem o programa necessário para os abrir, ou se a versão instalada não é mais antiga do que aquela em que se produziu a informação, caso em que se tornará necessário gravar o ficheiro como o formato dessa mesma versão ou num programa alternativo;
- As caixas de correio têm limitações de espaço, rejeitando os servidores as mensagens que excedam o tamanho definido, e nem sempre dando essa indicação ao remetente. Assim, dever-se-á sempre que possível compactar os ficheiros a enviar, com recurso a programas adequados, confirmando previamente que o destinatário também os possui, ou até mesmo utilizando as opções do sistema operativo (Windows). A compactação permite também a anexação de estruturas de pastas, sem o que se teriam de inserir os ficheiros pasta a pasta;
- É essencial respeitar a privacidade de cada um, pelo que em circunstância alguma se deverá informar o endereço de uma pessoa ou entidade externa



sem a sua prévia autorização. Afinal, um endereço de e-mail não é diferente de um número de telemóvel;

- Sempre que se pretender enviar uma mesma mensagem a mais que um destinatário em simultâneo, dever-se-á utilizar o campo de endereço “Bcc” (*blind carbon copy*) – desta forma, todos os destinatários receberão a mensagem, mas nenhum conseguirá visualizar os restantes endereços e, portanto, saber a quem foi igualmente remetida. Dever-se-ão também apagar os endereços, que passam para o corpo do texto, quando se pretender reencaminhar mensagens recebidas de remetentes que não tiveram esse cuidado;
- Em caso de ausência ou indisponibilidade, é essencial dar esta indicação a quem enviar mensagens nesse período, preparando, com recurso à opção “Ausência do escritório” (*Out of office assistant*), um texto breve onde se acuse a receção da comunicação enviada, se indique quem estará a assegurar o trabalho (provavelmente a conta ficará reencaminhada para um colega) e, eventualmente, dando números ou endereços alternativos de contacto;
- As contas de correio na organização são para uso exclusivamente profissional, não devendo ser destino de mensagens de teor fútil ou inadequado, remetidas por contactos particulares. Inclusivamente, se a organização tiver dado indicação de que não está autorizada a utilização de contas para fins pessoais, infringir esta diretriz poderá resultar numa ação disciplinar e no início de um processo de rescisão de contrato com justa causa;
- Os serviços informáticos têm acesso a todo o tráfego de mensagens nos servidores, pelo que a linguagem deverá ser contida e os conteúdos discretos – especialmente, se anda à procura de um novo emprego, será prudente apenas utilizar uma conta de *webmail*, como o *gmail*, *hotmail*, *sapo*, etc.



Correspondência Socioprofissional

Os Bancos e as Instituições Bancárias

Sabemos que o investimento é o motor da atividade económica. É ele que garante a continuidade e o desenvolvimento da atividade produtiva. Ora, quer as empresas quer o Estado realizam regularmente diferentes investimentos por forma a assegurarem a oferta de bens e de serviços à sociedade. O Estado, através do investimento na criação de infraestruturas, no âmbito da saúde ou da educação, está a contribuir para o crescimento do produto do país. As empresas e o Estado necessitam, assim, de recursos financeiros para concretizarem os seus investimentos.



Estes recursos financeiros podem ser obtidos através da utilização de fundos próprios e/ou fundos alheios. A utilização de recursos próprios designa-se por financiamento interno e representa a aplicação da poupança realizada pelo próprio agente económico na formação de capital. O financiamento externo corresponde ao investimento a partir de fundos alheios e pode assumir diferentes modalidades:

- O recurso ao crédito, obtido nas instituições de crédito, através da contração de empréstimos – **o financiamento externo indireto**;
- O aumento do capital das empresas através da inclusão de novos acionistas ou do aumento do número de ações de cada acionista – **o financiamento externo direto**.

Portanto, quando as empresas não conseguem o financiamento externo direto, recorrem ao chamado financiamento externo indireto. Este aplica-se quando as empresas recorrem às *Instituições Financeiras* para obterem o montante de que necessitam para ultrapassarem as suas dificuldades financeiras.

O setor bancário que existe no mercado faz parte de um setor mais vasto que é classificado com o nome de *Instituições Financeiras*. Por Instituições Financeiras entende-se, então,



o conjunto das instituições que servem de intermediárias entre a oferta e a procura de fundos financeiros.

Delas fazem parte, propriamente, as instituições financeiras monetárias, que normalmente são classificadas de bancos, e, ainda, outras que são chamadas de instituições financeiras não monetárias. O que distingue as instituições financeiras monetárias das não monetárias é a capacidade de as primeiras poderem criar moeda, porque aceitam depósitos e concedem créditos. As instituições não monetárias limitam-se a conceder crédito, não podendo receber depósitos e por isso não podem criar moeda.



Em Timor- Leste, a autoridade monetária é o Banco Central.



Um **banco** é uma instituição financeira que presta serviços aos seus clientes. Recebe depósitos, concede créditos através de empréstimos aos seus clientes e, atualmente, proporciona outros serviços como aplicações alternativas aos depósitos em fundos de investimento, compra e venda de moeda estrangeira, compra e venda de ações, guarda de valores para seus clientes, prestação de informações comerciais e financeiras.

Os bancos desempenham, conjuntamente com outras instituições financeiras, uma importante função na economia a **de intermediários financeiros** ao fazerem a captação das poupanças dos diferentes agentes económicos e ao disponibilizá-las a agentes que dela necessitam nesse momento, mediante o pagamento do juro.



Os serviços prestados pelas instituições bancárias podem ser classificados em:

- operações ativas;
- operações passivas.

As taxas de juros praticadas pelas instituições bancárias são diferentes consoante o tipo de operação. A cedência de recursos por parte dos bancos aos restantes agentes económicos recebe o nome de **operações ativas** e a taxa de juro aplicada neste caso designa-se por **taxa de juro ativa**.

Mas os bancos recebem também as poupanças das famílias, das empresas e do estado constituindo depósitos a prazo e à ordem – estas **são operações passivas**. Neste caso, os bancos pagam às famílias e aos outros agentes económicos um juro calculado a partir da **taxa de juro passiva**. Este juro representa um encargo para a instituição bancária, daí a designação de operação e de taxa de juro passiva.

Pedidos de crédito ou financiamento

O crédito pode assumir diferentes formas de acordo com os seguintes critérios:

- quanto à aplicação;
- quanto à duração.

Os diferentes agentes económicos utilizam o crédito de formas diversas. Enquanto as empresas contraem crédito para manter, ampliar ou modernizar a capacidade de produção – **crédito à produção** - as famílias recorrem ao crédito para aquisição de bens de consumo – **crédito ao consumo**. As empresas, contraem créditos para a compra de bens de produção, garantindo o financiamento da modernização, da substituição ou do aumento da capacidade de produção e garantindo o seu funcionamento, suprimindo momentaneamente a falta de recursos financeiros. Neste último caso de crédito à produção de funcionamento, podemos enunciar como exemplos: o pagamento dos fornecedores ou o pagamento dos salários. O crédito ao consumo é contraído pelas famílias e destina-se à aquisição de bens como: eletrodomésticos, automóveis, ou viagens. Podemos também falar no crédito à



habitação, que é o crédito contraído pelas famílias destinado à compra de habitação.

Os créditos à produção, ao consumo ou à habitação podem ser realizados por períodos de tempo diferentes. Assim, os créditos quanto à sua duração podem ser:

- crédito de curto prazo, se o período de utilização for inferior a um ano. Temos, por exemplo, o crédito à compra de eletrodomésticos, por parte das famílias;
- crédito de médio prazo, se o período de utilização for superior a 1 ano e inferior a 5 anos. Temos, por exemplo neste caso, o crédito à compra de automóvel;
- crédito de longo prazo, se o período de utilização for superior a 5 anos. Temos, por exemplo, o crédito à compra de habitação por parte das famílias.

No caso das empresas, o crédito à produção de funcionamento é geralmente de curto ou de médio prazo. Pelo contrário, o crédito de financiamento é, geralmente, de longo prazo.

Comércio internacional

A história da Humanidade tem mostrado que entre os indivíduos ou grupos se têm estabelecido diversas formas de relacionamento. Atualmente, as relações entre os povos



atingem níveis aprofundados resultantes de fatores diversos. Hoje em dia, é impossível um país viver isolado economicamente. Trocar bens, serviços e capitais com os outros países é uma prática constante e indispensável à satisfação das necessidades das populações.

Nem sempre é possível encontrar no mercado o bem de que carecemos, quer porque a produção nacional é insuficiente para assegurar o consumo interno, quer porque esse bem nem sequer é produzido internamente ou quer, ainda, porque comprando-o ao estrangeiro ele é de melhor qualidade ou mais barato.

Quando uma economia não dispõe de determinado bem, pode comprá-lo ao exterior, originando um tipo de comércio que põe em contacto comerciantes de diversos países – é o comércio internacional ou comércio externo.



As duas expressões não são, todavia, equivalentes, devendo ser utilizadas nos seguintes contextos: quando nos referimos ao comércio entre um determinado país e os restantes devemos dizer, por exemplo, o comércio externo timorense; quando nos referimos ao comércio entre os países em geral dever-se-á utilizar a expressão comércio internacional. Os recursos naturais, humanos e tecnológicos encontram-se desigualmente distribuídos pelo globo, pelo que cada país apresenta um conjunto de potencialidades próprias que aconselha a sua especialização em determinadas atividades produtivas. Com base nas vantagens que os países têm para a produção de certos bens, esta tem aumentado, dando origem a trocas internacionais que, nas últimas décadas, se têm desenvolvido enormemente devido à globalização e ao comércio sem fronteiras.



Conclui-se, portanto, que:

- O comércio entre os povos tem por base a necessidade de consumir outros bens de que os países não dispõem ou que são produzidos a custos mais elevados;
- As trocas entre os países são de natureza diversa, abrangendo mercadorias, serviços e capitais.

Assim, as razões justificativas para o comércio entre os povos são várias e hoje, em plena era da globalização, não é imaginável um país sobreviver ou desenvolver-se em isolamento.

Um país pode adotar várias formas de se relacionar comercialmente com os outros. Essas diferentes maneiras de relacionamento comercial têm evoluído, no tempo e no espaço, mas, no essencial, é possível identificar dois modelos típicos – o **livre comércio** ou **livre-cambismo**, por um lado e o **protecionismo** por outro.

Em termos simples, livre-cambismo e protecionismo são duas políticas comerciais opostas. Enquanto o livre-cambismo ou comércio livre defende as trocas entre os países, sem qualquer entrave, o protecionismo, embora defendendo o comércio entre os países, entende que este se deve fazer criteriosamente e sujeito a algumas restrições, de modo a não prejudicar as economias nacionais.



Estes dois modelos de relacionamento têm sido defendidos e adotados por quase todos os países, em momentos diferentes, correspondendo a situações específicas dos seus modelos de desenvolvimento económico.

A Organização Mundial do Comércio (OMC), que nasceu em 1995, em substituição do *General Agreement on Tariffs and Trade* (GATT) é, atualmente, a organização com mais responsabilidades na regulamentação do comércio a nível mundial.

O objetivo principal da OMC é criar a harmonia, a liberdade, a equidade e a previsibilidade das trocas entre os países-membros. As funções da OMC são:

- Gerir os acordos comerciais da OMC.
- Ser referência para as negociações comerciais entre os países.
- Regulamentar os diferendos comerciais entre os países.
- Acompanhar e controlar as políticas comerciais dos países-membros.
- Dar assistência técnica e formação aos países em desenvolvimento.
- Cooperar com outras organizações internacionais.

O comércio comercial, contudo, pode conter riscos. Estes podem ser divididos em dois grandes grupos:

Riscos económicos

- Insolvência do comprador;
- Atraso no pagamento - a falha do comprador em pagar
- De não-aceitação;
- Relacionados com a soberania económica.

Riscos políticos

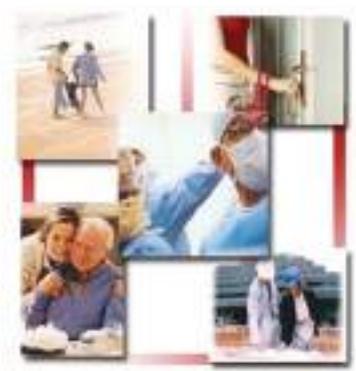
- De cancelamento ou não renovação de licenças de exportação ou importação;
- Relacionados a conflitos armados;
- Expropriação ou confisco por companhias importadoras;
- De imposição de um banimento de algum bem após o embarque;
- De transferência: A imposição de controlo de transferência de valores pelo país importador devido a crises de liquidez;
- Relacionados com a soberania política.



Os Seguros e as Seguradoras

À medida que a sociedade evolui e a tecnologia se desenvolve cada vez mais as pessoas, individual ou coletivamente consideradas, estão sujeitas à possibilidade da ocorrência de acontecimentos incertos, suscetíveis de lhes provocarem prejuízos, difíceis de reparar, tanto no aspeto material como moral.

Foi na intenção de se prevenirem relativamente aos danos causados por atentados terroristas, incêndios florestais, acidentes de viação, acidentes pessoais, acidentes de trabalho e tantos outros acontecimentos nefastos que as pessoas se organizaram em grupos na tentativa de transformarem o prejuízo de cada um no prejuízo de um grupo, nascendo assim o seguro.



Os conceitos sempre presentes no seguro são:

- **Risco** – é a possibilidade da ocorrência de acontecimentos que podem provocar prejuízos, tais como: risco de incêndios, risco de roubos, risco de acidentes pessoais, de acidentes de trabalho, etc.
- **Sinistro** – é o acontecimento futuro e imprevisível suscetível de provocar o prejuízo, tais como: incêndios, roubos, acidentes, etc.
- **Dano** – é o prejuízo provocado pela ocorrência dos acontecimentos, tais como: o valor dos bens destruídos pelo incêndio, o valor dos bens roubados, o custo do tratamento das doenças, etc.

Com a realização do contrato de seguro consegue-se uma repartição coletiva da cobertura dos riscos, pois a compensação dos danos de cada um é repartida por todos os que realizaram seguros.

Assim, define-se **Contrato de Seguro** como sendo o acordo estabelecido entre uma entidade denominada seguradora responsável pela cobertura dos riscos e uma pessoa ou entidade designada por tomador de seguro responsável pelo pagamento do prémio de seguro. O **Prémio de seguro** é o preço que o tomador de seguro paga à seguradora pela cobertura dos riscos estabelecidos no contrato.

Trata-se de um contrato bilateral pois dele resultam direitos e obrigações para ambas as partes.



Os intervenientes no Contrato de Seguro são os seguintes:

- **Seguradora** – é a entidade que subscreve o contrato com o tomador de seguro e assume a obrigação de pagar ao segurado uma compensação monetária pelos danos resultantes do sinistro.
- **Tomador de seguro** – é a pessoa ou entidade que efetua o contrato com a seguradora e é responsável pelo pagamento do prémio de seguro.
- **Segurado** – é a pessoa ou entidade cujos riscos se encontram cobertos pelo seguro e tem direito à respetiva compensação monetária pelos danos sofridos.

Poderá ainda intervir uma terceira pessoa denominada beneficiário expressamente designada no contrato.

- **Beneficiário** – é a pessoa ou entidade que por cessão prévia do segurado tem direito à compensação monetária.

Geralmente, o tomador de seguro é o próprio segurado, mas poderá assim não acontecer. É o caso, por exemplo, de um seguro de viagem realizado por uma empresa e relativo a um seu colaborador. Outro exemplo será o de uma empresa (tomador de seguro) que efetue seguros de acidentes de trabalho em favor dos empregados (segurados).

A compensação monetária de responsabilidade da seguradora pode revestir as seguintes formas:

- **Indemnização** – quando se trata de uma compensação monetária por danos provocados em bens e é efetuada num único pagamento.

Exemplos: Indemnização por danos causados por incêndios, inundações, roubos, etc.

- **Renda ou pensão** – quando se trate de uma compensação monetária por danos provocados em pessoas.

Renda – cujo pagamento é periódico e pode ser temporário ou vitalício. É o que acontece no seguro de vida.

Pensão – cujo pagamento é periódico e tem lugar nos seguros de acidentes pessoais, acidentes de trabalho, doenças profissionais, etc.



Como podemos constatar, os riscos são vários, podendo acarretar danos em bens, pessoas ou pessoas e bens. De acordo com os riscos cobertos pelas seguradoras, apresentam-se os seguintes ramos de seguros:

		Riscos cobertos	Compensação da seguradora
Ramos de Seguros Reais	• Fogo ou incêndio	Incêndios em prédios, mobílias, mercadorias e outros valores	Indemnização
	• Transportes de mercadorias ou valores (terrestres, marítimos, aéreos)	Transporte de bens ou valores por qualquer das vias referidas	Indemnização
	• Agrícola	Destruição de colheitas e de equipamento ou instalações afetas à atividade agrícola	Indemnização
	• Pecuária	Doenças de gado e acidentes com animais	Indemnização
	• Automóvel	Acidentes de automóveis (choque, roubo, fogo)	Indemnização
Ramos de Seguros Pessoais	• Vida	Factos que podem causar a morte do segurado	Renda
	• Acidentes pessoais	Acidentes que possam causar danos no segurado	Pensão
	• Acidentes de trabalho	Acidentes de trabalho que possam causar danos no segurado	Pensão
	• Responsabilidade civil	Danos causados pelo segurado nas pessoas e/ou bens de terceiros	Pensão ou indemnização



Para cada ramo de seguros, as seguradoras estabelecem o valor máximo de que assumem a responsabilidade, que é denominada **pleno**. No caso do valor do seguro pretendido ultrapassar o pleno fixado pela companhia, esta poderá transferir para outra companhia a responsabilidade pelo valor em excesso, operação designada **resseguro**.

- **Pleno** – é o valor máximo de compensação monetária fixado pela companhia para cada ramo de seguro.
- **Resseguro** – é a operação pela qual a companhia transfere para outra ou outras a responsabilidade pela compensação que ultrapasse o pleno.

Suponhamos que determinada empresa pretende efetuar um seguro de incêndio no valor de 18 milhões de dólares, numa companhia de seguros, cujo pleno é de 10 milhões de dólares. A referida companhia fará o seguro no valor de 10 milhões de dólares e transferirá a responsabilidade pelos restantes 8 milhões para outra companhia.



Documentação

Os documentos utilizados no contrato de seguro são os seguintes:

- Proposta ou minuta de seguro
- Recibo da proposta
- Apólice de seguro
- Recibo do prémio
- Ata adicional



Proposta de seguro – é o documento preenchido pela pessoa interessada no seguro (tomador do seguro) em que este propõe à companhia seguradora a realização do Contrato de Seguro. É um documento fornecido pela seguradora e constituído por um questionário de acordo com o ramo de seguro, destinado a avaliar o grau de risco que a companhia irá assumir.

Recibo da proposta – é o documento em que a companhia comprova a entrega da proposta de seguro e serve de prova do contrato até à existência da apólice.

Apólice de seguro – é o documento em que o Contrato de Seguro é reduzido a escrito, com base nos elementos constantes da proposta. Os elementos que fazem parte das apólices de seguros são: Condições Gerais, Particulares e Especiais, se as houver.

Recibo do prémio – é o documento que comprova o pagamento, pelo tomador, do prémio estabelecido.

Ata adicional – é o documento que se elabora, no caso de existirem posteriores alterações ao contrato celebrado.

Os transportes e as deslocações

Os transportes são usados para fazer deslocar pessoas e/ou mercadorias de um ponto a outro. Portanto, **transporte é sinónimo de uma atividade** que visa levar algo através do espaço, ou seja, de um lugar para outro.

Os transportes são imprescindíveis nas sociedades atuais e encontram-se em constante evolução. Os diferentes modos de transporte possuem uma rede (conjunto de estradas, vias-férreas, rios navegáveis, canais, oleodutos e gasodutos que se interligam, formando uma malha mais ou menos densa) própria.



No desenvolvimento das nações, os transportes desempenham papel de fundamental importância. A falta de transporte (ou o transporte inadequado) afeta o setor da agricultura, dificulta a integração nacional retardando o crescimento, prejudica a segurança nacional. Limita também, a eficiência dos programas de assistência técnica e dificulta extremamente o comércio internacional. De maneira mais direta, a atividade industrial é seriamente prejudicada, pois as falhas nos transportes exigem a manutenção de *stocks* excessivos para compensar a incerteza dos fornecimentos, o que acaba por se refletir nos custos e, por consequência, no preço final dos produtos e, portanto, na competitividade das empresas e no desenvolvimento deste meio.

Comparando as economias de uma nação desenvolvida e de outra em desenvolvimento, compreende-se o papel do transporte na criação de alto nível de atividade na economia. Nações em desenvolvimento têm, normalmente, produção e consumo a ocorrer no mesmo lugar, com boa parte da força de trabalho ajustada na produção agrícola e uma menor percentagem da população a viver em áreas urbanas. À medida que serviços de transportes mais baratos se vão disponibilizando, a estrutura económica começa a assemelhar-se a de uma economia desenvolvida: grandes cidades resultam a partir da migração para os centros urbanos, regiões geográficas limitam-se a produzir um leque menor de itens e o nível de vida médio começa a elevar-se.

Especificamente, um melhor sistema de transportes contribui para: aumentar a concorrência no mercado, garantir a economia de escala na produção e reduzir o preço das mercadorias.

Assim, o conhecimento do sistema de transportes e mais especificamente da atividade transporte (chave dentro da logística) em si parece ser fator determinante na busca de melhores performances por parte de todos os participantes da economia, hoje globalizada.

As infraestruturas de transportes como estradas, pontes, túneis, vias férreas, aeroportos, portos marítimos e fluviais têm contribuído para reduzir as distâncias, permitindo ultrapassar barreiras físicas como rios e montanhas, condicionando a acessibilidade das regiões e, por isso, o seu **desenvolvimento económico e social**.

Os transportes são muito importantes para o desenvolvimento das regiões. O aumento da mobilidade permitiu desenvolver o comércio e, conseqüentemente, as atividades produtivas, quer a nível regional, quer a nível internacional, diminuir as assimetrias



regionais e a melhorar a qualidade de vida e o bem-estar da população. Ao mesmo tempo, ajudou à expansão de novas formas de organização do espaço, referindo-se a título de exemplo o crescimento dos subúrbios nas grandes cidades, à redistribuição espacial da população, como a eclosão e intensificação de movimentos migratórios, assim como à massificação de fenómenos sociais, culturais e económicos, como é o caso do turismo.

As principais redes de transporte utilizadas para o estabelecimento de ligações são: a rede rodoviária, a rede ferroviária, a rede marítima e a rede aérea. A escolha do modo de transporte a utilizar depende de vários fatores, podendo enunciar-se como os mais importantes o custo do transporte, o tipo de mercadoria a transportar, a distância a vencer, o tempo gasto no percurso e o tipo de trajeto a percorrer.

- Os **transportes rodoviários** são os mais indicados, no transporte **intracontinental**, para transportar pessoas e mercadorias a **curtas distâncias**.



- Os **transportes ferroviários** são os mais indicados, no transporte **intracontinental**, para transportar muitas pessoas e grandes cargas a **médias e a longas distâncias**.



- Os **transportes marítimos** são os mais adequados, no **transporte intercontinental**, de grandes cargas a **longas distâncias**.
- Os **transportes aéreos** são os mais rápidos (chegam mais longe em



menos tempo), mas são caros, poluentes e têm um consumo elevado de combustível, sendo preferido nas deslocações a médias e longas distâncias no tráfego de passageiros devido à sua velocidade, conforto e rapidez.



Propostas de trabalho

1. Apresente exemplos de documentação que fazem parte da correspondência comercial de uma determinada empresa.
2. Que característica deve ter, no seu entender, uma carta para que possamos dizer que ela espelha a imagem de uma empresa?
3. Aponte algumas das vantagens do envio de uma carta.
4. Quais os elementos que compõem a estrutura de uma carta?
5. Apresente exemplos de circulares de carácter interno. E externo?
6. O que entende por correio eletrónico?
7. Exponha algumas das vantagens do correio eletrónico.
8. Distinga financiamento externo direto de financiamento externo indireto.
9. Qual a noção de operações ativas? E operações passivas?
10. Qual a importância dos bancos na economia de um determinado país?
11. Um país não pode viver isolado economicamente. Concorda com a afirmação? Justifique a sua resposta.
12. Defina Contrato de Seguro.
13. Quais os intervenientes no Contrato de Seguro?
14. Quais os documentos utilizados no Contrato de Seguro?



Bibliografia

O professor que lecionar o módulo proporá os livros, revistas, endereços da internet ou outros recursos, de forma que os alunos possam desenvolver os seus estudos e pesquisas indispensáveis ao processo de aprendizagem.

A título de exemplo, sugere-se a seguinte bibliografia/recursos:

Livros

BARKER, Alan (1999), *Como Escrever Cartas Comerciais*, Mem Martins, Lyon Edições.

CAMPOS, Ana Paula e Maria João Esteves (2000), *Guia de Correspondência Comercial*, Lisboa, Plátano – Edições Técnicas.

GÓMEZ, Sonia (1999), *Correspondência Comercial*, Lisboa, Editorial Estampa.

GUEDES, José (1999), *Guia Prático das Comunicações Formais*, Vila Nova de Gaia, Estratégias Criativas.

LOUSÃ, Aires et al (2004), *Técnicas Administrativas*, Porto, Porto Editora.

OLIVEIRA, Maria da Luz et al (1997), *Trabalhos de Aplicação*, Lisboa, Texto Editora.

PAIS, Maria João et al (2008), *Economia*, Lisboa, Texto Editores.

PIMENTEL, Marília (1998), *Enciclopédia da Secretária*, Setúbal, Marina Editores.

SANTOS, Madalena e Arménia Maia (1991), *Práticas Administrativas e de Secretariado*, Porto, Porto Editora.

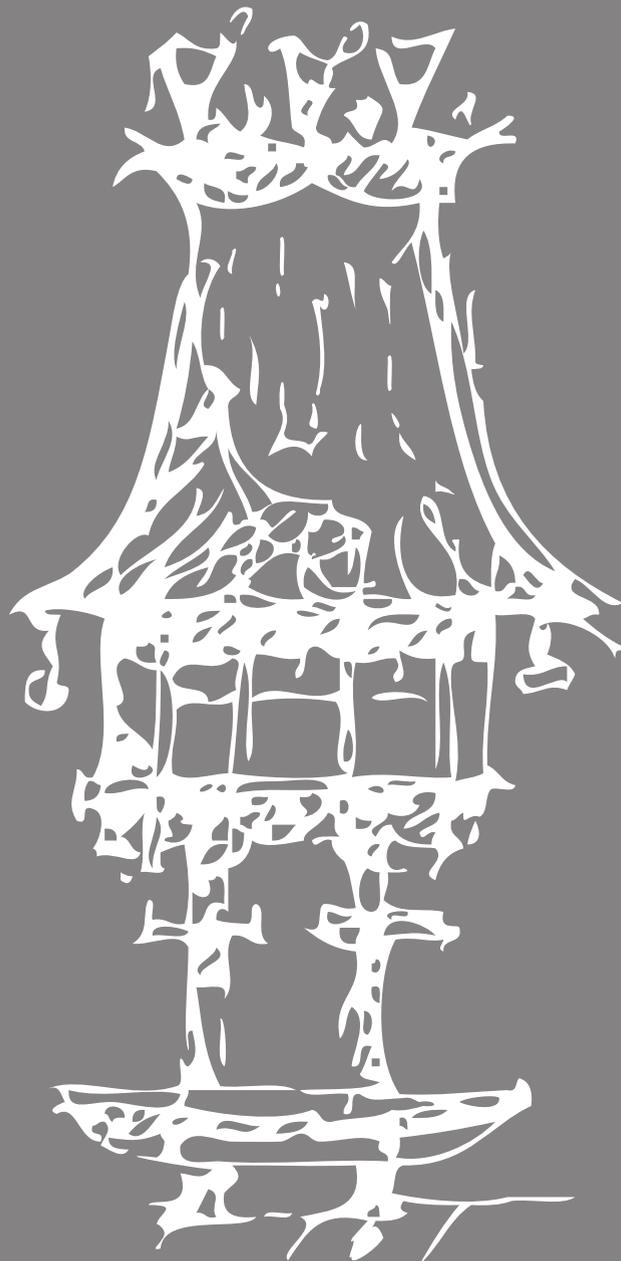
SANTOS, Madalena (1991), *Dicionário Prático Comercial e Administrativo*, Porto, Porto Editora.

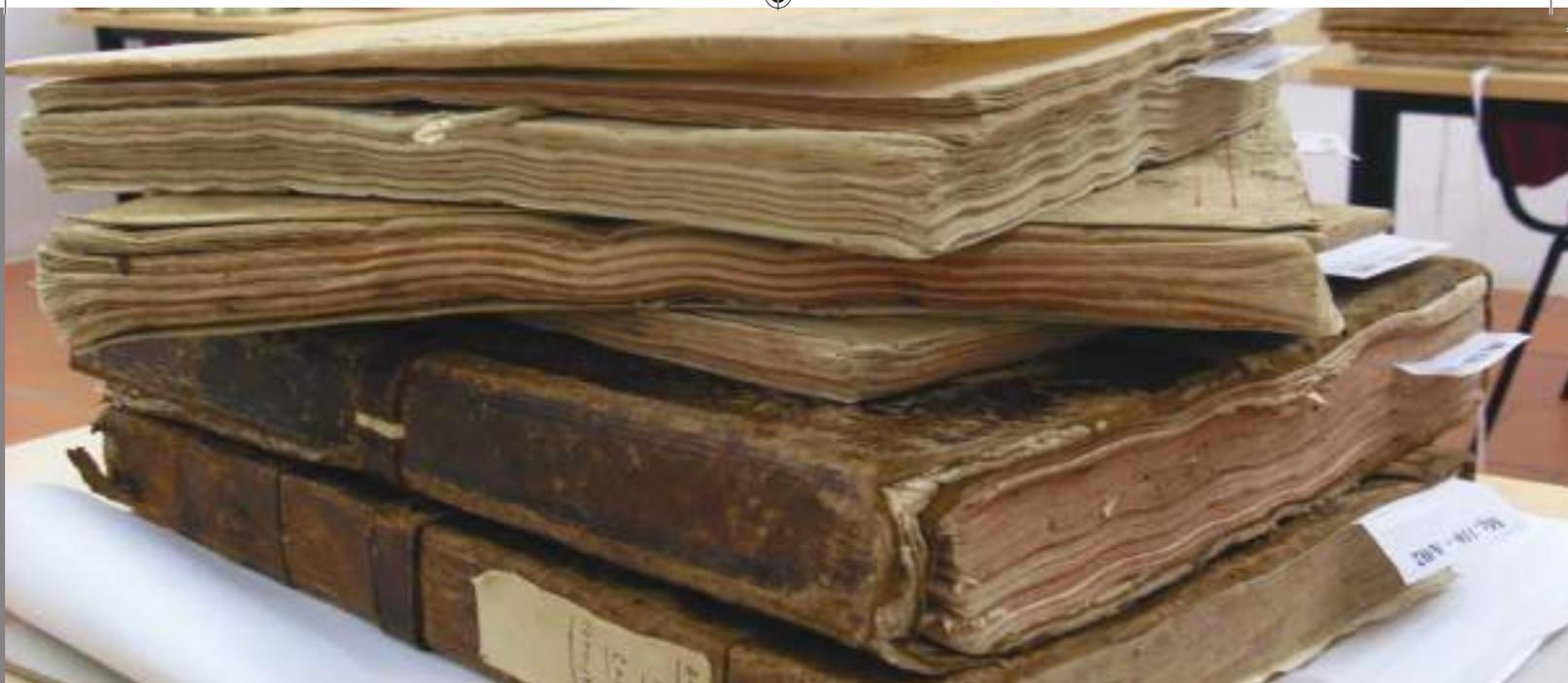
TORRIENTE, Gastón F. e Eduardo Zayas-Bazan (1995), *Como Escrever Cartas Eficazes*, Mem Martins, Edições Cetop.

Outros recursos

Quadro, computador e videoprojector, sala de Informática, revistas e jornais da especialidade.







A Correspondência Administrativa

Módulo 13

Apresentação

Neste módulo pretende-se dar a conhecer como as empresas, independentemente da sua área de atividade, se devem dirigir aos organismos públicos, através de comunicações que obedecem normalmente a uma redação formal, remetendo invariavelmente para aspetos legislativos, normativos ou regulamentares.

Objetivos de aprendizagem

- Conhecer as regras, tanto formais como de conteúdo, que regulam a estrutura destas comunicações.
- Identificar os principais tipos de comunicações administrativas.
- Pesquisar, selecionar e organizar este tipo de informação.
- Efetuar a leitura de vários documentos administrativos.

Âmbito de conteúdos

• **Comunicações Administrativas**

Ofícios;

Avisos e notificações

Memoriais, petições e requerimentos

Procurações e protocolos

Atestados, certidões, certificados e declarações

Anúncios

Editais

Leilões e hastas públicas

• **Vocabulário das Comunicações Administrativas**

Siglas e abreviaturas



Comunicações administrativas

Esta modalidade da comunicação está diretamente ligada ao público interno de uma organização, e tem a finalidade de orientar, atualizar, ordenar e reordenar o fluxo das atividades funcionais da mesma. Ela é fundamental para o processamento das informações dadas dentro de uma organização.

A comunicação administrativa tem carácter prioritariamente informativo, procura passar informações sobre mudanças ocorridas na empresa, a



chegada de novos produtos ou serviços, enfim esclarecer metas e objetivos a serem cumpridos por cada um, e além de informar esta modalidade tem como função acompanhar o funcionamento de todo o sistema.

A comunicação administrativa é fundamental para o processamento das informações no âmbito das funções administrativas em relação aos seus diversos públicos. A comunicação administrativa tem, assim, como características fundamentais ser:

- Hierarquizada: fundamentada no detentor do poder e nos seus propósitos;
- Legalista: baseada na legislação com o objetivo de se cumprir a lei;
- Normativa: segue normas e procedimentos, rotinas da organização, manuais para empregados;
- Impositiva: a estrutura da comunicação visa atingir os objetivos, metas da empresa e que todos executem suas funções;
- Fria e impessoal: não alimenta expectativas dos empregados, nem permite a sua participação nos processos administrativos, não parte de uma filosofia humanista mas sim legalista;
- Omissa e incompleta: diz o que fazer, mas não como e por quê fazer.

As principais comunicações de carácter administrativo são:



Ofícios

São comunicações oficiais de carácter administrativo e têm habitualmente a estrutura de uma carta comercial.

O destino dos ofícios é fundamentalmente o exterior: instituições/entidades; serviços públicos ou privados.

O objeto do ofício são, então, informações para o exterior, quer de expediente corrente, quer exijam uma elaboração bastante cuidada e formal (conteúdo institucional ou outro).

A execução de um ofício deve consistir em ser:

- Dactilografada
- Original e cópia
- A4 (210 x 297mm)

E os seus elementos de identificação devem conter:

- Número (anual)
- Nº de processo
- Data
- Destinatário
- Origem
- Assunto

Embora obedecendo a uma estrutura semelhante à das cartas, apresentam uma diferença essencial que é a **ausência de vocativo**, a não ser que se trate de uma personalidade destacada.



Vejamos o exemplo:



REPÚBLICA DEMOCRÁTICA DE TIMOR LESTE
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
DIRECÇÃO NACIONAL DO ENSINO SECUNDÁRIO TÉCNICO VOCACIONAL
Rua de Vila Verde, Telefone : 3339645

Número : / ME - DNETV / IX / 2013

Assunto : Requisição

Ex.^o Senhor :

Chefe do Departamento de Logística e Património do ME.
 Requisita-se Materiais de Escritório no Chefe do Departamento da Logística e Património do ME
 no Armazem do Ministério da Educação para os utilizar na Escola ET, Hotelaria e Turismo Becora.

No.	Designação	Quantidade	Observação
1.	Papel branco A4	5 Caixas	
2.	Giz branco	5 Caixas	

Dili, de de 2013

Chefe Departamento do Ensino Secundário
 Técnico e Vocacional do ME.

Visto pelo,
 Chefe Departamento Logística
 E Património do ME





REPÚBLICA DEMOCRÁTICA DE TIMOR LESTE
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
DIRECÇÃO NACIONAL DO ENSINO SECUNDÁRIO TÉCNICO VOCACIONAL
Rua de Vila Verde, Telefone : 3339645

Número : / ME - DNETV / V / 2013
Para : Exmo Diretor Executivo e PCA HNGV
De :
Assunto : Pedido

Dili, de de 2013
O Diretor



ou ainda:

Avisos e notificações

Avisos são atos processuais com que se dá conhecimento público de um facto (aviso nos jornais) ou se chama alguém a comparecer num organismo público, direta ou através de um aviso-postal, de uma carta registada, etc.



Exemplo de um Aviso:

Notificações são atos judiciais pelo qual se dá conhecimento a uma pessoa de um facto que é de seu interesse, para que possa fazer uso das medidas que lhe são asseguradas legalmente. As notificações efetuam-se mediante:

- a. Contacto pessoal com o notificando e no lugar em que este for encontrado;
- b. Via postal registada, por meio de carta ou aviso registados;
- c. Via postal simples, por meio de carta ou aviso, nos casos expressamente previstos; ou
- d. Editais e anúncios, nos casos em que a lei expressamente o admitir.



Exemplo de uma Notificação:



Memoriais, petições e requerimentos

O **requerimento**, a **petição**, o **memorial** ou a exposição são basicamente solicitações dirigidas a uma entidade ou organismo oficial e formuladas por escrito de acordo com as normas ou as disposições legais.

O requerimento compreende os seguintes elementos:

- Nome da autoridade, cargo ocupado e órgão requerido – colocam-se na parte superior direita;
- Identificação do requerente – é indispensável e deve apresentar todos os dados tidos como necessários ou convenientes: nome, número do bilhete de identidade, estado civil, profissão, morada, número de contribuinte, etc.
- Pedido ou objeto do requerimento - deve conter circunstâncias, ocorrências e situações anteriores que possam, aos olhos da autoridade, justificar o pedido;
- “Pede deferimento” – deferir é satisfazer o pedido, usando-se frequentemente esta expressão com o significado de que o autor do requerimento espera que o seu pedido seja atendido;



- Local, data e assinatura – são os elementos por que termina este documento.

Portanto, no **requerimento**, o requerente expõe uma pretensão a um direito que lhe assiste, citando portanto a legislação ou regulamento correspondente; na **petição**, formula um pedido, argumentando e indicando, os fundamentos com que o faz; no **memorial**, refere um pedido já feito, enumerando ordenadamente as comunicações havidas ou as diligências feitas sobre o assunto.

Exemplo de um Requerimento:

REQUERIMENTO

Exma. Sra. Presidente do Conselho Executivo

C/c à Comissão de Coordenação da Avaliação
C/c à Exma. Sra. Presidente do Conselho Pedagógico

Para defesa dos interesses legalmente protegidos de todos os intervenientes no processo educativo, o professor abaixo-assinado, dotado da legitimidade conferida pela alínea a) do artigo 53º do Código de Procedimento Administrativo, vem requerer, de acordo com o disposto no artigo 45º do mesmo diploma, declaração de impedimento para a execução do disposto no artigo 9º, do Decreto Regulamentar nº 2/2008.

As circunstâncias de facto que constituem a sua causa são as seguintes:

- 1 – garantir a observação do princípio de imparcialidade na intervenção em procedimento administrativo, conforme está definido nas alíneas c) e d) do artigo 44º, do CPA, contrariada pela vinculação da melhoria dos resultados dos alunos à avaliação individual do docente;
- 2 – garantir a observação dos princípios e dos procedimentos a ter em conta na avaliação das aprendizagens e competências dos alunos dos três ciclos do ensino básico, regulamentados no Despacho Normativo n.º 1/2005, contrariados, nomeadamente, nas disposições dos artigos 8º, 9º, 16º e 18º do Decreto Regulamentar nº 2/2008;
- 3 – garantir a observação dos princípios definidos pelo Conselho Científico de Avaliação, nos pontos 4 e 6 da Recomendação n.º 2;
- 4 – a inobservância do disposto nos diplomas legais supracitados constitui matéria para considerar a avaliação sumativa final dos alunos um acto nulo, conforme o disposto no artigo 133º do CPA.

Pede deferimento

10 de Novembro de 2008

Procurações e protocolos

A **Procuração** é o ato pelo qual alguém atribui a outrem, voluntariamente, poderes representativos.

Na outorga da procuração, o representado deve indicar o ato ou tipo de atos que o procurador fica legitimado a praticar. Contudo, nem sempre a lei se contenta com uma



descrição mais ou menos vaga dos poderes representativos e há casos em que exige uma especial concretização dos mesmos (Exemplos: Na procuração para fazer doações, o representado tem de indicar na procuração a pessoa do donatário e o objeto da doação, pois só assim se reserva o cunho pessoal e espontâneo que as liberalidades devem revestir; Um outro caso em que a lei exige uma especial concretização dos poderes representativos é a procuração para casamento. O artigo 1508.º do Código Civil de Timor Leste determina que “a procuração deve conter poderes especiais para o ato, a designação expressa do outro nubente e a indicação da modalidade do casamento.”). Assim, a procuração é constituída basicamente por duas partes:

- A identificação do representante e do representado;
- O objeto e o âmbito da procuração.

Exemplo de uma minuta de procuração:

(o estudante deverá preencher o documento integralmente à mão ou a computador)

PROCURAÇÃO

Eu, (nome completo), portador do Bilhete de Identidade n.º emitido em .../.../... pelo Arquivo de Identificação de ..., nascido em .../.../... no Subdistrito de....., Distrito de,(estado civil), residente em, constituo bastante procurador..... (nome completo) portador do Bilhete de Identidade n.º emitido em .../.../... pelo Arquivo de Identificação de, nascido em .../.../... no Subdistrito de, Distrito de, (estado civil), residente em, concedendo-lhe plenos poderes para assinar quaisquer documentos respeitantes à mobilidade ERASMUS e receber quaisquer quantias respeitantes a uma eventual bolsa ERASMUS que me tenha sido atribuída.

....., de de

.....

(assinatura do estudante ERASMUS)



O **Protocolo** é o conjunto de formalidades e preceitos que se devem observar em cerimónias oficiais ou atos solenes. São, também, normas de cortesia a observar em determinadas situações socioprofissionais e administrativas. É o acordo firmado por um ou mais países ou empresas (protocolo comercial). Este último conceito é, com certeza, o mais interessante porque pressupõe um acordo vantajoso para ambas as partes, além de construir um importante meio de desenvolvimento das relações entre países, organizações, grupos e sociedades. O protocolo reveste-se de grande importância, sobretudo o de carácter comercial, social e político e a sua redação é feita nos moldes das atas e dos contratos.

O Protocolo de Kyoto



O que é o Protocolo de Kyoto

-  O Protocolo de Kyoto foi assinado em 1997 por 180 países membros da Convenção-Quadro das Nações Unidas sobre Mudança Climática reunidos no Japão
-  Ele divide o mundo em países industrializados (o chamado anexo 1) e países em desenvolvimento (não-anexo 1), e prevê que os primeiros devem cortar em 5,2% suas emissões de gases de efeito estufa em relação aos níveis de 1990, entre 2008 e 2012
-  Para entrar em vigor, o protocolo precisava ser ratificado, ou seja, confirmado domesticamente como

-  lei por pelo menos 55 países, que respondam por 55% das emissões do anexo 1
-  Até agora, 126 países já ratificaram o acordo, 34 deles membros do anexo 1, com 61,6% das emissões
-  Os EUA, que respondem sozinhos por 36% das emissões de dióxido de carbono do anexo 1, desistiram do protocolo em março de 2001

ENTRADA EM VIGOR: O Protocolo de Kyoto deve passar a vigorar em fevereiro do ano que vem, após ajustes finais no texto a serem feitos em dezembro, em Buenos Aires

Fonte: Folha de São Paulo - 06/11/2004

Atestados, certidões, certificados e declarações

Ocorre com frequência, dentro ou fora da empresa, a necessidade de comprovar uma situação, um estado, um facto ou uma qualidade, bem como fazer transcrever, reproduzir ou certificar o conteúdo de um original arquivado numa repartição pública. Essa necessidade dá origem á emissão de documentos com força provatória, a que se dá o nome de declarações, certidões, certificados ou atestados. São feitos sobre indivíduos, firmas, associações, etc., para efeitos vários:



- Atribuição de subsídios;
- Efeitos fiscais;
- Contagem de anos de serviço;
- Fins militares;
- Justificação de faltas;
- Habilitações á herança...

Estes documentos são estruturados com os seguintes elementos:

- Título;
- Identificação: entidade emissora, pessoas ou firmas em causa, ...;
- Dados: datas, categorias profissionais, funções exercidas, remunerações (mensais / anuais, liquidadas / iliquidadas), descontos feitos, ...;
- Data, Assinatura;
- Chancela (carimbo, selo branco, ...).

Alguns exemplos elucidativos:



The image shows three blank forms side-by-side, each with a header and a grid of fields for data entry. The forms are titled 'Certidão de Casamento', 'Certidão de Nascimento', and 'Certidão de Óbito'. Each form includes a logo at the top and a header with the text 'Serviço de Registro em Saúde Pública'.

Exemplo de um Atestado Médico:

The image shows a medical certificate form with a green background. At the top left is a logo of a caduceus. The text reads: 'Dr. Maurício Corrêa', 'Coloproctologia'. Below this is the title 'ATESTADO MÉDICO'. The main body of the form contains the following text: 'ATESTO que o sr.(a) _____', 'necessita de _____', 'de afastamento do trabalho, a partir desta data, por motivo de doença.' Below this is a field for 'CID: _____'. A box contains the following text: 'NOTA - Este atestado é válido para as finalidades previstas no Artigo 86 do RGPS, aprovado pelo Decreto nº 60.501, de 14/03/67 e será expedido para justificativa de 1 a 15 dias, de afastamento do trabalho.' At the bottom, there is a line for 'Assinatura do Médico - C' and contact information: 'Rua Marechal Floriano Peixoto, 350 - Salas 901 a 903', 'Centro - Blumenau - SC', 'Fone: (47) 3322-9897 - 3322-2760', 'mauricioimed@gmail.com'.



Exemplo de uma Declaração:

DECLARAÇÃO

Declaro a quem interessar possa, que: **NÃO VENDI** os produtos contidos nas Notas Fiscais de Numero 5321 no valor de R\$ 140.600,00 (cento e quarenta mil e seiscentos Reais) e 5327, no valor de R\$ 112.250,00 (cento e doze mil e duzentos e cinquenta Reais) ambas – série 1, para a **PREFEITURA MUNICIPAL DE ESPERANTINA**, informo outrossim que nunca participei de nenhum processo licitatório naquela cidade.

O referido é verdade,

Teresina, 17 de Junho de 2008


C. B. BEVILAQUA
CLAUDENOR BARRETO BEVILAQUA
PROPRIETÁRIO DA C. B. BEVILAQUA
CNPJ – 235248200001-88
INSCRIÇÃO ESTADUAL 19.409.878-8

Anúncios

Anúncio é uma informação publicada, que faz uma propaganda, um pedido, ou outros tipos de comunicação que interesse ao público em geral, necessitando ou não de uma resposta para o autor. Portanto, pode ser uma mensagem escrita, oral ou visual que publicita alguma coisa a um determinado público.

O anúncio é uma informação ou um aviso com que se participa, faz saber ou dá conhecimento de algo ao público.

Deste modo, podemos apontar as seguintes características:

- Definição do público-alvo;
- Força de atração;



- Linguagem de fácil entendimento e memorização;
- *Slogan* de fácil fixação na linguagem popular;
- Tamanho/duração do anúncio para o tipo de meio utilizado;
- Tempo de permanência no (s) meio (s) usado (s) para o divulgar.

Exemplos:



Editalis

Edital é uma publicação para conhecimento de terceiros e a sua finalidade é tornar público determinado facto ou ato, seja por cautela, seja por publicidade ou seja para cumprir um requisito legal. Estes são afixados ou publicados.

Exemplo de um Edital:



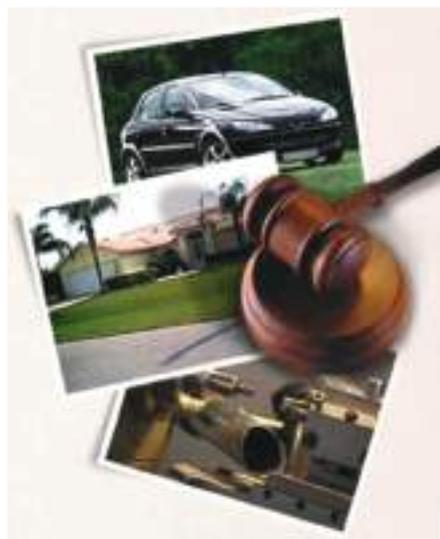
Leilões e hastas públicas

Um **leilão** é uma venda pública em que os objetos (vendidos ou leiloados) são entregues a quem fizer a oferta mais elevada, correspondendo portanto a uma arrematação ao maior lance.

Leilão é um mecanismo de negociação definido por uma série de regras para especificar a forma de determinação do vencedor e quanto este deve pagar. É um evento no qual se reúnem, no mesmo local, proprietários dos bens que desejam vendê-los e pessoas que estão interessadas em comprá-los.



Quando um leilão decorre por efeito de mandado judicial, pode também tomar o nome de **hasta pública**. Hasta pública é o meio de venda judicial de bens do devedor que são obtidos



através da penhora, ou seja, é a absorção de bens penhorados judicialmente para a satisfação da execução.

Um leilão funciona, essencialmente, da seguinte forma: o leiloeiro lê as condições de venda descritas num determinado catálogo, as quais deverão ser acompanhadas por todos os compradores. Em seguida, os lotes em leilão serão anunciados um a um. Assim que o lote de interesse da pessoa for anunciado, ela deverá levantar a mão para dar um lance. Lote é um conjunto formado de um ou mais

bens que serão leiloados. Caso existam mais pessoas interessadas no mesmo lote inicia-se uma disputa para decidir quem dará o maior lance começando com o lance mínimo.

É basicamente uma disputa de “quem dá mais”.

Os leilões regem-se pelos seguintes elementos:

- Data, Hora e Local;
- Objeto de leilão (direito a arrendamento, bens moveis e imóveis, etc.);
- Descrição dos artigos a leiloar;
- Responsável pelo leilão.



Vocabulário das comunicações administrativas

Siglas e abreviaturas

Numa época tão agitada como aquela em que vivemos hoje em dia, as siglas e abreviaturas da escrita de palavras surgem com frequência na linguagem comercial, técnico-científica, bibliográfica, jornalística, etc. As siglas e abreviaturas são, assim, maneiras de encurtar uma palavra ou várias palavras, uma vez que estas são repetidas inúmeras vezes em textos, documentos, etc..

É portanto conveniente conhecer as mais frequentes, embora o seu uso deva ser cuidadoso, porque torna muitas vezes a frase pouco clara, ambígua e até incompreensível.

Abreviatura - quando uma palavra é representada por meio de uma ou algumas das suas letras. A abreviatura não tem plural. É possível utilizar a abreviatura em textos relativos a modalidades desportivas e nos quais as distâncias em quilómetros são constantemente referenciadas.

Lista com abreviaturas comuns:

A

a.C. ou A.C. = antes de Cristo

A/C = ao (s) cuidado (s)

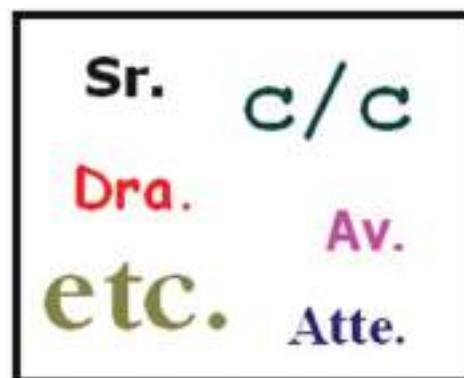
Apart. ou ap. = apartamento

Av. = Avenida

B

bibl. = bibliografia, bibliográfico ou biblioteca

BR = Brasil



C

- cap. = capítulo; caps. = capítulos
- c/c = conta corrente
- cent. = cêntimo
- cf. ou cfr. = confira, confronte, compare
- Cia. = companhia
- cit. = citação, citado (s), citada (s)
- cm = centímetro (s)
- cód. = código
- créd. = crédito
- Cx. = Caixa

D

- D. = Dom, Dona
- D.^a = Dona
- d.C. = depois de Cristo
- DD. = digníssimo
- dm = decímetro (s)
- Dr. = Doutor
- Dr.^a = Doutora
- dz. = dúzia (s)



E

- ed. = edição
- e.g. = *exempli gratia* (por exemplo)
- etc. = *et cetera* (e as outras coisas)
- EUA = Estados Unidos da América
- ex. = exemplo
- Exmo = Excelentíssimo
- Ex.^a = Excelência



L

l = litro (s)

lat. = latitude, latim

lb. = libra (s)

long. = longitude

Ltda., Lda. = limitada (comercialmente)

M

m = metro (s)

m² = metro (s) quadrado (s)

m³ = metro (s) cúbico (s)

m ou min = minuto (s)

MM. = Meritíssimo

mg = miligrama

ml = mililitro (s)

N

n^o. = número

N. = norte

nac. = nacional

N.E. = nordeste (ponto entre o norte e o leste)

nov. = Novembro

N. Sr.^a = Nossa Senhora

O

O. = oeste

obs. = observação, observações

O.K. = *all correct* (está tudo bem)

op. cit. = *opus citatum* (obra citada)



P

pág. = página; págs. = páginas
pal. = palavra (s)
p.ex. = por exemplo
Pe. = padre
p.f. = por favor
pg. = pago
pl. = plural
p.p. = por procuração; próximo passado
Prof. = professor
Prof.^a = professora
P. S. = *post scriptum* (depois do escrito)

Q

ql. = quilate (s)

R

R. = rua
Rev.mo = Reverendíssimo

S

S. = São, Santo (a), sul
S.A. = Sociedade Anônima
s.d. = sem data
séc. = século
S.O.S. = Socorro
Sr. = Senhor; Srs. = Senhores
Sr.^a = Senhora; Sr.^{as} = Senhoras
Srta = Senhorita



T

Tel. = telefone, telegrama

TV = televisão

V

V = volt

V. = você

V.S.^ª = Vossa Senhoria

V.S.^{ªs} = Vossas Senhorias

V. Ex.^ª = Vossa Excelência

v.g. = *verbi gratia* (por exemplo)

W

W.C. = *water-closet* (banheiro, sanitário).

Sigla - É um tipo de abreviação utilizada para reduzir algumas palavras, a fim de que haja mais agilidade tanto ao falar, quanto ao escrever. É formada, geralmente, pelas iniciais dos termos.

As siglas são escritas sem pontos e não têm plural. Os nomes próprios e os cargos ocupados não podem ser grafados como siglas. Por exemplo: o procurador-geral da República e não o PGR.



O recurso a siglas coincidentes deve ser evitado, de modo a evitar confusões.

Lista com algumas das siglas mais comuns:

CEE = Comunidade Económica Europeia

OCDE = Organização de Cooperação e Desenvolvimento Europeu

EUA = Estados Unidos da América

FIFA = Federação Internacional das Associações de Futebol



FBI = *Federal Bureau Investigation*

FOB = *Free on Board*

BID = Banco Internacional de Desenvolvimento

ONU = Organização das Nações Unidas

OTAN: Organização do Tratado do Atlântico Norte

UNESCO = *United Nations Educational Scientific and Cultural Organization* (= Organização Educacional Científica e Cultural das Nações Unidas)

FMI = Fundo Monetário Internacional

BBC = *British Broadcasting Corporation*

RTTL = Radio-Televisão Timor Leste

UNTL = Universidade Nacional Timor Lorosa'e

UNICEF = Fundo das Nações Unidas para a Infância



Propostas de trabalho

1. O que entende por comunicação administrativa?
2. Como pode caracterizá-la?
3. Quais as principais comunicações de carácter administrativo que estudou?
4. Distinga Aviso de Notificação.
5. Enumere os elementos que compõem um requerimento.
6. O que entende por Procuração?
7. Quais os documentos que utiliza para comprovar um determinado facto ocorrido?
8. Qual a finalidade de um Anúncio?
9. Como funciona, genericamente, um Leilão?
10. Apresente 3 exemplos de siglas que conheça. E três exemplos de abreviaturas?



Bibliografia

O professor que lecionar o módulo proporá os livros, revistas, endereços da internet ou outros recursos, de forma que os alunos possam desenvolver os seus estudos e pesquisas indispensáveis ao processo de aprendizagem.

A título de exemplo, sugere-se a seguinte bibliografia/recursos:

Livros

BARROCA, Helena Ondina (1999), *Protocolo Social, Protocolo Profissional*, Lisboa, Plátano, Edições Técnicas.

GUEDES, José (1999), *Guia Prático das Comunicações Formais*, Vila Nova de Gaia, Estratégias Criativas.

OLIVEIRA, Maria da Luz et al (1997), *Trabalhos de Aplicação*, Lisboa, Texto Editora.

PIMENTEL, Marília (1998), *Enciclopédia da Secretária*, Setúbal, Marina Editores.

SANTOS, Jorge e Maria Helena Vieira S. Lemos (1990), *O Trabalho Administrativo na Empresa*, Porto, Edições Asa.

SANTOS, Madalena e Arménia Maia (1991), *Práticas administrativas e de Secretariado*, Porto, Porto Editora.

Sites da Internet

Leilão: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Leil%C3%A3o>

Procurações: <http://www.eugeniabessa.pt>

Comunicação Administrativa: <http://tecnicasecretariado.wikispaces.com>

Outros recursos

Quadro

Computador, videoprojector e sala de informática

Revistas e jornais da especialidade



