

TRABALHOS DE CONCLUSÃO DE CURSO

O DESENVOLVIMENTO DA COLPORTAGEM DE PALESTRAS EM EMPRESAS

Agenor Pereira Simões

Bacharel em Teologia pelo Unasp, Campus Engenheiro Coelho, SP.

TCC apresentado em novembro de 2004

Orientador: José Miranda Rocha, D.Min.

RESUMO: O trabalho de colportagem (evangelismo por meio da venda de literatura) desenvolvido pela Igreja Adventista do Sétimo Dia no Brasil, tradicionalmente tem contribuído na manutenção financeira de um número significativo de estudantes universitários que passam pelos internatos adventistas. Uma das segmentações deste programa é a realização, em empresas, de palestras sobre qualidade de vida. Por, geralmente, trazer bons resultados financeiros, este setor da colportagem tem crescido consideravelmente. Com o aumento de alunos envolvidos neste trabalho, cresce a necessidade de orientação para que os objetivos financeiros e evangelísticos sejam alcançados. Esta pesquisa pretende sistematizar conceitos e técnicas, a fim de propor uma metodologia para esta modalidade de colportagem.

PALAVRAS-CHAVE: colportagem em empresas, metodologia, treinamento, materiais.

The development of canvassing through presentations in business companies

ABSTRACT: The work of canvassing (evangelism through the sales of religious literature), developed by the Seventh-day Adventist Church in Brazil, has traditionally helped a large number of university students to pay for their studies in the Adventist schools. One modality of canvassing is the speeches on quality of life presented in business companies. Since it has enjoyed pretty good results, this modality of canvassing had lately a high rate of growth. With the large number of students involved in this modality of canvassing increases the need of orientation so that their financial and evangelistic goals may become a reality. This research pretends to systematize concepts and techniques related to this modality in order to provide a methodic approach to it.

KEYWORDS: canvassing in business companies, methodology, training, material.

Faculdade Adventista de Teologia
Centro Universitário Adventista de São Paulo
Campus Engenheiro Coelho

O DESENVOLVIMENTO DA COLPORTAGEM DE PALESTRAS EM EMPRESAS

Trabalho de Conclusão de Curso
Apresentado em Cumprimento Parcial
dos Requisitos para o Título de
Bacharel em Teologia

por
Agenor Pereira Simões

Novembro de 2004

O DESENVOLVIMENTO DA COLPORTAGEM DE PALESTRAS EM EMPRESAS

Trabalho de Conclusão de Curso
Apresentado como requisito Parcial
à obtenção da Graduação no
Bacharelado em Teologia

Por

Agenor Pereira Simões

COMISSÃO DE APROVAÇÃO:

Orientador
Emilson dos Reis
Professor de Teologia Aplicada

Avaliação

Wagner Kuhn
Professor de Teologia Aplicada

Data de Aprovação

Amim Rodor
Diretor do Curso de Teologia

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	1
Capítulo	
I . A IMPORTÂNCIA DA COLPORTAGEM DE PALESTRAS EM EMPRESAS... 2	
Conceito	2
A Relação da Colportagem de Palestras em Empresas e os Treinamentos em Empresas	3
Os Benefícios para a Empresa.....	5
Os Benefícios para Colportagem.....	6
II . MATERIAIS NECESSÁRIOS.....	7
Importância dos Materiais de Palestra	7
Materiais Imprescindíveis	8
Materiais Acessórios	12
III . ABERTURA DE EMPRESAS	15
Conceito	15
Como Abrir uma Empresa.....	15
IV. PALESTRAS EM EMPRESAS	19
Conceito	19
Como Efetuar uma Palestra.....	20
CONCLUSÃO	24
APÊNDICE: MATERIAIS DE PALESTRA.....	26
Apêndice A: Ficha de Abertura de Empresa.....	27
Apêndice B: Ficha de Abertura do Colportor	30
Apêndice C: CD-Card.....	34
Apêndice D: Folder	36
Apêndice E: Declaração.....	38

Apêndice F: Ficha de Compra	40
Apêndice G: Proposta	42

BIBLIOGRAFIA.....	44
-------------------	----

INTRODUÇÃO

Ao longo dos últimos anos a Colportagem de Palestras em Empresas tem sido um grande instrumento para a propagação do evangelho, bem como um meio de subsistência e manutenção de alunos em várias instituições educacionais mantidas pela IASD. Constituída, geralmente, de bons resultados financeiros, este setor da Colportagem tem crescido significativamente.

Um número cada vez maior de pessoas tem procurado aprender como realizar este trabalho. E as seguintes questões são levantadas: Como é desenvolvido o trabalho da Colportagem em Empresas? O que é necessário para se realizá-lo? Como é feito? Como se faz uma palestra na Empresa?

O objetivo desta pesquisa é responder a tais perguntas sistematizando as informações disponíveis de modo a resultar em uma possível metodologia eficaz para este tipo de Colportagem.

Para tanto, este trabalho será desenvolvido a partir de uma pesquisa bibliográfica de livros sobre Colportagem e Treinamentos em Empresas, e apresentará quatro capítulos: (01) A Importância da Colportagem de palestras em Empresas, (02) Materiais Necessários, (03) Abertura de Empresas e (04) Palestras em Empresas. Ao final do trabalho haverá também uma conclusão da pesquisa.

CAPÍTULO I

A IMPORTÂNCIA DA COLPORTAGEM DE PALESTRA EM EMPRESAS

Este capítulo será desenvolvido a partir de quatro tópicos: (01) Conceito, (02) A relação entre Colportagem de Palestras em Empresas (CPE) e os Treinamentos em Empresas (TE), (03) Os Benefícios para a Empresa e finalmente (04) Os Benefícios para a Colportagem.

Conceito ¹

A CPE é um método de trabalho financeiro evangelístico realizado dentro das Empresas em geral, constituído de duas partes: Abertura da Empresa e a realização da palestra com vendas de livros de Colportagem, de modo que o pagamento é feito com o desconto em folha, dos possíveis funcionários interessados, por parte da Empresa.

A CPE não pode ser confundida com um outro método conhecido como “Oferta Coletiva”. Apesar de suas semelhanças, são dois métodos completamente diferentes. Na Oferta Coletiva não há a realidade do desconto em folha e nem a passagem dos processos de Abertura e realização da palestra em Empresas. A oferta Coletiva é um método mais rápido e descomprometido com a Empresa ao passo que a CPE mostra-se ser um processo mais lento, porque abrange dois momentos: A Abertura e a Palestra. Além do que, se baseia no

¹ Ver: Ronald E. Appenzeller, *Curso Básico para Colportores* (Tatuí, SP: Casa Publicadora Brasileira, 1997), 102; Nicholas Chaj, *Métodos de Campeões* (Santo André, SP: Casa Publicadora Brasileira, 1981),95.

desconto em folha e está comprometida com a Empresa, ou seja, todo o pagamento é feito via Empresa.

A Relação entre a CPE e o TE

Há uma significativa relação entre a CPE e o TE. Ambas necessitam ser realizadas, possuem alguns propósitos em comum, além de trazerem benefícios tanto para a Colportagem como para a Empresa.

O TE é um processo de assimilação e desenvolvimento profissional e pessoal dos funcionários e administradores, que compõem a Empresa. Os treinamentos possuem o objetivo de melhoramento e aperfeiçoamento, sobretudo, no conjunto de conhecimento, habilidades e atitudes (CHA) dos funcionários, e, por conseguinte, da Empresa ¹.

Os treinamentos são obrigatórios para todas as Empresas. A Consolidação das Leis Trabalhistas (CLT) no Artigo 163 rege a obrigatoriedade de treinamentos nas Empresas, bem como a instituição da Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (CIPAT). Este departamento é um dos responsáveis pela área de treinamento, e pode ser procurado para a

¹ Ver: Dave Ulrich, *Os Campeões de Recursos Humanos* (São Paulo: Futura, 2002), 39-45; Gustavo G Boog, *Manual de Treinamento e Desenvolvimento*, (São Paulo: Associação Brasileira de treinamento e Desenvolvimento, 1999), 141-144; Idalberto Chiavenato, *Gestão de Pessoas* (Rio de Janeiro: Campus, 1999), 293. Jean Pierre Marras, *Administração de Recursos Humanos* (São Paulo: Futura, 2002), 180-205; Juarez C Bezerra, *O Desenvolvimento dos Recursos Humanos na Busca da Perpetuação da Qualidade* (São Paulo: CIP, 1992) 9; John A. Wagner, e John R Hollenbeck, *Comportamento Organizacional* (São Paulo: Saraiva, 2002), 119; Leszek Celinsk, *Treinamento Gerencial Básico* (Petrópolis, RJ: Vozes, 1995), 65-67; Paulo P. Ferreira, *Treinamento de Pessoal, A Técnico-Pedagogia do Treinamento* (São Paulo: Atlas, 1975), 101; Roberto Kanaane, *Manual de Treinamento e Desenvolvimento do Potencial Humano* (São Paulo: Atlas, 2001), 211; Sylvia Constant Vergara, *Gestão de Pessoas* (São Paulo: ATLAS, 2000), 41-68; Yolanda F. Balcão, e Laerte Leite Cordeiro, *Comportamento Humano na Empresa* (Rio de Janeiro: FGV, 1979), 319-337.

abertura de Empresas, conforme será tratado posteriormente. Vale notar, que a área de atuação da CIPAT não se restringe apenas à prevenção de acidentes, mas inclui os treinamentos em geral, inclusive sobre a Qualidade de Vida, que é um importante item utilizado como ponte para a CPE. Além disso, a realização de treinamentos é um requisito das Normas Regulamentadoras (NRS) no referente ao cumprimento da legislação da Higiene, Segurança e Medicina do Trabalho(HSMT)¹.

Em consonância com a Empresa, a realização de Palestra nas Empresas também são necessárias para a Colportagem. Isso ajuda na pregação do evangelho a todas as pessoas, em todos os lugares. Traz consigo muitos benefícios, conforme serão tratados posteriormente. A CPE, de fato, fará bem para o funcionário, em suas áreas física, mental e espiritual, e, por conseguinte para a Empresa. E aqui está o centro do relacionamento entre a CPE e o TE: ambas necessitam das palestras ou treinamentos, e ambas saem beneficiadas.

Um dos programas que poderia ser usado para unirem a Colportagem com as Empresas, no referente a realização de palestras, é a Qualidade de Vida. A Qualidade de Vida é um programa de atuação que visa o aumento na produtividade e melhoria na Competitividade através do crescimento dos funcionários, que são a base da Empresa. De acordo com a Cecília Shibuya, presidente da Associação Brasileira de Qualidade de Vida (ABQV) os programas de Qualidade de Vida nas Empresas tornaram-se, nesses últimos anos, a menina dos olhos de inúmeras organizações que, por fim, acabaram por descobrir

¹ Ver: Dave Ulrich, 39-45; Gustavo G. Boog, 141-144; Idalberto Chiavenato, 293; Jean P. Amarras, 180-205; Juarez C. Bezerra,9; John A. Wagner, 119; Leszek Celinsk, 65-67; Paulo P. Ferreira, 101; Roberto Kanaane, 211; Sylvia Constant Vergara, 41-68; Yolanda F. Balcão, 319-337.

que investir no bem-estar de seu funcionário não resume apenas a uma questão legal, mas também numa excelente arma estratégica ¹. Além disso, os sindicatos inseriram, desde os anos 80, em seu discurso e também em suas pautas de reivindicações a questão da Qualidade de Vida no trabalho². Assim a CPE traz Qualidade de Vida para a Empresa, e ao mesmo tempo evangeliza e provê recursos financeiros para a colportagem.

Os Benefícios para a Empresa

Existem, de modo geral, dois tipos de benefícios cedidos por uma Empresa: Benefício Compulsório e o Benefício Espontâneo. O primeiro é aquele que a Empresa concede aos seus empregados em atendimento às exigências da lei ou de normas legais como acordos ou convenções coletivas de trabalho. Como exemplo, pode-se citar: Décimo Terceiro e férias. Já o segundo, é aquele que a Empresa oferece aos seus funcionários por voluntariamente, geralmente com o objetivo de atender as necessidades dos empregados. Como exemplo, pode-se citar: Seguro de vida, festas, etc ³.

A CPE traz para a Empresa os dois tipos de benefícios, Compulsórios e Espontâneos. Além de ajudar a Empresa a cumprir requisitos da lei (CLT, NRS e HSMT), conforme visto no tópico anterior, também demonstra um investimento próprio da instituição, que atenderá as necessidades dos Funcionários.

Ademais, a CPE de fato trará para a Empresa uma boa Qualidade de Vida. Através da palestra, conforme será analisado no capítulo 4, o funcionário ficará mais motivado,

¹ Carlos Francis, *Gestão RH*, ano 10, Janeiro/fevereiro de 2004, “O Oscar da Qualidade de Vida” (São Paulo: ABTD, 2004)14-16.

² Jean P. Marras, 180-122.

³ *Ibidem*, 139.

poderá modificar para melhor seu estilo de vida, poderá se relacionar melhor com sua família, com os colegas, enfim, será um funcionário melhor. Afinal, conforme Bachir Haidar Jorge, Psiquiatra e Consultor, antes do desenvolvimento profissional vem o desenvolvimento pessoal ¹.

Os Benefícios para a Colportagem

Assim como a Empresa, a Colportagem também tem seus benefícios com a realização das palestras. De modo geral, poder-se-ia dividir em dois tipos de benefícios: financeiro e evangelístico. O primeiro diz respeito aos lucros obtidos a partir das vendas dos livros. Já o segundo, se refere a mensagem do evangelho que está inserida nos livros que são adquiridos ².

Em se tratando do Benefício Financeiro, uma grande vantagem de se trabalhar com as Empresas é que o pagamento é à vista e não existe o problema de queda de pedidos. Ao final da Palestra os livros são apresentados para os funcionários e entregues aos interessados. Logo após este ocorrido, o Colportor, acompanhado pela pessoa contactada para a realização da Palestra, efetua os devidos acertos com a tesouraria da Empresa. Assim, os livros são entregues imediatamente após a palestra e o pagamento também é logo realizado.

Em seu Benefício Evangelístico, a CPE se constitui em mais uma boa maneira de se evangelizar. É uma maneira de “ir aonde o Pastor não pode ir”¹. Além da mensagem contida nos livros, é o momento em que se pode fazer também orações e até mesmo falar de Jesus.

¹ Bachir H. Jorge, *Super Hiper*, Novembro de 2003, “Pessoas bem-desenvolvidas são mais Produtivas” (São Paulo: Abras, 2003), 6.

² Nicolas Chaj, *Métodos de Campeões* (Santo André, SP: Casa Publicadora Brasileira, 1981), 23.

¹ Ellen G. White, *Mensageiros da Esperança* (Tatuí, SP: Casa Publicadora Brasileira, 2002), 13.

CAPÍTULO II

MATERIAIS NECESSÁRIOS

Para tratar sobre os Materiais Necessários, apresentar-se-ão os seguintes tópicos: (01) Importância dos Materiais de Palestra, (02) Materiais imprescindíveis e finalmente (03) Materiais acessórios. Vale notar que cada colportor tem a sua metodologia e os itens aqui abordados constituem-se como uma sugestão.

Importância dos materiais de palestra

Em conformidade com os diversos setores da colportagem com seus respectivos métodos, a CPE também tem seus materiais e metodologias específicas. Os materiais utilizados para palestra têm a função de facilitar o trabalho do Colportor em suas necessidades de abertura e realização de palestras, além de servir para dar credibilidade ao trabalho junto a Empresa.

A credibilidade é um item relevante no desenvolvimento da CPE. No mundo onde há tanta competitividade e corrida por uma melhor posição no mercado de trabalho a credibilidade, que se define aqui como uma boa qualidade do trabalho, abrirá as portas para a realização da CPE, mostrando, que de fato, a Empresa será recompensada ¹. O tempo gasto em uma palestra é de aproximadamente uma hora. Isso significa muito para uma Empresa. Porque neste tempo a

¹ Marcus V. C. Rodrigues, *Qualidade de Vida no Trabalho* (Petrópolis, RJ: Vozes, 2002), 73.

Empresa poderia estar produzindo, e por conseguinte tendo lucro. Por isso, a fim de que tenha credibilidade, a CPE tem de ser realizada de maneira organizada e sistematizada, o que também inclui os seus materiais. A importância de cada material será explanada no próximo item.

Materiais Imprescindíveis

Os materiais imprescindíveis são aqueles fundamentais para a CPE, pois sua falta dificulta ou até mesmo compromete todo o trabalho. São verdadeiras pontes que viabilizam o sucesso. Formam entre si importantes bases de sustentação, que fazem da CPE um trabalho feito de maneira bonita, organizada e bem sistematizado. Afinal o trabalho que disponibiliza de recursos didáticos, bem elaborados, tende a fortificar o TE, bem como a CPE ¹.

Os materiais Imprescindíveis podem ser divididos em três grupos: (01) Materiais de Venda, (02) Materiais de Abertura e (03) Materiais de Palestra.

¹ Ver: Dave Ulrich, *Os Campeões de Recursos Humanos* (São Paulo: Futura, 2002), 39-45; Gustavo G Boog, *Manual de Treinamento e Desenvolvimento*, (São Paulo: Associação Brasileira de treinamento e Desenvolvimento, 1999), 141-144; Idalberto Chiavenato, *Gestão de Pessoas* (Rio de Janeiro: Campus, 1999), 293. Jean Pierre Marras, *Administração de Recursos Humanos* (São Paulo: Futura, 2002), 180-205; Juarez C Bezerra, *O Desenvolvimento dos Recursos Humanos na Busca da Perpetuação da Qualidade* (São Paulo: CIP, 1992) 9; John A. Wagner, e John R Hollenbeck, *Comportamento Organizacional* (São Paulo: Saraiva, 2002), 119; Leszek Celinsk, *Treinamento Gerencial Básico* (Petrópolis, RJ: Vozes, 1995), 65-67; Paulo P. Ferreira, *Treinamento de Pessoal, A Técnico-Pedagogia do Treinamento* (São Paulo: Atlas, 1975), 101; Roberto Kanaane, *Manual de Treinamento e Desenvolvimento do Potencial Humano* (São Paulo: Atlas, 2001), 211; Sylvia Constant Vergara, *Gestão de Pessoas* (São Paulo: ATLAS, 2000), 41-68; Yolanda F. Balcão, e Laerte Leite Cordeiro, *Comportamento Humano na Empresa* (Rio de Janeiro: FGV, 1979), 319-337.

Os materiais de Venda

Coleções

As coleções podem ser formadas por um livro de saúde e um livro missionário. A função destes materiais é evangelizar o leitor e viabilizar recursos financeiros ao colportor. Segundo Ellen G. White, o trabalho da Colportagem não pode ser feito sem a presença de um livro missionário. Estes são indispensáveis para o cumprimento evangelístico da obra da Colportagem. Pois apesar da importância dos livros de saúde, estes não apresentam um conteúdo específico que conduza o leitor ao conhecimento da salvação ¹.

Os materiais de Abertura

Os materiais Imprescindíveis para a abertura de uma Empresa são: (a) Fichas de Abertura da Empresa, (b) Fichas de Abertura do Colportor, (c) Proposta, (d) Prospecto e (e) a Pasta de Declarações ².

As Fichas de Abertura da Empresa

São instrumentos que comunicam a Empresa, de maneira bem clara, todas as informações significativas apresentadas na abertura, além de ratificar e lembrar a Empresa de seu compromisso com o Colportor. Todos os detalhes, inclusive forma de pagamento, estão expressos nesta ficha, como se pode verificar no Apêndice. Esta ficha fica com a Empresa.

¹ Ellen G. White, *Mensageiros da Esperança* (Tatuí, SP: Casa Publicadora Brasileira, 2001), 55.

² Ver Apêndice.

As Fichas de Abertura do Colportor

São instrumentos que dão ao Colportor um comprovante do Compromisso assumido pela Empresa. Além dos mesmos itens contidos na ficha de abertura da Empresa, são acrescentados os seguintes itens: dados da Empresa (CNPJ, Inscrição estadual...) e dados de agendamento (Data da palestra, número de seções...).

A Proposta

É um instrumento utilizado quando a abertura para a realização da CPE não é definida na primeira entrevista, e então a pessoa comunicada solicita um material que apresente os itens abordados na entrevista. O objetivo desta solicitação feita pela pessoa comunicada, geralmente, é para mostrar aos seus superiores ou até mesmo já adiantar aos mesmos, os itens que serão explanados em uma próxima entrevista. Contudo, por que não utilizar a Ficha de Abertura da Empresa (FAE)? Porque a FAE só é preenchida mediante um comprometimento da Empresa, ao passo que a proposta é um instrumento apenas comunicador, que não apresenta nada para se preencher e nem envolve um compromisso por parte da Empresa. Assim a proposta não fecha as portas, mas apenas prorroga a proposta da CPE.

O Prospecto

É um instrumento que visualiza os itens abordados na entrevista. Pode ser apresentado de três maneiras: (01) Por um “prospecto” específico de CPE contendo os itens da entrevista sob um quadro bem atrativo, bem estruturado, com gráficos, dados científicos e pesquisas. (02) Através de um “Folder” com os mesmos itens do prospecto específico de CPE, e (03) por meio de uma “Apresentação em Power Point”, também com

os itens anteriores, a qual pode ser realizado com um Notebook do Colportor ou um computador da Empresa.

A Pasta de Declarações

É um instrumento que contém algumas declarações de outras Empresas onde a CPE já foi realizada. Estas declarações conferem ao trabalho maior credibilidade e devem ser solicitadas às Empresas como um dos requisitos necessários para a realização da CPE, conforme será visto no último capítulo.

Os materiais de Palestra

Os materiais indispensáveis para o desenvolvimento, organização e concretização da palestra são: (a) Recurso Visual e a (b) Ficha de Compra.

Recurso Visual

Existem vários tipos de recursos visuais que poderiam ser utilizados na CPE. Contudo, destacam-se dois recursos: O Retroprojeter e o Vídeo Projeter. O primeiro recurso é o mais comumente utilizado. Não é muito caro e atende as necessidades básicas de se apresentar a palestra de maneira ilustrada e atrativa. Na utilização deste recurso faz-se necessário ter um bom jogo de transparências. Estas devem ser feitas cuidadosamente de maneira a tornarem-se um instrumento que prenda a atenção do público, que os informe, e que esteja em harmonia com o conteúdo da Palestra. Já o segundo recurso, devido o seu preço elevado, é o menos comum de se utilizar, apesar de ser o melhor. Este recurso permite a utilização de slides animados e até mesmo de filmes. A sua imagem é mais nítida e causa um

maior impacto na Empresa. Na utilização deste recurso os requisitos para a elaboração dos slides são os mesmos da elaboração das transparências do Retroprojeto.

Ficha de Compra

É através desta ficha que se efetua a compra por parte dos interessados em adquirir os livros. Ao final da Palestra, o funcionário que queira adquirir os livros solicita a ficha, a assina, e então entrega para o Palestrante, que por sua vez a anexa a um vale que especifica o comprometimento do funcionário na aquisição dos livros e mostra o valor e o plano utilizado, geralmente um desconto em três vezes, na folha pagamento. Esta ficha além de ajudar o palestrante, também ajuda o departamento de RH ao efetuar os respectivos descontos em folha. Após o pagamento, estas fichas ficam para o departamento de RH para um controle interno da empresa como um comprovante do compromisso do funcionário.

Materiais Acessórios

Os materiais acessórios são aqueles que complementam o trabalho, mas que não impedem o processamento da CPE se não forem utilizados. Auxiliam a CPE mas não chegam a ser algo indispensável. O programa pode muito bem ser feito com a ausência deles. Contudo eles fazem com que o trabalho tenha uma aparência mais atrativa e organizada.

Assim como os materiais Imprescindíveis, os materiais acessórios estão divididos em três grupos: (1) Materiais de Venda, (02) Materiais de Abertura e (03) Materiais de Palestra.

Materiais de venda

Revistas

Estas revistas podem ser vendidas junto com as coleções ou até mesmo serem sorteadas como brindes. De maneira especial, o mais viável seria a segunda opção, fazer da revista um Brinde. Isso ajuda a quebrar o pensamento de que o Colportor está ali apenas para sugar das pessoas e que o objetivo do projeto é apenas vender. Este tipo de impressão, conforme será visto no último capítulo, deve ser evitado, pois fecha as portas para um trabalho futuro. A Empresa deve ver, de fato, os benefícios que está ganhando ¹.

Materiais de Abertura

Cartaz

É um anúncio, que mostra os temas da palestra, a data e o horário. É uma verdadeira propaganda.

CD-CARD

É um material que contém todos os itens abordados na entrevista em forma de Power Point. Este material além de funcionar como uma forte propaganda, por causa do recurso audiovisual, também apresenta a mesma função da proposta: prorrogar a definição da CPE para uma outra entre ocasião, se necessário.

¹ Ver: Juarez C Bezerra, *O Desenvolvimento dos Recursos Humanos na Busca da Perpetuação da Qualidade* (São Paulo: CIP, 1992) 9; John A. Wagner, e John R Hollenbeck, *Comportamento Organizacional* (São Paulo: Saraiva, 2002), 119; Leszek Celinsk, *Treinamento Gerencial Básico* (Petrópolis, RJ: Vozes, 1995), 65-67; Paulo P. Ferreira, *Treinamento de Pessoal, A Técnico-Pedagogia do Treinamento* (São Paulo: Atlas, 1975), 101; Roberto Kanaane, *Manual de Treinamento e Desenvolvimento do Potencial Humano* (São Paulo: Atlas, 2001), 211.

Materiais de Palestra

Laser

Serve para indicar os itens dos recursos visuais. É bom para que o auditório acompanhe o desenvolvimento da palestra nas projeções.

Aparelho de som

É um material importante para preparar o público para a palestra, para se quebrar o gelo, para se fazer dinâmicas dentre outras coisas mais.

Ilustrativos

São tudo aquilo que pode ser utilizado como ilustração dos itens abordados na Palestra (Balões, fantasias, desenhos, etc.).

CAPÍTULO III

ABERTURA DE EMPRESAS

Este capítulo desenvolverá dois tópicos: (01) Conceito e (02) Como Abrir uma Empresa. Vale notar que toda apresentação deste capítulo constitui-se como uma sugestão. Existem outras formas de se abrir uma Empresa.

Conceito

A Abertura de Empresas é a primeira etapa da CPE, que visa possibilitar a realização do trabalho de Colportagem na Empresa. É a oferta inicial, é o momento de se mostrar o projeto, pode-se ratificar o compromisso entre o Colportor e a Empresa, caso esta aceite a proposta.

Não há como fazer a CPE sem que se faça a Abertura da Empresa. Como foi afirmado no primeiro capítulo, a CPE só pode ser processada mediante o comprometimento da Empresa em realizar o desconto em folha dos funcionários que quiserem adquirir os livros. E é justamente na Abertura da Empresa em que estas questões são definidas.

Como Abrir uma Empresa

O processo de abertura de uma Empresa está dividido em duas partes: O contato Telefônico e a Entrevista. Cada um destes tópicos serão abordados a seguir. Contato telefônico

Este é o primeiro momento da Abertura de Empresas, que visa marcar uma entrevista com o responsável pela área de treinamentos na Empresa. Este processo, Além de abrir as portas para o contato com a empresa, mostra também que o trabalho é organizado e tem credibilidade.

A pessoa a ser solicitada em primeira instância no contato é o responsável pelos Recursos Humanos (RH). Pois o RH, em uma empresa organizada, é o principal responsável pela área da Qualidade de Vida, conforme foi abordado no primeiro capítulo, além de ser o encarregado da empresa em fazer os devidos descontos na folha de pagamento. Contudo, caso não se consiga contactar o RH, as outras pessoas que podem ser solicitadas são os responsáveis pelas seguintes áreas: Marketing, CIPAT, Diretor Financeiro, Chefe de segurança ou até mesmo o Presidente da Empresa ¹. Este último seria, talvez, o mais difícil de se contactar em se tratando de uma empresa de Médio a Grande porte. Mas em Empresas pequenas é justamente com o proprietário que se fala.

Finalmente, é importante destacar que no Contato Telefônico o Colportor deve responder a três perguntas básicas: Quem eu sou? De onde eu sou? e o que eu quero? É o momento de apresentar o projeto de maneira bem resumida e com simpatia despertar o interesse do responsável da empresa. Não se deve acertar nada por telefone. O Objetivo deste passo é somente marcar uma entrevista para verificar a possibilidade de realizar a CPE, na entrevista serão feitos os devidos acertos ².

Entrevista

É o momento final da Abertura de Empresas, que visa firmar o compromisso da realização da CPE. Este é um processo decisivo e tão importante quanto a realização da Palestra. Uma boa abertura contribuirá para um bom resultado, e o contrário também é verdadeiro.

¹ Ver: Juarez C Bezerra 9; John A. Wagner, e John R Hollenbeck, 119; Leszek Celinsk 65-67; Paulo P. Ferreira 101; Roberto Kanaane, 211.

² Ver: Nicolas Chaj, 23

Como já foi enfatizado no tópico anterior, a primeira pessoa a se procurar para se fazer a entrevista é o responsável pelo RH. A Qualidade de Vida, que é a ponte utilizada para se realizar a CPE, tem sido muito trabalhada por este departamento. De acordo com Waldir José Quadros, professor do instituto de Economia da Unicamp e pesquisador do Centro de Estudos Sindicais e de Economia do Trabalho (Cesit), o RH tem se tornado uma área estratégica nas empresas de todo o Brasil por ter uma visão de Qualidade de Vida, da premiação e da recompensa aos funcionários, chamados por ele de colaboradores ¹.

Dentre as várias formas de se realizar uma boa entrevista, pode-se citar três itens que devem ser mostrados e enfatizados: Objetivos, Benefícios e a clareza do trabalho.

Todo programa de palestra deve basear-se no diagnóstico de necessidades expressas em objetivos que, em última análise, tem de responder à pergunta: Para que realizar esta palestra? Isto é, os objetivos ou resultados esperados devem estar bem claros. Se se pretende fazer um trabalho eficaz de CPE, é fundamental determinar exatamente onde se quer chegar. Deve-se ter a preocupação de deixar claro qual o comportamento que o participante poderá ter ao final da palestra. E estes objetivos, que são apresentados na entrevista, devem apresentar as seguintes características: (01) Relevância, isto é, a importância da necessidade atendida, como pode-se verificar no primeiro capítulo; (02) Coerência, isto é, deve estar sintonizado com a missão e os objetivos da organização em conjunto com a Colportagem; (03) Realismo, isto é, deve ser viável e pragmático e finalmente (04) Ética, isto é, o respeito às pessoas envolvidas no processo e ao seu ambiente ¹.

¹ Adolfo Bom Tempo, *Melhor Gestão de Pessoas*, Agosto de 2004, “Além do Comercial” (São Paulo: Segmento, 2004), 38-41.

¹ Ver: Adolfo Bom Tempo, 38-41; Dave Ulrich, 39-45; Gustavo G Boog, 141-144; Idalberto Chiavenato, 293. Jean Pierre Marras, 180-205; Juarez C Bezerra, 9; John A. Wagner, e

Finalmente, os Benefícios e a clareza do trabalho também são fundamentais para o sucesso da CPE. A questão dos benefícios pode ser vista no primeiro capítulo. A questão da clareza, tem de ser cumprida ao longo de todo o processo, desde a abertura até a realização e conclusão da palestra. Nada deve ser omitido. Deve-se mostrar o projeto em toda a sua totalidade: A palestra tem a duração de 50 minutos à uma hora, ao final são apresentados alguns livros didáticos, que são uma extensão da palestra. É necessário falar do desconto em folha feito via Empresa, e tudo que for importante, a fim de que o trabalho não seja mal compreendido e as portas se fechem para futuros Colportor

CAPÍTULO IV

PALESTRAS EM EMPRESAS

Este capítulo tratará de dois tópicos: (01) Conceito e (02) Como efetuar a Palestra.

Todas as informações constituem-se apenas como uma sugestão. Há outras maneiras de se fazer a palestra na Empresa.

Conceito ¹

A palestra na Empresa é a etapa final da CPE, que visa beneficiar a Empresa em seus itens Compulsórios e Espontâneos e a Colportagem em seus itens Evangelísticos e Financeiros. A CPE não pode de forma alguma pensar apenas na Colportagem, mas como já foi visto, no primeiro capítulo, a Empresa também deve ser beneficiada.

O mais viável é que uma palestra dure de 50 minutos a 1 hora no máximo.

Difícilmente o responsável pela produção da Empresa disponibilizará maior tempo do que este.

Todas as empresas têm os seus compromissos produtivos, que geralmente, são elevados. Por isso o tempo máximo de 1 hora, com a utilização dos materiais relatados no segundo capítulo, contribuirá para a realização de uma boa palestra.

¹ Ver: Nicolas Chaj, 23; Ver: Juarez C Bezerra 9; John A. Wagner, e John R Hollenbeck, 119; Leszek Celinsk 65-67; Paulo P. Ferreira 101; Roberto Kanaane, 211.

Finalmente, deve-se lembrar que é importante chegar, com antecedência, à Empresa onde será feita a palestra. O aconselhável é de 30 minutos no mínimo. Esse tempo é solicitado para montar e testar os equipamentos, bem como efetuar os devidos preparativos.

Como Efetuar a Palestra

Dentre as várias formas de se efetuar uma palestra, bem como os itens que a constituem, pode-se citar dois tópicos: (01) O Roteiro e (02) Os Itens de Sucesso. Esses aspectos corroborarão na construção de uma boa palestra.

O Roteiro

O Roteiro é um segmento fundamental na construção de um treinamento ou palestra. Os tópicos que serão abordados na palestra têm de ser estudados e estruturados em consonâncias com os objetivos, que por sua vez, devem ser esquematizados em um Roteiro. Os assuntos a serem abordados devem ter uma linha específica, além de se ligarem mutuamente por meio de pontes de idéias, que não permitam que a linha de raciocínio seja distraída ou quebrada ¹.

¹ Ver: Frank Bettger, *Uma Nova Dimensão no Treinamento de Vendas* (São Paulo: PL, 1982), 199; Lauro B. Fontes, *manual de Treinamento na Empresa Moderna* (São Paulo: Atlas, 1980), 58-62; George S. Odiorne, *Treinamento por Objetivo* (Rio de Janeiro: Interciência, 1979)98-105; Hanry Mackay, *Como Nadar com os Tubarões sem ser comido Vivo* (São Paulo: Nova Cultura, 1989), 32-50; Ken Mantejka, *Sua Equipe veste a Camisa?* (São Paulo: Kobel, 1999), 75-93; Donald Weiss, *Treinando e Orientando no Local de Trabalho* (São Paulo: Nobel, 1993), 29, 69, 83; Ishwar Dayal, *Gerência de Treinamento* (São Paulo: Universidade de São Paulo, 1979), 47-73; Tomás de Vila Nova, *Motivação no Trabalho* (Rio de Janeiro: FGV, 1980), 65-94; Marder V. Carvalho, *Qualidade de Vida no Trabalho* (Petrópolis, RJ: Vozes, 2002), 41-88; George T. Milkovich, *Administração de Recursos Humanos* (São Paulo: Atlas, 2000), 338-335; Stephen P. Robens, *Comportamento Organizacional* (São Paulo: Prentice Hall, 2002), 151-202; Stephen Robis e Mary Coulter, *Administração* (São Paulo: Atlas, 2000), 300-333 e Antônio Maximiniano, *Teoria Geral da Administração* (São Paulo: Atlas, 2000), 296-323.

Sugere-se aqui o Roteiro que apresenta os seguintes assuntos na ordem em que são referidos: (01) Motivação, (02) Saúde e (03) Relacionamento. Estes três itens abarcam os assuntos voltados para a Qualidade de Vida.

A motivação é a razão pelo qual as pessoas agem. Este é, talvez, dos três pontos o mais almejado e o mais trabalhado pelas Empresas ao longo do Brasil. O funcionário que é motivado, além de beneficiar-se, produz muito mais do que o funcionário que não tem esta característica ¹.

A saúde é, por sua vez, o funcionamento pleno do copo Humano em todos os seus aspectos, sem nenhum tipo de impedimento ou problema que danifique o estado normal de uma pessoa. Assim, tão importante quanto a motivação, a saúde é também um item que contribui para a Qualidade de Vida do funcionário, que uma vez doente, além de produzir menos, pode vir a não trabalhar ².

Finalmente, o relacionamento, assim como os outros dois itens abordados acima, contribuirá para uma boa palestra e também ajudará na Qualidade de Vida dos funcionários. Segundo Laura Muller, Terapeuta e comunicadora social, e Cecília Shibuya, Presidente da Associação Brasileira de Qualidade de Vida, o relacionamento tem sido a chave do sucesso de muitas Empresas. Não apenas o relacionamento com os clientes, mas dos funcionários entre si e dos funcionários com as suas famílias. E é justamente disso que Riane, RH da Incentive House,

¹ Frank Bettger, 199; Lauro B. Fontes, 58-62; George S. Odiorne, 98-105; Hanry Mackay, 32-50; Ken Mantejka, 75-93; Donald Weiss, 29, 69, 83; Ishwar Dayal, 47-73; Tomás de Vila Nova, 65-94; Marder V. Carvalho, 41-88; George T. Milkovich, 338-335; Stephen P. Robens, 151-202; Stephen Robis e Mary Coulter, 300-333 e Antônio Maximiliano, 296-323.

² *Administração de Recursos Humanos* (São Paulo: Atlas, 2000), 338-335; Stephen P. Robens, *Comportamento Organizacional* (São Paulo: Prentice Hall, 2002), 151-202.

aborda em sua afirmação de que as empresas têm de tratar os seus funcionários como clientes especiais ¹.

Itens de Sucesso para a Palestra ²

Ter-se-ão como itens de sucesso seis fatores que serão abordados neste tópico. O primeiro deles é o conhecimento do auditório. O palestrante deve saber quem são as pessoas que irão ouvi-lo, seu grau de instrução, sua posição na Empresa, etc. E a partir daí adequar a sua palestra para a realidade do auditório.

O segundo ponto está ligado ao despertar da Necessidade do material que será vendido. Todas as pessoas têm as suas necessidades. E o sucesso está justamente em despertar no ouvinte a necessidade de adquirir os livros apresentados. Porque nem sempre ela sabe ou expressa claramente seus desejos. Nunca ofereça algo sem antes sondar as necessidades que a pessoas possa ter. As reais necessidades podem estar escondidas. Por isso o palestrante tem de despertá-las ao longo de sua palestra com dados alarmantes e perguntas reflexivas.

O terceiro tópico é o teste dos benefícios por meio de perguntas. O palestrante deve construir perguntas que apresentem uma situação e validem os assuntos abordados na palestra. Por exemplo: O que você faria se descobrisse agora que está com um problema seríssimo de coração?, Já pensou se alguém da sua família tivesse um Câncer, o que você faria? Existem soluções rápidas, fáceis e econômicas de se prevenir estas doenças. Sabe

¹ Adolfo Bom Tempo, 38-41.

² Frank Bettger, 199; Lauro B. Fontes, 58-62; George S. Odiorne, 98-105; Hanry Mackay, 32-50; Ken Mantejka, 75-93; Donald Weiss, 29, 69, 83; Ishwar Dayal, 47-73; Tomás de Vila Nova, 65-94; Marder V. Carvalho, 41-88; George T. Milkovich, 338-335; Stephen P. Robens, 151-202; Stephen Robis e Mary Coulter, 300-333 e Antônio Maximiniano, 296-323; Nicolas Chajj, 45.

como? Agora sim o palestrante tem a atenção das pessoas e poderá ter um bom resultado em sua palestra.

O quarto enfoque é o bom trabalho argumentativo. O palestrante tem de se lembrar que, de certa forma, ele está negociando com outra pessoa. E pessoas buscam razões lógicas para justificar suas decisões emocionais. Na maioria das negociações, há interferência dessa natureza. Por isso o palestrante tem de trabalhar com os dois tipos de argumentos: O Emotivo e o Racional.

O quinto ponto é o fato de que o preço é um sentimento. O valor do que está sendo apresentado é o resultado do que a outra pessoa enxerga como benefício para ela versus sua sensação de custo. Por isso, ressaltar vantagens ou características não resolve. O palestrante tem de falar dos benefícios. Benefícios é tudo aquilo que sua oferta (os livros) tem e que pode satisfazer diretamente as necessidades daquele com quem se está apresentando a palestra.

Finalmente, o sexto item está ligado a parte espiritual. A CPE não deixa de estar vinculada a espiritualidade da Colportagem. Assim como nas outras áreas, na CPE é preciso fazer oração com as pessoas, é preciso falar de Jesus para as pessoas. Este é o dever de todo Colportor. Mas como? Bem, existem diversas formas de se fazer isso. Aqui poderia-se sugerir duas maneiras bem simples, mas poderosas e influenciadoras de se fazer isso: (01) uma oração no início da palestra e (02) uma transparência de Jesus em um dado momento da palestra, onde o palestrante pode citá-lo como o maior exemplo de funcionário. Ele foi motivado, cuidava da sua saúde e se relacionava bem com as pessoas. Montou uma pequena Empresa com 12 funcionários. E hoje sua Empresa é uma multinacional. Em quase todo o mundo as pessoas já ouviram falar de Jesus.

CONCLUSÃO

A CPE, quando realizada de maneira organizada e sistematizada, é realmente um grande instrumento evangelístico e financeiro. Muitos benefícios podem ser alcançados com este trabalho, tanto para a Empresa como para a Colportagem. Esta terá os seus benefícios financeiros e evangelístico, e a Empresa, por sua vez, terá também os seus benefícios Compulsórios e Espontâneos.

Como foi apresentado, os materiais para o desenvolvimento da CPE estão divididos em dois grupos: Os Imprescindíveis e os Acessórios. O primeiro grupo é formado por: Coleções de livros, Fichas de abertura de Empresas, Fichas de Abertura do Colportor, proposta, prospecto, pasta de declarações, retroprojektor ou videoprojetor e ficha de Compra. O segundo grupo é formado por: Revistas, Cartaz, CD-CARD, caneta laser e um aparelho de som.

A Abertura de Empresas é a primeira etapa da CPE, está dividida em duas partes: Contato Telefônico e Entrevista; e tem o objetivo de viabilizar, por meio de um compromisso entre a Empresa e o Colportor, o trabalho da Colportagem na Empresa.

A Palestra, por sua vez, é a etapa final da CPE. Deve ter a duração de 50 minutos a uma hora, roteiro e itens que possibilitem sucesso financeiro e espiritual. Tem o objetivo de alcançar as metas propostas para a Empresa e para a Colportagem.

Finalmente, deve ser notado que todas as informações deste trabalho constituem-se apenas como uma sugestão. Há outras formas de se fazer a CPE. O importante é que ela seja

feito da melhor maneira possível, a fim de que o colportor e a Empresa fiquem satisfeitos com o trabalho, e acima de tudo, o evangelho seja bem representado e pregado.

APÊNDICE: MATERIAIS DE PALESTRA

APÊNDICE A: FICHA DE ABERTURA DE EMPRESA

PROJETO**Construindo um Bem-Estar Social e Familiar**

A UNASP – Universidade Adventista de São Paulo, há muitos anos vem beneficiando a sociedade brasileira com sua filosofia de ensino, disponibilizando serviços para escolas, comunidades e empresas, propiciando com isso um viver saudável para as pessoas. Esse serviços nos últimos anos, tem sido desenvolvido por um programa integrativo “Qualidade de Vida” que é uma grande ação social do setor educacional, que visa o fortalecimento físico, mental e produtivo dos funcionários, administradores e empresários em todo o Brasil.

Durante o ano letivo, os universitários são treinados para que no período de férias possam realizar treinamentos nas empresas, promovendo qualidade de vida e ao mesmo tempo realizando o seu estágio. Cada palestra realizada serve como avaliação para o estágio.

Sendo assim, o estudante beneficia a empresa ministrando palestras temáticas como: **Motivação, câncer, DSTS, Alimentação, relacionamento, Qualidade de vida e produtividade.**

Mais de 100 mil empresas já participaram conosco deste projeto em todo o Brasil. Esta palestra não tem custo algum para a empresa. No entanto, Para que sua empresa possa participar deste projeto, A UNASP solicita os seguintes itens:

- (01) Uma Declaração da empresa ratificando a realização da palestra pelo(s) Universitário(s).
- (02) Permissão da Empresa para apresentação de materiais didáticos referentes aos assuntos abordados na Palestra, bem como uma viabilização que se processa nas seguintes opções:
 - () A – A Empresa faz um investimento através da Aquisição dos materiais para cada funcionário. Neste plano, os manuais são entregues à Empresa mediante o pagamento que será efetuado em forma de cheque(s) nominail(s) ao **Serviço Educacional Lar e Saúde.**
 - () B – A Empresa dá a oportunidade de aquisição aos que eventualmente quiserem. Neste plano, o projeto solicita o desconto em folha dos que adquiriram em 3 vezes conforme é deixado bem claro na Palestra. Os manuais são entregues aos funcionários que

eventualmente quiserem logo após a palestra, e o pagamento se efetua também após a palestra conforme as opções:

() B1 – Pagamento à vista na forma de um cheque nominal ao **Serviço Educacional Lar e Saúde**.

() B2 – Pagamento em conformidade com o desconto do funcionário. A empresa efetua o pagamento na forma de 3 cheques nominais ao **Serviço Educacional Lar e Saúde** com datas referentes aos respectivos pagamentos dos funcionários.

O Valor de cada material é de _____ ou três vezes de _____.

Agenda

() Uma sessão

Data: _____ Horário: _____ n° de funcionários: _____

() Mais de uma sessão

n° de sessões: _____ Data(s): _____

Horário(s): _____

Declaração

Universitário: _____

RG: _____

A declaração é a certificação da realização da palestra pelo Universitário. Deve ter o Logo colorido da Empresa, uma assinatura do responsável, bem como o carimbo da Empresa. O Projeto não pode ser realizado sem que este cadastro esteja devidamente preenchido.

OBS: Faça a diferença em sua empresa. Avise com antecedência os seus funcionários. Motive-os a participarem. Tanto os funcionários como a empresa só tem a ganhar com este projeto. A equipe de palestrantes chegará a Empresa 30 minutos antes, a fim de montar e preparar todos os equipamentos.

Para informações ligue para _____

Atenciosamente,

Palestrante da Unasp

APENDICE B: FICHA DE ABERTURA DO COLPORTOR

PROJETO**Construindo um Bem-Estar Social e Familiar**Apoio: **Serviço Educacional Lar e Saúde****Estrada de Belém, 885 Fone: (081) 2415040 – CEP: 52040-000 – Campo Grande –Recife**

Universitários:

_____ RG: _____

_____ RG: _____

Cadastro para fins de Estágio

Razão social: _____

 Matriz Filial

CNPJ: _____ Inscrição Estadual: _____

Especialidade: _____

Endereço: _____ n°: _____

Bairro: _____ CEP: _____

Fone: _____ Cidade: _____ Estado: _____

Responsável pela organização da Palestra na Empresa: _____

Agenda

() Uma sessão

Data: _____ Horário: _____ n° de funcionários: _____

() Mais de uma sessão

n° de sessões: _____ Data(s): _____

Horário(s): _____

Palestras

Qualidade de vida e produtividade

Motivação

Estresse

Relacionamento

Tabagismo

Câncer

Arte de viver saudável

Ônus

Esta palestra não tem custo algum para a empresa. No entanto, este projeto requer como único requisito para a realização do mesmo os seguintes itens:

(03) Uma Declaração da empresa ratificando a realização da palestra pelo(s) Universitário(s).

(04) Permissão da Empresa para apresentação de materiais didáticos referentes aos assuntos abordados na Palestra, bem como uma viabilização que se processa nas seguintes opções:

() A – A Empresa faz um investimento através da Aquisição dos materiais para cada funcionário. Neste plano, os manuais são entregues à Empresa mediante o pagamento que será efetuado em forma de cheque(s) nominail(s) ao **Serviço Educacional Lar e Saúde**.

() B – A Empresa dá a oportunidade de aquisição aos que eventualmente quiserem. Neste plano, o projeto solicita o desconto em folha dos que adquiriram em 3 vezes conforme é deixado bem claro na Palestra. Os manuais são entregues aos

funcionários que eventualmente quiserem logo após a palestra, e o pagamento se efetua também após a palestra conforme as opções:

() B1 – Pagamento à vista na forma de um cheque nominal ao **Serviço Educacional Lar e Saúde.**

() B2 – Pagamento em conformidade com o desconto do funcionário. A empresa efetua o pagamento na forma de 3 cheques nominais ao **Serviço Educacional Lar e Saúde** com datas referentes aos respectivos pagamentos dos funcionários.

OBS: Esta palestra não tem ônus algum para a Empresa. A Palestra só pode ser realizada mediante o preenchimento deste relatório que é arquivado na Unasp. O Material custa: _____ ou 3 vezes de: _____ .

Ass. do Universitário

Ass. do Dep. Financeiro

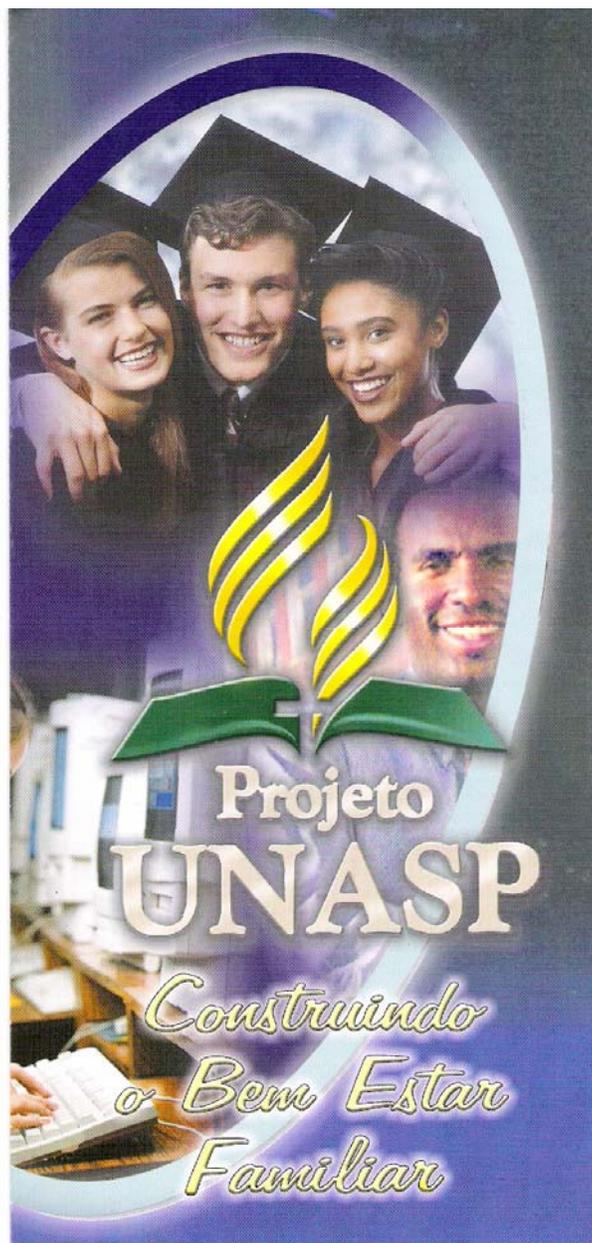
Representante da
Empresa
(carimbo)

APÊNDICE C: CD-CARD

CD-Card



APÊNDICE D: FOLDER



APÊNDICE E: DECLARAÇÃO



DECLARAÇÃO

Declaramos que recebemos em nossa empresa nesta data , os universitários **AGENOR PEREIRA SIMÕES** e **JOÃO ÁUDEO**, portadores dos RG 13142348 e RG 349528208, para a realização da palestra que teve como abordagem: câncer, acidentes e doenças do trabalho, relacionamento interpessoal, produtividade no trabalho e a arte de viver saudável.

A palestra foi realizada em nosso auditório no horário das 12:30 às 13:00 hs. A mesma foi conduzida pelos universitários acima citado, com precisão e agilidade, esclarecendo os tópicos abordados e possíveis dúvidas através das informações que foram expostas.

Atenciosamente


TRAMONTINA RECIFE LTDA

TRAMONTINA RECIFE LTDA

Av. Barão do Bonito, 1110 Bloco A – Várzea - Fone: (81) 3454-8800 – Fax: (81) 3454-8801 – CEP: 50740-080 – Recife - PE

APÊNDICE F: FIXA DE COMPRA

Projeto UNASP

Eu, _____, autorizo descontar na folha de pagamento a quantia de R\$ _____ nos meses de _____, _____ e _____, referente a aquisição dos livros oferecidos na palestra de Qualidade de vida.

Data _____ / _____ / _____

Assinatura: _____.

APÊNDICE G: PROPOSTA

PROJETO**Construindo um Bem-Estar Social e Familiar**

A UNASP – Universidade Adventista de São Paulo, há muitos anos vem beneficiando a sociedade brasileira com sua filosofia de ensino, disponibilizando serviços para escolas, comunidades e empresas, propiciando com isso um viver saudável para as pessoas. Esse serviços nos últimos anos, tem sido desenvolvido por um programa integrativo “Qualidade de Vida” que é uma grande ação social do setor educacional, que visa o fortalecimento físico, mental e produtivo dos funcionários, administradores e empresários em todo o Brasil.

Durante o ano letivo, os universitários são treinados para que no período de férias possam realizar treinamentos nas empresas, promovendo qualidade de vida e ao mesmo tempo realizando o seu estágio. Cada palestra realizada serve como avaliação para o estágio.

Sendo assim, o estudante beneficia a empresa ministrando palestras temáticas como: **Motivação, câncer, DSTS, Alimentação, relacionamento, Qualidade de vida e produtividade.**

Mais de 100 mil empresas já participaram conosco deste projeto em todo o Brasil. A palestra não tem custo algum para a empresa. Contudo, para participarem do projeto basta entrar em contato conosco por meio do seguinte telefone:

(085) 2572285 ou (092)88146132

Desde já agradecemos a sua atenção.

Atenciosamente,

Agenor Pereira Simões
(Palestrante da Unasp)

BIBLIOGRAFIA

- Appenzeller, Ronald E. *Curso Básico para Colportores*. Tatuí, SP: Casa Publicadora Brasileira, 1997.
- Balcão, Yolanda F. e Cordeiro, Laerte Leite. *Comportamento Humano na Empresa*. Rio de Janeiro: FGV, 1979.
- Bettger, Frank. *Uma Nova Dimensão no Treinamento de Vendas*. São Paulo: PL, 1982.
- Bezerra, Juarez C. O Desenvolvimento dos Recursos Humanos na Busca da Perpetuação da Qualidade. São Paulo: CIP, 1992.
- Bom Tempo, Adolfo. *Melhor Gestão de Pessoas*, Agosto de 2004, “Além do Comercial”. São Paulo: Segmento, 2004.
- Boog, Gustavo G. *Manual de Treinamento e Desenvolvimento*. São Paulo: Associação Brasileira de treinamento e Desenvolvimento, 1999.
- Carvalho, Marder V. *Qualidade de Vida no Trabalho*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.
- Celinsk, Leszek. *Treinamento Gerencial Básico*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.
- Chaj, Nicholas. *Métodos de Campeões*. Santo André, SP: Casa Publicadora Brasileira, 1981.
- Chiavenato, Idalberto. *Gestão de Pessoas* (Rio de Janeiro: Campus, 1999), 293.
- Dayal, Ishwar. *Gerência de Treinamento*. São Paulo: Universidade de São Paulo, 1979.
- Ferreira, Paulo P. *Treinamento de Pessoal, A Técnico-Pedagogia do Treinamento*. São Paulo: Atlas, 1975.
- Fontes, Lauro B. *Manual de Treinamento na Empresa Moderna*. São Paulo: Atlas, 1980.
- Francis, Carlos. *Gestão RH*, ano 10, Janeiro/fevereiro de 2004, “O Oscar da Qualidade de Vida”. São Paulo: ABTD, 2004.
- Jorge, Bachir H. *Super Hiper*, Novembro de 2003, “Pessoas bem-desenvolvidas são mais Produtivas”. São Paulo: Abras, 2003.

- Mackay, Hanry. *Como Nadar com os Tubarões sem ser comido Vivo*. São Paulo: Nova Cultura, 1989.
- Mantejka, Ken. *Sua Equipe veste a Camisa?* São Paulo: Kobel, 1999.
- Marras, Jean Pierre. *Administração de Recursos Humanos*. São Paulo: Futura, 2002.
- Maximiniano, Antônio. *Teoria Geral da Administração*. São Paulo: Atlas, 2000.
- Milkovich, George T. *Administração de Recursos Humanos*. São Paulo: Atlas, 2000.
- Kanaane, Roberto. *Manual de Treinamento e Desenvolvimento do Potencial Humano*. São Paulo: Atlas, 2001.
- Odiorne, George S. *Treinamento por Objetivo*. Rio de Janeiro: Interciência, 1979.
- Robens, Stephen P. *Comportamento Organizacional*. São Paulo: Prentice Hall, 2002.
- Robis, Stephen e Coulter, Mary. *Administração*. São Paulo: Atlas, 2000.
- Rodrigues, Marcus V. C. *Qualidade de Vida no Trabalho*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.
- Ulrich, Dave. *Os Campeões de Recursos Humanos*. São Paulo: Futura, 2002.
- Vergara, Sylvia Constant. *Gestão de Pessoas*. São Paulo: ATLAS, 2000.
- Vila Nova, Tomás. *Motivação no Trabalho*. Rio de Janeiro: FGV, 1980.
- Wagner, John A. e Hollenbeck, John R. *Comportamento Organizacional*. São Paulo: Saraiva, 2002.
- Weiss, Donald. *Treinando e Orientando no Local de Trabalho*. São Paulo: Nobel, 1993.
- White, Ellen G. *Mensageiros da Esperança*. Tatuí, SP: Casa Publicadora Brasileira, 2002.