



**UNIVERSIDADE FEDERAL
DE SANTA CATARINA**

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO
DEPARTAMENTO DE LÍNGUA E LITERATURA ESTRANGEIRAS
BACHARELADO EM SECRETARIADO EXECUTIVO

O SECRETÁRIO EXECUTIVO E A IMPLEMENTAÇÃO DE TÉCNICAS
SECRETARIAIS NO SETOR DE PÓS-VENDAS

ALYSSON EDUARDO TORQUATO

Dezembro de 2017

Florianópolis

ALYSSON EDUARDO TORQUATO

O SECRETÁRIO EXECUTIVO E A IMPLEMENTAÇÃO DE TÉCNICAS
SECRETARIAIS NO SETOR DE PÓS-VENDAS

Relatório de Estágio
Profissionalizante elaborado como
requisito para conclusão do curso
de Secretariado Executivo da
Universidade Federal de Santa
Catarina. Coordenação do estágio,
Prof.^a Dr.^a Maria Ester Moritz.
Orientadora Prof.^a Dra. Maria Rita
Drumond Viana

Dezembro de 2017

Florianópolis

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, preciso dar a devida honra àquEle que antes mesmo de eu sonhar com este objetivo sendo alcançado, já havia preparado todo o meu caminho até aqui; já tinha conhecimento dos desafios, dificuldades e realizações que eu trilharia para chegar onde hoje estou; e, de forma maravilhosa, já conhecia o final deste trajeto, plantando dentro de mim a convicção de que no fim a alegria viria acompanhada do sucesso. Em outras palavras: Muito obrigado, meu Deus! Eu te amo!

Em segundo lugar, não há ninguém mais que eu possa presentear com esta posição do que meu maior presente na vida: minha auxiliadora idônea; minha companheira para a vida toda; minha esposa. Só Deus sabe como ela foi essencial para que este sonho se realizasse. Quantas vezes ela me motivou a continuar e a me esforçar para vencer todos os desafios que encontrávamos pelo caminho. Sem ela, eu nem estaria realizando este sonho, pois meu maior dínamo para realizações é ela, me apoiando, me suportando, me amando. O que me permite dizer: Obrigado, meu amor! Eu te amo!

O terceiro lugar cabe às outras famílias da minha vida: meus pais Joel e Isabel, minha irmã Angélica e meu cunhado Tito (e agora, minha afilhada Letícia). Eles são o motivo das coisas boas da minha vida se concretizarem. Impossível enumerar... Obrigado a todos, amo vocês! Além desta, não posso deixar de citar minhas famílias espiritual (Igreja Amar), profissional (Perfyaço Palhoça) e acadêmica (esta última formada pela turma que até hoje está “à procura de férias”). Sem citar nomes, vocês são demais e fazem parte da caminhada até aqui. Obrigado, amo vocês!

Também agradeço ao corpo docente da UFSC, em especial à minha orientadora Maria Rita e à coordenadora do curso Maria Ester. Rita, você foi peça-chave para a realização deste trabalho. Obrigado pela disposição, profissionalismo e generosidade. Maria Ester, você foi crucial para o cumprimento de todos meus objetivos acadêmicos ao longo destes anos. Então, por fim, receba também os meus sinceros agradecimentos.

RESUMO

Este relatório discorre sobre os temas de pós-venda e Secretariado Executivo, criando uma relação entre esses dois elementos, de maneira que seja corroborada a ideia de que o secretário executivo é capaz de realizar com propriedade tarefas abrangidas pela área comercial, tal como a pós-venda, na qual foi identificada a problemática do relatório. Na empresa Perfyaço Metais, no setor comercial em que atuo como assistente de vendas, julguei necessária a implementação de mudanças no que tangia à função de pós-venda dos clientes da minha região de atuação, pois esta não era exercida corretamente. Com base em técnicas e ferramentas adquiridas através do curso de Secretariado Executivo da Universidade Federal de Santa Catarina, submeti minha rotina de trabalho a um período de um mês de implementação das mudanças propostas. Aplicando técnicas e ferramentas como controle por agenda, planilhas eletrônicas de *Excel*, *follow-up*, entre outras, pude obter resultados positivos ao final do período de um mês, o que me mostrou a importância do aprendizado de tais técnicas secretariais por meio do curso de Secretariado Executivo da UFSC e comprovou a premissa deste relatório que é o Secretário Executivo atuante na área comercial, focado na pós-venda.

Palavras-chave: Pós-venda; Secretariado Executivo; Área Comercial; Implementação de Mudança; Técnicas Secretariais.

ABSTRACT

This report discusses after-sales issues and the Executive Secretariat, creating a link between these two elements to corroborate the idea that the executive secretary is capable of properly carrying out the tasks in the commercial area, particularly in the after-sales process, identified as the main problem faced by the company during the internship. I work as a sales assistant in Perfyço Metais and felt the need to implement changes in the after-sales follow up of clients in the region where I operate, upon my realization of its deficiencies. Based on techniques and tools acquired during the course of Executive Secretariat at the Universidade Federal de Santa Catarina, I submitted my work routine to a trial period of one month in order to implement the changes proposed. Applying techniques and tools like agenda control, Excel spreadsheets, follow-up, among others, I was able to obtain positive results at the end of the month period, which showed me the importance of learning such secretarial techniques through the course of Executive Secretariat of UFSC and confirmed the premise of this report, that the Executive Secretary can be an asset in commercial area, particularly dealing with after-sales.

Keywords: After-sales; Executive Secretariat; Implementation of Change; Secretarial Techniques.

LISTA DE IMAGENS

Imagem 1 - Planilha eletrônica de controle de pedidos	19
Imagem 2 - <i>Follow-up</i>	20
Imagem 3 - Agenda	24
Imagem 4 - Pedidos a Vista - <i>Follow-up</i>	25
Imagem 5 - <i>Checklist</i> Pós-Venda	25
Imagem 6 - Tabela de Pedido de Clientes para entrega	28

Sumário

1 INTRODUÇÃO	7
2 OBJETIVOS	9
2.1 OBJETIVO GERAL	9
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	9
3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	10
3.1 A EVOLUÇÃO DAS FUNÇÕES DO SECRETARIADO EXECUTIVO	10
3.2 O PROFISSIONAL DA ÁREA COMERCIAL	13
3.3 A PÓS-VENDA	13
4 METODOLOGIA	15
4.1 CONTEXTO DA PESQUISA	15
4.2 IMPLEMENTAÇÃO DA MUDANÇA	16
4.3 PARTICIPANTES	17
4.4 TÉCNICAS E FERRAMENTAS UTILIZADAS	17
4.4.1 Agenda	18
4.4.2 Planilhas eletrônicas de Excel	18
4.4.3 Follow-up	19
4.4.4 Checklist	20
4.4.5 Atendimento telefônico	21
4.5 PROCEDIMENTOS EMPREGADOS	21
5 RELATO DAS ATIVIDADES	23
5.1 INTRODUÇÃO DAS TÉCNICAS UTILIZADAS	23
6 ANÁLISE DOS RESULTADOS	27
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	31
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	32

1 INTRODUÇÃO

No mundo dos negócios, o profissional de Secretariado Executivo é visto no mercado atual como um facilitador (NASCIMENTO, SILVA, 2012), pelo fato de este profissional estar, no âmbito de grandes empresas, envolvido com rotinas que envolvem planejamento, controle e resolução de problemas (NASCIMENTO, 2015). Esta visão levou décadas para se formar e ainda sofre para se consolidar, pois desde o advento da profissão existem críticas e preconceitos a respeito da real importância que este profissional, seja homem ou mulher, possui e representa para a empresa que o tem como colaborador (BARROS, IZEQUIEL, SILVA, 2011).

As habilidades que esse profissional adquire através da graduação do curso de Secretariado Executivo o torna apto a exercer cargos de grande valor e que envolvam organização, tomada de decisões e assessoria, entre outras funções no mundo corporativo. No ambiente comercial, o profissional de Secretariado também está apto a exercer, com propriedade, o papel de facilitador de negócios e relacionamentos com clientes e pode fazê-lo com eficiência por meio das ferramentas e habilidades que adquire durante a sua formação.

No último semestre do curso de Secretariado Executivo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), em conjunto com a disciplina de estágio profissionalizante (SISTEMA DE CONTROLE ACADÊMICO DE GRADUAÇÃO, 2003), é necessária a realização de um relatório de estágio, que, no meu caso foi desenvolvido em meu ambiente atual de trabalho, onde ocupo cargo de assistente de vendas.

Este relatório busca, além da descrição da minha atuação durante o estágio de forma mais ampla, propõe-se avaliar a criação e implementação de uma proposta de solução para um problema que identifiquei na função de pós-venda da empresa onde trabalho e defender a ideia de que o secretário executivo está muito bem equipado para exercer um cargo na área comercial como o de assistente de vendas. Utilizando das competências que adquiri no curso de Secretariado Executivo, analisei os procedimentos praticados pelos assistentes de venda em meu setor com vistas a uma melhora na eficiência de minha relação com o cliente na pós-venda.

Para além desta seção, o relatório consta de outras sete. Na próxima, apresentarei os objetivos, depois a fundamentação teórica para abordar sobre o tema de pós-venda dentro do contexto do secretariado executivo na área comercial. Na quarta seção, farei uma apresentação da empresa a qual trabalho e irei descrever sucintamente os métodos, técnicas e ferramentas utilizados para realizar este o estágio a que se refere este relatório. Na seção cinco, vou relatar de forma prática as atividades executadas, sendo que conseguinte refletirei sobre os resultados obtidos por meio da implementação de mudança. Por fim, apresentarei minhas conclusões a respeito do conteúdo do relatório, da experiência prática e do aprendizado adquiridos.

2 OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GERAL

Este relatório tem como principal objetivo apresentar uma solução para o problema identificado na função de pós-venda da empresa em que trabalho, segundo competências adquiridas através do curso de Secretariado Executivo da UFSC. Também objetiva-se evidenciar que o secretário executivo pode ocupar com muita propriedade um cargo na área comercial, neste caso, o de assistente de vendas, por meio das técnicas aprendidas no decorrer do curso realizado.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Trazer uma base teórica que mostre o secretário executivo apto para cargos comerciais;
- Apresentar técnicas secretariais que auxiliem o secretário na realização de funções comerciais, tais como a pós-venda;
- Demonstrar a importância da pós-venda, no tocante ao relacionamento com clientes e como técnica de fidelização dos mesmos;
- Relatar as atividades executadas para implementação da mudança proposta;
- Refletir sobre maneiras de otimizar as tarefas exercidas na pós-venda e em outras funções e propor uma solução;
- Considerar os resultados adquiridos ao final da pesquisa, com base em dados que comprovem a diferença na rotina de trabalho entre o período de antes e depois da implementação da mudança.

3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Nesta seção apresento o referencial teórico utilizado no projeto realizado na empresa Perfyço Metais, referente à implementação de técnicas para melhor realização da função de pós-venda com clientes, no tocante à minha rotina de trabalho como assistente de vendas. Além disso, apoio a premissa de que o profissional de Secretariado Executivo pode exercer com propriedade um cargo voltado para a área comercial, em razão de suas atribuições e do desenvolvimento da profissão desde seus primórdios.

3.1 A EVOLUÇÃO DAS FUNÇÕES DO SECRETARIADO EXECUTIVO

A profissão de secretariado executivo teve origem nas civilizações antigas, com a função dos escribas - homens que dominavam a escrita e os cálculos arquivavam e redigiam as ordens e eram naturalmente encarregados de suas execuções. (PORTAL DO SECRETARIADO EXECUTIVO, 2014). Já na Idade Média, eram os monges que exerciam as funções do secretário, através de cópias e arquivamento de documentos (CASSIANO E PIÑOL, 2004).

Desde então, a profissão sofreu uma grande evolução que ocorreu juntamente com o desenvolvimento das diferentes civilizações, passando pelas fases históricas de revoluções e guerras, as quais tiveram efetivo papel na adaptação do profissional de acordo com o contexto em que se exercia a função. (PORTAL DO SECRETARIADO EXECUTIVO, 2014). Na época da Revolução Industrial, por exemplo, junto com o novo sistema, surgiram novas funções para o profissional, como a assessoria administrativa, por exemplo (CASSIANO E PIÑOL, 2004).

Com o surgimento das teorias administrativas, a profissão passou a ser vista com mais valor, uma vez que suas principais atribuições - planejamento, organização, controle e liderança - condiziam com os fundamentos das teorias e agora o secretário era visto como parte integrante da dinâmica de equipe gerencial (PORTAL DO SECRETARIADO EXECUTIVO, 2014).

No Brasil, entre as décadas de 50 e 90, ocorrem diversos eventos que acabam por regulamentar a profissão no país, de forma que são definidas as

atribuições do profissional, na Lei Nº 7.377, de 30 de setembro de 1985, conforme segue trecho abaixo:

Art. 4º - São atribuições do Secretário Executivo:

I - planejamento, organização e direção de serviços de secretaria;

II - assistência e assessoramento direto a executivos;

III - coleta de informações para a consecução de objetivos e metas de empresas;

IV - redação de textos profissionais especializados, inclusive em idioma estrangeiro;

V - interpretação e sintetização de textos e documentos;

VII - versão e tradução em idioma estrangeiro, para atender às necessidades de comunicação da empresa;

VIII - registro e distribuição de expedientes e outras tarefas correlatas;

IX - orientação da avaliação e seleção da correspondência para fins de encaminhamento à chefia;

X - conhecimentos protocolares (Redação dada pela Lei nº 9.261, de 10.1.1996 retirado do site planalto.gov)

(PLANALTO)

Para formar profissionais que desempenhassem essas atribuições foi criado o curso de graduação em secretariado executivo, sendo criadas também as competências e habilidades exigidas do profissional graduado, que são descritas no Art. 4º da Resolução Nº 3 de 23 de junho de 2005, conforme segue abaixo:

I - capacidade de articulação de acordo com os níveis de competências fixadas pelas organizações;

II - visão generalista da organização e das peculiares relações hierárquicas e inter-setoriais;

III - exercício de funções gerenciais, com sólido domínio sobre planejamento, organização, controle e direção;

IV - utilização do raciocínio lógico, crítico e analítico, operando com valores e estabelecendo relações formais e causais entre fenômenos e situações organizacionais;

V - habilidade de lidar com modelos inovadores de gestão;

VI - domínio dos recursos de expressão e de comunicação compatíveis com o exercício profissional, inclusive nos processos de negociação e nas comunicações inter-pessoais ou inter-grupais;

VII - receptividade e liderança para o trabalho em equipe, na busca da sinergia;

VIII - adoção de meios alternativos relacionados com a melhoria da qualidade e da produtividade dos serviços, identificando necessidades e equacionando soluções;

IX - gerenciamento de informações, assegurando uniformidade e referencial para diferentes usuários;

X - gestão e assessoria administrativa com base em objetivos e metas departamentais e empresariais;

XI - capacidade de maximização e otimização dos recursos tecnológicos;

XII - eficaz utilização de técnicas secretariais, com renovadas tecnologias, imprimindo segurança, credibilidade e fidelidade no fluxo de informações; e

XIII - iniciativa, criatividade, determinação, vontade de aprender, abertura às mudanças, consciência das implicações e responsabilidades éticas do seu exercício profissional (BRASIL, 2005, p.2).

Observando todos os incisos acima, pode-se notar que as competências do secretário executivo atendem a muitos aspectos da área comercial com ênfase para o inciso VI, onde compreende-se que o secretário executivo é apto a exercer atividades relacionadas ao tratamento com pessoas como atendimento a clientes, que é a base da área comercial, a qual pretendo brevemente desenvolver no tópico seguinte, enfatizando a função de pós-venda, problemática deste relatório, e corroborando que o profissional de Secretariado tem capacidade de exercer um cargo comercial com grande competência.

3.2 O PROFISSIONAL DA ÁREA COMERCIAL

A área comercial, ou informalmente a área de vendas “refere-se à comunicação pessoal e informações para persuadir um potencial cliente a comprar algo - um bem, um serviço, uma ideia ou outra coisa – que atenda suas necessidades individuais” (FUTRELL, 2003, p. 4 apud CORRÊA, 2006 p.30). Desta maneira, o profissional desta área deve estar apto para cumprir essas funções. Para Moreira (2000), é necessário que esse profissional goste de se relacionar com pessoas e esteja sempre buscando entender as necessidades reais de seus cliente, tendo empatia e não sendo apático. Kotler e Armstrong (2003) confirmam dizendo que vendedores são profissionais que se dedicam a criar e manter laços de relacionamentos duradouros.

Moreira (2000) afirma, também, que para uma melhor organização tanto do profissional quanto da empresa, o departamento de vendas pode ser organizado de várias maneiras: por produto, cliente, região ou por combinações desses elementos. No tocante a esse relatório, é pertinente tratar apenas da organização por região. Segundo Kotler e Armstrong (2003), a organização do departamento de vendas por região traz muitas vantagens. Por cada vendedor ter uma área geográfica exclusiva para vender todos os produtos da empresa a todos os clientes daquele território, as tarefas do vendedor são bem definidas e cabe a este identificar os prós e os contras das vendas daquela região.

Além disso, essa organização proporciona ao vendedor a responsabilidade de receber créditos ou reclamações dos clientes da área. Aumentando assim o relacionamento com cada um, e contribuindo para a fidelização do cliente (KOTLER, 1998). Uma das técnicas que têm por objetivo “gerar satisfação e fidelização do cliente” é a de pós-vendas que será tratada na subseção seguinte (MOREIRA, 2000, p. 173).

3.3 A PÓS-VENDA

Utilizada para mensurar a satisfação dos clientes quanto a produtos e serviços oferecidos pela empresa, a pós-venda é uma importante ferramenta estratégica para identificação das falhas e fatores de insatisfação dos clientes, para assim propor melhorias (ANGNES et al, 2012). Rosa (2004, p.13, *apud* ERGANG, JANNER, 2009, p.7), afirma que “[...] o conceito de pós venda [sic] nasceu da

simples necessidade de contato após a efetivação de uma venda para conferência de dados e posição de satisfação do cliente”.

De acordo com Cassarro (2010, p. 89 *apud* ANGNES et al, 2012, p. 29): “Entende-se como serviços pós-venda todo e qualquer procedimento realizado pela empresa, após a concretização da operação de venda, que objetiva atender e/ou manter a clientela”. Desta maneira, há diversos procedimentos que podem ser empregados neste processo, contudo cabe a cada empresa apontar aqueles que trarão resultados mais eficientes e rápidos.

Neste mesmo sentido, Martins (2006, p. 70 *apud* ANGNES et al, 2012, p. 30) discorre que a “[...] Pós-venda, [...] na verdade costuma ser a estratégia de continuação do relacionamento com o cliente mesmo após a conclusão das vendas”. Assim compreende-se que o atendimento ao cliente não termina ao fechar o pedido, mas sim, continua enquanto a empresa fizer o acompanhamento do seu uso do produto ou serviço vendido. (ROSA, 2004, p.12 *apud* ERGANG, JANNER, 2009, p.8).

Para a realização do pós-venda a empresa precisa filtrar um grupo dos seus clientes atendidos por um intervalo de tempo de uma semana ou um mês. Neste período deve-se contatar os clientes, no entanto, antes disso é necessário a elaboração de um roteiro objetivo de perguntas, que passe a ideia que se queira transmitir da empresa a cliente. Depois contatar os clientes, é preciso analisar as informações coletadas, assim permitindo que seja refletido a respeito das debilidades do atendimento (ERGANG, JANNER, 2009).

Posto isto, fica clara a relevância do uso desta técnica e o quão desafiante ela se faz para o profissional da área comercial. Explicita-se ainda o aspecto positivo que pode se obter por meio de esforços que busquem uma real mudança que contribua para a fidelização e retenção dos clientes.

No último parágrafo desta seção, quero apenas evidenciar que todos os aspectos discorridos sobre área comercial e pós-venda são consoantes às atribuições, competências e habilidades do profissional de Secretariado Executivo, o qual se vê bastante apto para exercer um cargo comercial exercendo atividades de pós-venda e outras que competem ao profissional da área comercial.

4 METODOLOGIA

Esta seção traz os métodos e técnicas empregados para implementar uma mudança na função de pós-venda da empresa Perfyção Metais pois tal função não era exercida de forma controlada no meu setor de atuação. Foram utilizadas técnicas para auxiliar nesta mudança que se limitou, especificamente, à minha carteira de clientes, como piloto. A implementação destas técnicas se deu no período de quatro meses na empresa referida. A seguir, aponta-se o contexto da pesquisa, os participantes, as técnicas escolhidas e os procedimentos empregados.

4.1 CONTEXTO DA PESQUISA

A Perfyção Metais é uma empresa atuante na produção e comércio de materiais em ferro e aço desde julho de 1993, voltada para a demanda de diversos segmentos da indústria metalúrgica como peças e equipamentos, implementos rodoviários, máquinas para fabricação de madeiras, estruturas metálicas, ferro, esquadrias, funilarias, reforma de máquinas pesadas, móveis de aço, manutenção e construção civil. Nos dias atuais, a empresa se constitui com mais de 160 funcionários nos diversos setores que atua - comercial, administrativo, contabilidade, recursos humanos, financeiro, tecnologia da informação, compras, expedição, produção, manutenção e almoxarifado - distribuída em três unidades.

Sua sede fica situada em Cachoeirinha, no Rio Grande do Sul, e suas filiais nas cidades catarinenses de Cordilheira Alta e Palhoça. As três unidades atendem ao todo os três estados do Sul, ademais assim como cidades da Grande São Paulo e outros estados vizinhos, de acordo com a necessidade logística.

O setor comercial da unidade de Palhoça conta com nove vendedores supervisionados pelo gerente do setor, que tem autonomia para auxiliar e interferir em negociações de todas as regiões atendidas, estas que na empresa que trabalho são divididas em cinco: Florianópolis, Criciúma, Blumenau, Joinville e Curitiba. Cada região é atendida por dois vendedores, sendo um o gestor da unidade e o outro o assistente de vendas da unidade, cargo que ocupo na empresa.

4.2 IMPLEMENTAÇÃO DA MUDANÇA

A partir do meu segundo semestre de trabalho, identifiquei que a função de pós-venda na minha região de atuação não era realizada de forma coordenada. Isso se dava pelo fato de que a rotina da região da Grande Florianópolis era intensa e oscilante, dependendo da demanda de clientes no dia, via telefone, e-mail, *WhatsApp* e balcão. Além disso, quando ocorriam eventuais problemas relacionados a furos de estoque, logística para entrega e à produção ou expedição de materiais, o tempo hábil para a pós-venda era reduzido significativamente.

Esta função apenas ocorria quando um cliente que havia recém fechado um pedido fazia contato para tratar sobre este ou para fazer novo pedido ou orçamento. Ao fazer o atendimento do cliente nestes casos, eram realizadas as perguntas-chave da pós-venda, assim cumprindo de forma intuitiva a função. Importante dizer que tal prática não era a melhor forma de realizar a pós-venda, pois se caracterizava como um contato reativo, quando este deveria ser um contato ativo, o que me levou a considerar este um problema a solucionar. Ademais, recebi reclamações de clientes a respeito da ausência de contato da empresa depois de realizada a venda, o que reitera a importância desta função para fidelizar o cliente e passar uma imagem positiva da empresa.

Após constatar o problema e em discussão com a orientadora acerca do objeto do Relatório de Estágio, verifiquei que algumas técnicas aprendidas por mim no curso de Secretariado Executivo da UFSC poderiam me auxiliar na realização desta função. Por isso, solicitei ao meu gestor a permissão para implementar estas técnicas na realização da pós-venda.

Tendo sido autorizado, comecei a introduzir na função de pós-venda as técnicas de controle de agenda, controle por planilhas eletrônicas de *Excel*, uma forma simplificada de *follow-up* e um *checklist*. Os processos para a aplicação destas técnicas serão detalhados na seção seguinte (Relato das atividades). É pertinente ressaltar que a ideia inicial era aplicar as técnicas sobre a minha região de atuação abrangendo tanto o meu trabalho quanto o do meu gestor. Mas ao tratar com ele, fui autorizado a realizar a mudança com minha carteira de clientes apenas, pois ele preferiu não se envolver. Desta maneira, serei o único participante e agente

da mudança. Na seção a seguir, descrevo a minha rotina de trabalho para contextualizar o meu papel na implementação da mudança.

4.3 PARTICIPANTES

Trabalhando na empresa como assistente de vendas desde janeiro de 2017, realizo na minha rotina de trabalho tarefas como controle de agenda, planejamento de visitas, atendimento telefônico, atendimento e apoio a clientes (externos), acompanhamento e preparação de apresentações, criação de arquivos digitais usando *Excel*, *PowerPoint*, *Internet*, *Outlook*, etc., organização e conferência de documentos cadastrais, entre outras.

Acho relevante pontuar que meus perfis pessoal e profissional são muito contrastados entre si, pois como pessoa não tenho o hábito de utilizar agendas, planejar as tarefas, organizar documentos e tratar abertamente com pessoas. Mas desde que entrei na empresa, por ser um cargo comercial, busquei mudar o meu perfil pessoal de maneira que se adequasse cada vez mais ao profissional, com apoio do perfil proposto pelo curso de Secretariado Executivo, que também ajudou a me ajustar melhor às tarefas pertinentes ao meu trabalho como assistente de vendas.

Por esta razão, algumas das tarefas supracitadas serviram de base para a mudança implementada e uso das técnicas escolhidas, o que novamente mostra a importância do curso de Secretariado Executivo para mim, em meu ambiente de trabalho e como este curso me habilita a ocupar um cargo na área comercial de forma competente, por meio das técnicas aprendidas.

4.4 TÉCNICAS E FERRAMENTAS UTILIZADAS

Durante o meu período de trabalho, notei a necessidade da implementação de técnicas e ferramentas para me auxiliarem no tocante à função de pós-venda. Após sugestão da orientadora e mediante uma breve pesquisa escolhi as técnicas de controle de agenda, controle por planilhas eletrônicas de *Excel*, uma forma simplificada de *follow-up* e um *checklist*. Ademais, foram utilizadas técnicas de atendimento telefônico, pois a pós-venda foi realizada por meio de ligações telefônicas aos clientes. A seguir, detalham-se as ferramentas escolhidas:

4.4.1 Agenda

Segundo Leger (2008), a agenda é uma ferramenta primordial para planejamento, organização e controle da vida de qualquer profissional. Para o secretário como assistente de vendas ela supre a necessidade de um repositório de informações, um *backup* da nossa memória. Há vários tipos de agenda, cada uma feita para um determinado fim. Dentre estas, a que melhor atendeu à minha necessidade foi a agenda de compromissos com folhas de anotações diárias, que é o tipo convencional, com uma folha para cada dia do mês/semana com espaço para anotar compromissos a realizar. Requer muita atenção o uso desta agenda, pois é necessário o manuseio das folhas para verificar no dia anterior e posterior os compromissos pendentes e futuros, de modo que estes não sejam esquecidos de cumprir.

Para utilização adequada e eficaz da agenda, é necessário que o secretário executivo preze por alguns princípios:

- anote sempre informações claras e objetivas;
- ao anotar um compromisso obtenha todas as informações necessárias para a realização deste;
- evite agendar compromissos no começo e no final do expediente;
- consulte a agenda no início do expediente e, esporadicamente, no decorrer do dia, verificando ainda compromissos futuros (IEGER, 2008).

Seguindo estes e outros princípios, a agenda proporciona ao secretário executivo maior organização e controle dos seus compromissos profissionais e pessoais.

4.4.2 Planilhas eletrônicas de Excel

Citando Silva (2013, p.5), “planilha eletrônica é um tipo de programa de computador que utiliza tabelas para realização de cálculos ou apresentação de dados.” Estas tabelas são constituídas por linhas e colunas que podem ser preenchidas por textos ou números, a fim de informar ou calcular um resultado.

Na década de 90 em diante, o *Microsoft Excel* acabou se tornando referência de planilhas eletrônicas, superando seus precursores, o pioneiro *VisiCalc* (1980) e o intermediário *Lotus 123* (1983), apresentando mais recursos que seus concorrentes

da época e se consolidando como o principal *software* de planilhas eletrônicas até os dias atuais (SILVA, 2013).

Muitos profissionais utilizam as planilhas eletrônicas do *Excel* para melhor administrar ou calcular dados e informações, como também elaborar gráficos, tabelas e, num âmbito mais avançado, criar verdadeiros sistemas a partir dos recursos oferecidos pelo programa. Abaixo, segue a imagem de uma planilha eletrônica de *Excel* que utilizo na minha rotina de trabalho desde o segundo mês que ocupei o cargo de assistente de vendas na empresa.

Imagem 1 - Planilha eletrônica de controle de pedidos

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
	CLIENTE	PEDIDO	DATA ENTREGA	ENTREGUE	PRODUÇÃO	OBSERVAÇÕES		POS-VENDA	
261		39271	17/10/2017	OK	NÃO			18/10/2017	
262		39389	17/10/2017	OK	OK				
263		39482	17/10/2017	OK	NÃO	VEM BUSCAR			
264		39486	17/10/2017	OK	OK		FATURADO PARCIAL	20/10/2017	
265		39447	18/10/2017	17/10/2017	NÃO			20/10/2017	
266		39481	18/10/2017	17/10/2017	NÃO			18/10/2017	
267		39127	18/10/2017	OK	NÃO			20/10/2017	
268		39565	18/10/2017	OK	NÃO			20/10/2017	
269		39579	18/10/2017	OK	NÃO			20/10/2017	
270		39564	18/10/2017	OK	OK	VEM BUSCAR			
271		39573	18/10/2017	OK	OK	VEM BUSCAR			
272		39598	18/10/2017	OK	OK	VEM BUSCAR			
273		39535	19/10/2017	OK	OK			20/10/2017	
274		39608	19/10/2017	OK	NÃO			20/10/2017	
275		39602	19/10/2017	OK	OK	VEM BUSCAR			
276		39708	20/10/2017	OK	OK	VEM BUSCAR			
277		39489	23/10/2017	24/10/2017	OK			25/10/2017	
278		39757	23/10/2017	24/10/2017	OK			25/10/2017	
279		39619	23/10/2017	OK	OK	VEM BUSCAR			
280		39798	24/10/2017	OK	NÃO			25/10/2017	
281		38058	24/10/2017	OK	OK	VEM BUSCAR			
282		39743	24/10/2017	OK	OK	VEM BUSCAR			

Fonte: Elaborada pelo autor.

A elaboração da planilha eletrônica se justifica pelo fato de que me ajudou a melhor controlar e organizar a minha demanda de trabalho, registrando dados pertinentes à minha rotina como assistente de vendas e tornando mais eficientes algumas de minhas tarefas.

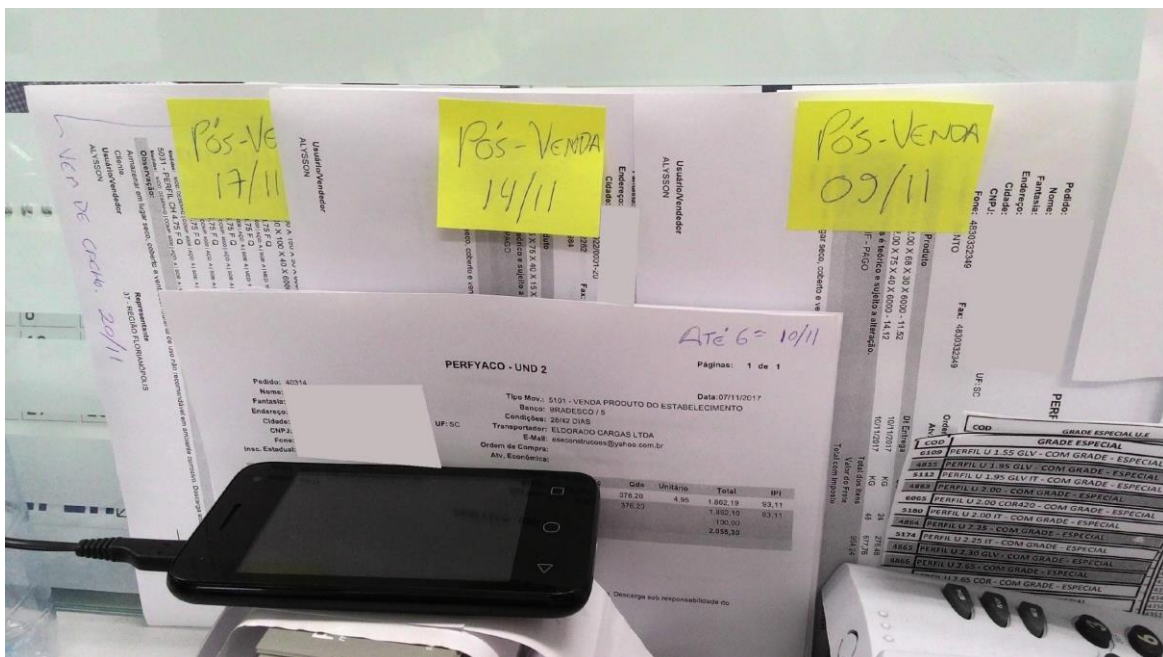
4.4.3 Follow-up

Follow-up, do inglês, significa continuação, acompanhamento, seguimento, supervisão, fiscalização ou verificação. De forma mais abrangente, considera-se uma forma de comunicação que monitore objetivos ou metas estabelecidos. Ieger (2008) traz o conceito de *follow-up* como uma “pasta tipo ‘sanfonada’, [...],

normalmente subdividida em 12, 16 ou 31 divisórias”. Na versão de 31 separações há uma seção para cada dia do mês, onde são postos assuntos a cumprir naquela data.

No caso deste relatório, o *follow-up* por mim elaborado se caracteriza por um bloco de folhas impressas dos pedidos fechados a realizar o pós-venda com um *post-it* informando a data proposta para executar a função, e dispostas sobre a minha mesa de trabalho, de forma que eu pudesse acompanhar e fiscalizar para quais pedidos precisavam ser feitos a pós-venda ainda e descartar do bloco aqueles para os quais a função já tivesse sido realizada. Segue figura abaixo.

Imagem 2 - *Follow-up*



Fonte: Elaborado pelo Autor.

Há ainda quem considere a própria função de pós-venda uma das vertentes da técnica de *follow-up*, mas no contexto deste relatório preferi segmentar os dois elementos para mostrar a pós-venda como um recurso importante para fidelização de clientes e o *follow-up* por mim elaborado como uma técnica/ferramenta que me auxiliou na realização da função de pós-venda.

4.4.4 Checklist

Segundo o dicionário online da Universidade de Cambridge (PRESS, 2017), *checklist* quer dizer: uma lista de coisas que você deve pensar a respeito, ou que

você deve se lembrar de fazer¹. Uma definição informal diz que *checklist* em âmbitos gerais é propriamente uma lista de verificação [*check* = verificar; *list* = lista] de tarefas de uma rotina ou de itens necessários. Outra definição informal diz que *checklist* corporativamente “é um instrumento de controle, composto por um conjunto de condutas, nomes, itens ou tarefas que devem ser lembradas e/ou seguidas” (7 GRAUS, s.d.).

Partindo destas definições, um *checklist* pode ser aplicado em muitos contextos pessoais e profissionais, o que me permite justificar a minha escolha para esta ferramenta para me auxiliar na função de pós-venda me proporcionando maior controle da tarefa por meio de perguntas e tópicos pertinentes à função, assim evitando retrabalhos, confusões e esquecimentos no momento da ligação ao cliente.

4.4.5 Atendimento telefônico

Mesmo no mundo de hoje com tantos avanços tecnológicos, o telefone prevalece como o meio mais utilizado no mundo empresarial. De fato, é através de uma ligação telefônica que o cliente tem, em via de regra, o seu primeiro contato com a empresa. Por essa razão presume-se que clientes podem ser atraídos ou repelidos por meio de um atendimento telefônico (IEGER, 2008).

A rotina profissional de um secretário se resume em 80 a 90% de comunicação e 10 a 20% de atividades mecânicas. Na comunicação, 70 a 90% é feita de forma oral por meio de atendimento presencial ou telefônico. Evidencia-se assim, a necessidade deste profissional ser competente no uso desta ferramenta, por exemplo, tendo boa entonação de voz, respondendo às questões com objetividade, ouvindo com atenção o que o cliente tem a dizer, entre outras (IEGER, 2008).

4.5 PROCEDIMENTOS EMPREGADOS

Para a implementação da mudança, realizei uma observação participativa e breves entrevistas com colegas do setor de vendas. Partindo disso, decidi aplicar a pós-venda apenas com clientes que fechassem pedidos para serem entregues, pois

¹ Tradução feita pelo autor.

para os demais clientes que retiram o material, o contato não é tão pertinente por haver um acompanhamento direto no instante em que a venda é realizada.

Desta maneira, o processo foi realizado em dois momentos. No primeiro momento, foram adaptadas as técnicas escolhidas de modo que estas sanassem minhas carências em relação ao problema já mencionado. Em outro momento, foram filtrados os clientes e, então se iniciou, de fato, a implementação.

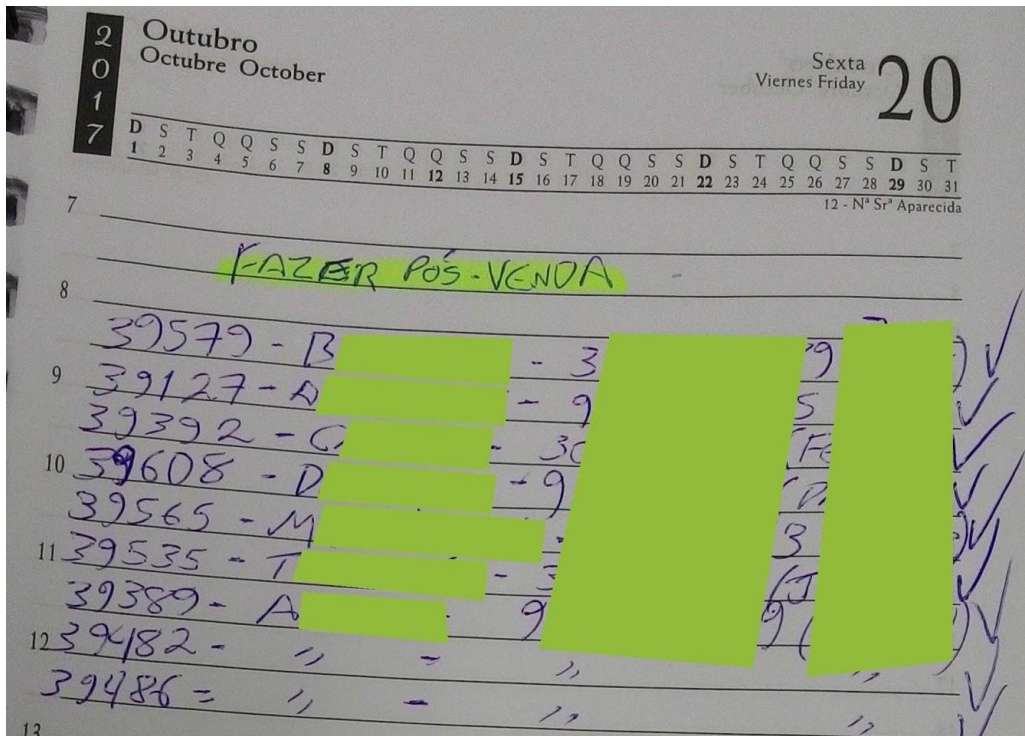
5 RELATO DAS ATIVIDADES

Para realizar as duas etapas mencionadas na seção anterior, tive que primeiro relatar o problema identificado ao meu gestor, evidenciando para ele a importância da mudança proposta. Uma vez que da forma que estava sendo realizada a pós-venda, o *feedback* de clientes e o resultado de fidelização dos mesmos, por meio desta função, considerei estávamos obtendo resultados negativo. Por essa razão, comecei a introduzir em minha rotina as técnicas selecionadas para auxílio.

5.1 INTRODUÇÃO DAS TÉCNICAS UTILIZADAS

Após o fechamento de um pedido para entrega, meu primeiro passo foi registrar em minha agenda de compromissos no dia proposto para realizar a pós-venda as seguintes informações: o nome do cliente, o número do pedido, a pessoa responsável e o telefone para contato. Em seguida, adaptei minha planilha eletrônica de controle de pedidos para entrega com um campo intitulado “pós-venda”, onde posteriormente informei a data da função realizada ou se a mesma seguia pendente após a data proposta na agenda. Segue imagem abaixo, como nomes e telefones ocultados para preservar os clientes envolvidos.

Imagem 3 - Agenda



Fonte: Elaborado pelo Autor.

Feito isto, pelo sistema da empresa, imprimi cópias dos pedidos registrados na agenda e na planilha eletrônica com pós-vendas a realizar e os deixei à vista como um *follow-up* sobre a minha mesa de trabalho de modo que não fossem esquecidos, como ocorria antes de implementar as mudanças. Também anexeï ao bloco de pedidos um *post-it* indicando “pós-venda [data proposta]”. Segue abaixo imagem.

Imagem 4 - Pedidos a Vista - *Follow-up*

PERFYACO - UND 2

Páginas: 1 de 1

Pedido: 40375
Nome: 822 -
Fantasia:
Endereço: RUA
Cidade: LHOVA
UF: SC
CEP: 841.922/0001-20
Telefone: 3442262
Fax: 4833442262
404984

Data: 08/11/2017
Tipo Mov.: 5101 - VENDA PRODUTO DO ESTABELECIMENTO
Banco: CHEQUES / 8
Condições: A VISTA
Transportador:
E-Mail:
Ordem de Compra:
Ativ. Econômica:

Produto	Dt Entrega	Un	Pç	Cde	Unitário	Total	IPI
2.65 X 75 X 40 X 15 X 6000 - 20.86 é teórico e sujeito a alteração, - PAGO	11/11/2017	KG	52	1.084,72	3,90	4.230,41	0,00
Total dos Itens					1.084,72	4.230,41	0,00
Valor do Frete						0,00	
Total com Imposto						4.230,41	

Usário/Vendedor: ALYSSON
Representante: 37 - REGIÃO FLORIANÓPOLIS
Visto Cliente

13/11

Pós-Venda
14/11

Fonte: Elaborado pelo Autor.

Por último, elaborei uma breve *checklist* com tópicos e questões a tratar com o cliente durante a pós-venda, segundo o que foi constatado pelas entrevistas realizadas com meus colegas de trabalho anteriormente. Segue abaixo uma imagem do *checklist* elaborado, detalhando os tópicos e questões.

Imagem 5 - *Checklist* Pós-Venda

Perguntas e tópicos a tratar com clientes durante o contato de pós-venda

- A entrega foi feita no endereço correto?
- O material chegou em boas condições?
- A nota fiscal / boletos foram entregues?
- O que achou do atendimento dos entregadores?
- O que achou do meu atendimento?
- O que mais gostou no atendimento geral?
- Alguma sugestão de melhora?
- Voltaria a comprar comigo?
- Indicaria a empresa a um amigo?

Fonte: Elaborado pelo Autor.

Após estes processos serem realizados, no dia proposto para fazer as ligações de pós-venda, com agenda e a planilha eletrônica abertas, o *checklist* e

caneta em mãos e os pedidos impressos à vista, comecei a contatar os clientes respectivos aos pedidos, fazendo as perguntas e tratando os tópicos do *checklist*. Posterior ao término de cada ligação, tiquei na agenda como concluído o contato sobre aquele pedido, assim como registrei na planilha eletrônica a data em que a pós-venda fora realizado e descartei a cópia do respectivo pedido. Este foi o procedimento realizado com todos os pedidos subsequentes no intervalo de um mês. Na seção seguinte, serão apresentados os resultados da implementação da mudança.

6. RESULTADOS

Na primeira semana de implementação da mudança, já pude notar um resultado positivo em relação à pós-venda com os clientes, pois alguns que contatei, voltaram a comprar comigo posteriormente. Os dados a seguir corroboram os resultados adquiridos no espaço de um mês da implementação em vigor:

- 30 pedidos para entrega fechados;
- 23 clientes contatados;
- 27 pós-vendas realizados;
- 11 clientes com recorrência de pedidos fechados depois da pós-venda ter sido realizada.

Imagem 6 - Tabela de Pedido de Clientes para entrega

	A	B	C	D
1	CLIENTE	DATA ENTREGA	ENTREGUE	PÓS-VENDA
2	A	17/10/2017	OK	18/10/2017
3	B	18/10/2017	17/10/2017	18/10/2017
4	C	18/10/2017	17/10/2017	18/10/2017
5	D	17/10/2017	OK	20/10/2017
6	D	17/10/2017	OK	20/10/2017
7	E	18/10/2017	OK	20/10/2017
8	F	18/10/2017	OK	20/10/2017
9	G	18/10/2017	OK	20/10/2017
10	H	19/10/2017	OK	20/10/2017
11	I	19/10/2017	OK	20/10/2017
12	E	23/10/2017	OK	25/10/2017
13	J	23/10/2017	OK	25/10/2017
14	K	24/10/2017	OK	25/10/2017
15	L	27/10/2017	OK	30/10/2017
16	L	27/10/2017	OK	30/10/2017
17	M	30/10/2017	OK	31/10/2017
18	N	01/11/2017	OK	03/11/2017
19	O	03/11/2017	OK	08/11/2017
20	P	30/10/2017	OK	09/11/2017
21	Q	09/11/2017	OK	09/11/2017
22	R	09/11/2017	OK	16/11/2017
23	S	14/11/2017	OK	16/11/2017
24	T	08/11/2017	OK	17/11/2017
25	H	09/11/2017	OK	17/11/2017
26	U	13/11/2017	OK	17/11/2017
27	V	13/11/2017	OK	17/11/2017
28	H	16/11/2017	OK	17/11/2017
29	B	08/11/2017	OK	PENDENTE
30	B	09/11/2017	OK	PENDENTE
31	W	14/11/2017	OK	PENDENTE

Fonte: Elaborado pelo Autor.

Também pude perceber que executar a função conforme planejado não foi tão simples em minha região, tanto que no primeiro dia em que estava implementando a mudança, não fui capaz de contatar todos os clientes agendados por conta da demanda de clientes no balcão, telefone e outros fatores, como o do cliente não poder falar naquele momento. Tive que ligar para um cliente remanescente no dia seguinte. O *feedback* da ligação foi positivo, igualmente aos demais que já havia contatado. Com base nisso, e na recorrência de pedidos

fechados com os clientes contatados conforme tabela supracitada, pude avaliar o conjunto de técnicas aplicadas de forma positiva para a realização da pós-venda, pois proporcionou maior eficácia e controle da função para mim, além de maior fidelização dos clientes por meio desta técnica.

A agenda eu passei a utilizar para marcar outras tarefas a realizar no dia-a-dia que antes, confesso, não marcava em lugar nenhum e contava apenas com a memória, histórico de e-mails e caderno de orçamentos. Ao se somarem a outras situações pendentes e que não estavam à vista nesses três últimos repositórios de informações, algumas tarefas acabavam por esquecidas e muitas vezes sanadas com caráter de urgência por conta da falta de controle e planejamento das atividades.

A planilha eletrônica de *Excel* utilizada, na verdade, é uma planilha que alimento desde o segundo mês (fevereiro) que ocupei o cargo na empresa. Esta planilha foi elaborada por mim, por perceber que sem um controle sistematizado dos meus pedidos, eu estava sendo menos eficiente do que poderia ser. Esta ferramenta se mostrou de pronto muito útil para controlar também a função da pós-venda, e por essa razão, adaptei a mesma planilha para registrar a data em que ocorreram as pós-vendas realizadas no intervalo de tempo da implementação da mudança.

A ferramenta de *follow-up*, deixou literalmente o que eu tinha para resolver, no tocante à pós-venda de clientes, à mão. Dessa forma, por mais que eu não tivesse tempo para realizar no dia proposto a ligação, esta não era deixada para trás e ficava registrada ali para que eu a fizesse posteriormente quando tivesse tempo hábil, evitando assim que passasse despercebido tanto o controle pela agenda, quanto pela planilha eletrônica, que são ferramentas menos “visíveis” na minha rotina de trabalho, do que um bloco de pedidos pendentes de pós-venda sobre a mesa. A ferramenta se mostrou tão eficaz que passei a aplicá-la também para outras situações de pendências, assim como fiz com a agenda.

Por fim, o *checklist* elaborado no começo da implementação foi utilizado, de fato, nos primeiros dias, por servir de um roteiro para as ligações, um “manual” de preparo para a função. Apesar disso, esta ferramenta foi sendo deixada de lado pelo simples fato de que depois de várias vezes realizada a função de pós-venda, as coordenadas apresentadas no *checklist* já eram por mim executadas de maneira

automática. No entanto, para guiar um passo-a-passo da pós-venda, ela foi muito eficaz e satisfatória para mim e seria essencial para uma padronização em contextos de mais usuários.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após o período de quatro meses de elaboração deste relatório, percebi uma mudança positiva na minha rotina de trabalho. Os resultados apontados na seção anterior comprovam isso: minha função de pós-venda passou a ser realizada com mais controle e eficiência, meus clientes ficaram mais satisfeitos com a atenção dada por meio das ligações telefônicas, conseqüentemente voltaram a fechar negócios comigo, o que rendeu resultados positivos também para a empresa, e eu me tornei mais organizado no meu trabalho, visto que as técnicas escolhidas não foram descartadas após o término do relatório, pelo contrário, foram aplicadas em outros contextos do meu trabalho com o intuito de coordenar melhor minhas tarefas.

É válido ressaltar que a mudança implementada só foi possível por meio das competências adquiridas durante as disciplinas ministradas no curso de Secretariado Executivo da UFSC e pelo momento de reflexão sobre a prática que se cria com a necessidade da elaboração do Relatório de Estágio e em diálogo com a orientadora. Em razão disto, vê-se a importância de tal aprendizado ao longo dos anos letivos, pois foram estes que me capacitaram para realizar com base teórica e prática a mudança proposta, com o uso de técnicas secretariais e recursos tecnológicos pertencentes à grade curricular do curso realizado.

Diante do exposto, este relatório não apenas demonstrou a implementação de técnicas secretariais de maneira eficiente no meu ambiente de trabalho, como também evidenciou a importância do aprendizado destas técnicas para o profissional de Secretariado Executivo e, ainda, comprovou que, através da aplicação de tais técnicas, o secretário executivo pode atuar na área comercial como assistente de vendas, realizando a pós-venda e outras funções pertinentes ao cargo com auxílio de competências adquiridas por meio do curso de Secretariado Executivo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANGNES, J.S. et al. A Implementação da Pós-venda na Empresa Ps Pneus em Guarapuava/PR: um Estudo Proposto pela Área de Assessoria. *Revista de Gestão e Secretariado*, São Paulo, v. 3, n. 2, p 24-46, jul./dez. 2012. Disponível em: <<https://www.revistagesec.org.br/secretariado/article/view/104>>. Acesso em: 15 novembro 2017.

BARROS, C. DE M. P.; IZEQUIEL, D. S. A.; SILVA, J. S. DA. Os Desafios Enfrentados pelo profissional de Secretariado Executivo do Gênero Masculino nas Organizações Contemporâneas. *Revista de Gestão e Secretariado*, São Paulo, v. 2, n. 1, p. 158-176, jan./jun. 2011. Disponível em: <<https://www.revistagesec.org.br/secretariado/article/view/50>>. Acesso em: 20 setembro 2017.

BRASIL. **Lei nº 7.377, de 30 de Setembro de 1985**. Dispõe sobre o Exercício da Profissão de Secretário, e dá outras Providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L7377consol.htm>. Acesso em: 12 outubro 2017.

BRASIL. Ministério da Educação. Conselho Nacional de Educação Câmara de Educação Básica. **Resolução nº 3 de 23 de junho de 2005**. Institui as Diretrizes Curriculares Nacionais para o curso de graduação em Secretariado Executivo e dá outras providências. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/rces003_05.pdf>. Acesso em: 12 outubro 2017.

CASSIANO, R. M.; PIÑOL, S.T. Secretariado Executivo: Expansão do Curso e Perfil dos Alunos em Rondonópolis-MT. In: COLÓQUIO INTERNACIONAL SOBRE GESTÃO UNIVERSITÁRIA NA AMÉRICA DO SUL, 4, 2004, Florianópolis. *Anais*. Florianópolis, 2004. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/35813>>. Acesso em: 25 setembro 2017.

CORRÊA. T.C. Força de Vendas. Monografia, Universidade do Vale do Itajaí, Curso de Administração, Tijucas, SC, Brasil. 2006. Disponível em: <<http://siaibib01.univali.br/pdf/Ticianne%20Carla%20Corr%C3%AAa.pdf>>. Acesso em 19 novembro 2017.

ERGANG, S.; JANNER, L.C. A Utilização do Serviço de Pós Venda Como Estratégia de Fidelização de Clientes. In: CONGRESSO VIRTUAL BRASILEIRO DE ADMINISTRAÇÃO, 6, 2009. *Anais*. 2009. Disponível em: <http://www.convibra.com.br/2009/artigos/94_0.pdf>. Acesso em 19 novembro 2017.

IEGER, E. M. **Técnicas Secretariais I**. Cuiabá: EdUFMT, 2008. 105 p. (Gestão e Negócio). Disponível em: <http://proedu.ifce.edu.br/browse?type=author&value=leger%2C+Eliana+Maria>. Acesso em: 18 novembro 2017.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de Marketing**. 9ª Edição, São Paulo: Editora Prentice Hall, 2003.

MOREIRA, J.C.T. **Administração de vendas**. São Paulo: Editora Saraiva, 2000.

NASCIMENTO, J.F DO. A atuação do secretário executivo no processo administrativo. *Revista de Ciências Humanas*, Viçosa, v. 15, n. 1, p. 67-84, jan./jun. 2015. Disponível em: <http://www.cch.ufv.br/revista/pdfs/vol15/artigo4dvol15-1.pdf>. Acesso em: 20 setembro 2017.

NASCIMENTO, M. DO; SILVA, R. O Secretário Executivo como Agente Facilitador na Comunicação Interna das Organizações. In: CONGRESSO NACIONAL DE SECRETARIADO, 18, 2012, Minas Gerais. *Anais*. Minas Gerais, 2012. Disponível em: http://www.fenassec.com.br/site/xviii_consec_2012/artigo_selecionado_osecretario_executivo.pdf. Acesso em: 20 setembro 2017.

PERFYAÇO METAIS. Disponível em: <http://perfyaco.com.br/site/>. Acesso em: 05 setembro 2017.

PORTAL DO SECRETARIADO. **História dos Secretários**. Disponível em: <http://www.portaldosecretariado.com.br/?page=HistoriaSecretarios>. Acesso em: 12 outubro 2017.

PRESS, C. U. Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus. 2017. Disponível em: <https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles/checklist#translations>. Acesso em: 19 novembro 2017.

SILVA, M. H. L. F. da. Planilha Eletrônica. 2013. Disponível em: <https://sisacad.educacao.pe.gov.br/bibliotecavirtual/bibliotecavirtual/texto/Cadernod eINFOPlanilhaEletrnicaRDDI.pdf>. Acesso em: 19 novembro 2017.

7 GRAUS. Significados. Disponível em: <https://www.significados.com.br/checklist/>. Acesso em: 19 novembro 2017.

SISTEMA DE CONTROLE ACADÊMICO DE GRADUAÇÃO. **Currículo do Curso de Secretariado Executivo em Inglês.** Disponível em: <<http://cagr.sistemas.ufsc.br/relatorios/curriculoCurso?curso=429>>. Acesso em: 12 outubro 2017.