



Universidade Federal da Paraíba
Centro de Ciências Aplicadas e Educação
Departamento de Ciências Sociais Aplicadas
Coordenação do Curso de Secretariado Executivo
Curso: Secretariado Executivo



Estudo de mercado sobre viabilidade da abertura de uma empresa de Consultoria na área de Secretariado Executivo

Área Temática: Teorias Organizacionais

Orientanda: Michele Lúcia de Oliveira – UFPB – michely_lucia@hotmail.com

Orientador: Dr. Joseilme Fernandes Gouveia – UFPB – joseilme@dce.ufpb.br

Coorientadora: Dra. Maria Angeluce Soares Perônico Barbotin – UFPB – m_peronico@hotmail.com

Examinadora: Prof. Dra. Francisca Janete da Silva Adelino – UFPB – janete_adelino@hotmail.com

Examinadora: Prof. Ms. Cibelle da Silva Santiago – UFPB - santiago.cibelle@gmail.com

RESUMO

A consultoria tem se tornado um diferencial para os profissionais de Secretariado Executivo, nos dias atuais. Esse profissional pode desenvolver o papel empreendedor por meio das atividades de consultoria secretarial interna ou externa. Baseado nesse contexto o presente estudo teve como objetivo investigar, por meio de uma pesquisa de mercado, a viabilidade da abertura de uma empresa de consultoria secretarial no Vale do Mamanguape. Do ponto de vista metodológico, foi realizada uma pesquisa de campo no Vale do Mamanguape com representantes das doze prefeituras (6 prefeitos, 4 chefes de gabinete e 2 secretários de finanças) e também com 19 representantes das empresas de pequeno, médio e grande porte. De modo geral, os resultados nas organizações estudadas apontam para: a falta de um profissional especializado para organizar os eventos e tomar conta do acervo documental, necessidade de transformação dos arquivos físicos em digitais, falta de capacitação dos servidores que trabalham direto com o atendimento ao público e a necessidade de contratação de um consultor para orientar os funcionários no atendimento ao cliente. Considerando o mercado consumidor essa pesquisa identificou a existência de demanda e interesse pela consultoria na área de organização de eventos, gestão documental e atendimento ao público; o que aponta para a viabilidade da abertura de uma empresa de consultoria secretarial. Portanto, a consultoria secretarial é um mercado promissor para o profissional de Secretariado Executivo atuar no Vale do Mamanguape.

Palavras-chaves: Secretariado Executivo. Consultoria secretarial. Organização de eventos. Gestão documental. Atendimento ao público.

ABSTRACT

Consultancy has become a differential for professionals of Executive Secretariat nowadays. This professional can develop the entrepreneurial role through the activities of internal or external secretarial consultancy. Based on this context, the present study aimed to investigate, through market research, the feasibility of opening a secretarial consulting company in the Mamanguape Valley. From a methodological point of view, a field survey was carried out in the Mamanguape Valley with representatives of the twelve prefectures (6 mayors, 4 heads of cabinet and 2 departments of finance) and also with 19 representatives of small, medium and large companies. In general, the results in the studied organizations point to: the lack of specialized professional in planning events and take care of documentary archive, need to transform physical files into digital ones, lack of capacity of the servers that work directly with the public service and the need to hire a consultant to guide employees in customer service. Considering the consumer market, this study identified the existence of demand and interest in consulting at event planning area, document management and customer service; which points to the feasibility of opening a secretarial consultancy company. Therefore, the secretarial consultancy is a promising market for the Executive Secretariat professional to work in the Mamanguape Valley.

Keywords: Executive Secretariat. Secretarial consultancy. Event planning. Document management. Customer Service.

1 INTRODUÇÃO

O contexto organizacional está em constantes mudanças e acompanhá-las é fundamental para que o secretário executivo consiga se manter, de forma competitiva, no mercado. Diante disso, esse profissional pode escolher investir no empreendedorismo com a abertura de uma empresa na sua própria área de atuação. Barbosa e Durante (2013, p. 58) afirmam que “a sociedade requer cada vez mais profissionais empreendedores com visão ampla, dispostos a assumir riscos e desafios, que busquem sempre transformar a realidade”.

Diante do cenário atual em que o mercado de trabalho está cada vez mais competitivo, a consultoria secretarial surge como um novo nicho de mercado para o profissional de secretariado executivo atuar como consultor na área de organização de eventos, gestão documental e atendimento ao público. Nessa perspectiva, a presente pesquisa parte da seguinte problemática: qual a viabilidade da abertura de uma empresa de consultoria secretarial na área de organização de eventos, gestão documental e atendimento ao público no Vale do Mamanguape?

Estudar o mercado para saber a viabilidade da abertura de uma empresa na área de consultoria secretarial no vale do Mamanguape, foi de fundamental importância para o desenvolvimento da área e divulgação das habilidades e competências do profissional de secretariado executivo. Ao identificar o nível de interesse do mercado consumidor na área de

organização de eventos, gestão documental e atendimento ao público; essa pesquisa comprovou a existência de possibilidades de investimento no empreendedorismo para profissionais recém-formados em secretariado executivo. Esse trabalho também contribuiu com o desenvolvimento da pesquisa acadêmica na área de consultoria secretarial, pois existe pouca produção científica nessa área, o que dificultou o desenvolvimento desta pesquisa, principalmente no âmbito de consultoria em organização de eventos.

O resultado da pesquisa de Miranda, Sbeghen e Vaz (2014) mostrou que a formação em Secretariado Executivo é muito importante para a atuação no campo de consultoria em organização de eventos. Entretanto é necessário que esse profissional busque se especializar e se manter atualizado, pois é uma área que exige muita habilidade do profissional. Em concordância Schmitz, Battisti e Santos (2015) concluíram que o graduando em Secretariado Executivo não sairá pronto para exercer a função de consultor, sendo necessário que ele busque mais conhecimento organizacional e escolha a área específica que prestará a consultoria para poder se aprofundar nessa esfera. Portanto, a consultoria secretarial é um nicho de mercado muito amplo a ser explorado durante a graduação e pós-graduação.

Sendo assim, o objetivo geral desse artigo foi investigar, por meio de uma pesquisa de mercado, a viabilidade de abertura de uma empresa de consultoria secretarial no vale do Mamanguape. Como objetivos específicos essa pesquisa buscou identificar o nível de interesse do mercado consumidor na área de organização de eventos, gestão documental e atendimento ao público; mapear, por meio de uma pesquisa de campo, se existe demanda de mercado na área de organização de eventos, gestão documental e atendimento ao público; identificar as necessidades dos órgãos públicos e privados nas áreas de organização de eventos, gestão documental e atendimento ao público; conhecer o perfil do potencial consumidor de uma empresa de consultoria secretarial no vale do Mamanguape; identificar pontos fortes e fracos dos consultores que atuam na área de consultoria secretarial no Vale do Mamanguape e conhecer o perfil da concorrência na área de consultoria secretarial no Vale do Mamanguape.

Essa pesquisa está estruturada em quatro seções. Primeiro é apresentado o referencial teórico, em seguida a metodologia adotada, os resultados e discussão da pesquisa e por último as considerações finais.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 CONSULTORIA SECRETARIAL

O ambiente organizacional passa por constantes mudanças e a cada dia surgem novos desafios e obstáculos. Nesse contexto surge um espaço para a consultoria empresarial que objetiva entender os problemas da organização e buscar soluções. Antunes e Araújo (2013) afirmam que, devido à instabilidade e competitividade de mercado, os profissionais têm buscado uma maior qualificação diferenciada; isso consequentemente tem causado um desenvolvimento de alternativas e assim aumentando a empregabilidade.

O profissional que trabalha na área de consultoria assume uma grande responsabilidade, pois ele assessora o executivo na tomada de decisão. O consultor precisa ter muita dedicação, manter um bom relacionamento interpessoal, ser comprometido com a organização, além de ter um real interesse em resolver o problema, usando para isso o conhecimento que possui na área, criatividade e a capacidade técnica, para criar estratégias que busquem solucioná-los (SCHMITZ; BATTISTI; SANTOS, 2015).

A consultoria é uma das atribuições que o profissional de secretariado executivo pode desempenhar, por possuir um conhecimento generalizado em diversas áreas. É o que observam Antunes e Araújo (2013, p. 122) ao afirmarem que “[...] O Secretário Executivo em nível de desempenho profissional diferenciado, capaz de atuar como assessor empresarial, cogestor, empreendedor e consultor em sua área”.

Segundo Oliveira (2012, p. 4) a “Consultoria empresarial é um processo interativo de um agente de mudanças externo à empresa, o qual assume a responsabilidade de auxiliar os executivos e profissionais da referida empresa, nas tomadas de decisões, não tendo, o controle direto da situação”. O referido autor ainda apresenta os seguintes tipos de consultoria: consultoria interna, na qual o consultor é membro da própria organização; consultoria externa, cujo o consultor pertence a uma empresa de consultoria ou é autônomo, ou seja, trabalha por conta própria; consultoria quanto à estrutura, pode ser classificada em consultoria de pacote ou artesanal; consultoria quanto à amplitude, pode ser classificada em consultoria total, em que o consultor atua em praticamente todas as funções da empresa que o contratou, e consultoria especializada, na qual o profissional atua em um assunto específico ou em mais de um dentro de uma determinada área e; consultoria globalizada, na qual o consultor atua de forma global em diversos países. Pode-se perceber que o consultor não terá o controle direto

da situação em nenhum dos tipos de consultoria. A seguir serão detalhadas a consultoria interna e externa.

2.1.1 Consultoria Interna

O profissional de secretariado executivo pode atuar como consultor dentro da própria organização a qual pertence, sendo necessário que ele tenha capacidade analítica, trabalhando com diversas informações ao mesmo tempo, deste modo, tendo uma visão do todo para poder enxergar o problema e apresentar ao executivo as soluções. Antunes e Araújo (2013) afirmam que, quando o profissional de secretariado é funcionário da organização, ele elabora projetos que trazem melhorias para sua área de atuação. As autoras ainda destacam que o secretário é um tipo de profissional que trabalha diretamente com o executivo e está ligado às políticas organizacionais da empresa, uma vez que, eles acompanham os projetos do planejamento até a sua execução.

Como destacam Schmitz, Battisti e Santos (2015, p. 30) para que o profissional de secretariado executivo possa atuar como consultor ele “[...] deve ter uma visão sistêmica e generalista, apresentar relatórios, pareceres, projetos analíticos que subsidiem os executivos em sua gestão ou no desenvolvimento organizacional”. Diante do que foi exposto nota-se que é primordial o profissional de secretariado executivo mesmo como consultor interno ter o domínio de várias competências e habilidades para atuar, pois ele necessita analisar a empresa de maneira geral, para poder trabalhar na resolução de problemas.

A consultoria interna pode ser vantajosa para a organização, pois o consultor é um profissional que faz parte da empresa, que tem o conhecimento e entende como ela funciona. Oliveira (2012) destaca as vantagens da consultoria interna que são: o consultor interno possui maior conhecimento das questões informais por estar diariamente na empresa; ele tem maior facilidade em acessar pessoas e grupos da empresa; o consultor tem participação concreta na avaliação e controle nos trabalhos realizados na organização; e por fazer parte da estrutura hierárquica da empresa tem algum poder formal.

O referido autor também apresenta as desvantagens como: por pertencer à empresa torna o consultor com menos aceitação pelos níveis superiores; por trabalhar apenas com um tipo de empresa, geralmente tem pouca experiência; o consultor interno também não tem muita liberdade em dar opiniões e executar as atividades; e por ter maior relacionamento pessoal com as equipes de trabalho, geralmente tem menor imparcialidade para atuar.

De acordo com Antunes e Araújo (2015) é relevante destacar que, na maioria das

vezes, é mais vantajosa para a empresa a consultoria interna, já que a organização recebe o serviço de consultoria pelo próprio funcionário, sem a necessidade de novas contratações, e assim, pode otimizar seus recursos financeiros. Já Artico e Cantarotti (2013) contrapõem essa afirmação, pois eles afirmam que quando a empresa possui um consultor interno, é fundamental também contratar um consultor externo, para que ambos trabalhem simultaneamente, desta forma a empresa obterá resultados mais eficazes e vantajosos.

Portanto, é possível perceber que a consultoria interna e externa são relevantes para as organizações, pois elas colaboram com o desenvolvimento e crescimento organizacional.

2.1.2 Gestão documental

Muitas organizações não dispõem de um profissional capacitado para organizar o acervo documental e, por isso o profissional de secretariado executivo acaba tomando conta do arquivo da instituição. É o que analisam Zwirtes e Durante (2007) que, na maioria das vezes, a gestão documental nas instituições é realizada por profissionais formados na área de secretariado, por esse motivo a graduação dá o suporte que esse profissional necessita para trabalhar com a gestão documental. Ainda segundo as autoras, os profissionais de secretariado que trabalham com o acervo documental ficam responsáveis pelo planejamento, organização e controle dos arquivos.

A gestão documental é o mais inovador método usado pelas organizações contemporâneas para a ordenação dos arquivos, preservando a memória cultural da organização, proporcionando acessibilidade e padronização, tendo em vista, mais velocidade na busca por informações. Todavia, para que isso aconteça, são fundamentais técnicas que assegurem a sistematização e conservação dos documentos arquivados. (ZWIRTES; DURANTE, 2007).

Conforme salienta Dudziak (2010, p.7), só a organização dos documentos é muito pouco, visto que é primordial para se ter um bom arquivo preservá-los, para fácil utilização e quando for preciso, eliminá-los também. A referida autora observa que “isto envolve questões de validade e posse de documentos, restrição ou livre acesso as informações, transparência ou sigilo empresarial, bem como a utilização de normas”. É importante ressaltar que os processos para preservar, arquivar os documentos e até mesmo eliminá-los, devem ser realizados conforme a lei 8.159 que regulamenta os arquivos, assim como no Art. 2º que define arquivo como “os conjuntos de documentos produzidos e recebidos por órgãos públicos, instituições de caráter público, e entidades privadas [...]”

De acordo com Sabino e Rocha (2004) a tecnologia trouxe inovações para os métodos de arquivamento. O acúmulo de documentos que antes ocupavam as salas de arquivo com prateleiras sem fim, passaram a ser microfilmados ou digitalizados com o uso da tecnologia, mantendo o sigilo das informações preservadas no arquivo e facilitando o acesso e disponibilidade em rede. As autoras supracitadas ressaltam que o arquivo digital irá diminuir o tempo gasto na procura dos documentos. E quando os arquivos são disponibilizados na intranet de uma organização todos os funcionários podem ter acesso às informações nos diretórios de seus computadores. Portanto, a digitalização facilita o cotidiano de todos que trabalham em uma organização.

Com o aumento da produção de documentos a necessidade de conservação da memória, o crescimento do uso excessivo de tecnologias de produção, têm levado as organizações a um grande acervo documental. Diante desses fatos, o que resta é organizar os documentos conforme os seus ciclos vitais que são: corrente, intermediário e permanente (ZWIRTES; DURANTE, 2007).

Os ciclos de vida dos arquivos são classificados em três idades conforme explica Dudziak (2010), os arquivos de primeira idade são os correntes formados por documentos que são consultados com frequência para o cumprimento das atividades administrativas, fiscais e legais. É nessa idade que os arquivos passam por uma análise para determinar o tempo que permanecerão no arquivo corrente para depois serem transferidos para o intermediário ou eliminados. Já os arquivos de segunda idade ou intermediário são formados por documentos que antes pertenciam ao arquivo corrente e que agora estão no intermediário para cumprir os prazos de prescrição ou uma guarda temporária ou permanente caso necessite fazer alguma consulta. E, por último, os arquivos de terceira idade ou permanente, que são documentos guardados por possuírem valor histórico, legal, probatório ou testemunhal e por isso não podem ser eliminados.

Portanto, é primordial cuidar da conservação dos documentos e usar as técnicas adequadas. Lourenço e Cantarotti (2010) afirmam que antes de avaliar os documentos para escolher o método de arquivamento é necessário conhecer a estrutura organizacional da empresa, quais os objetivos e como ela funciona.

2.1.3 Atendimento ao público

O atendimento ao público é um fator fundamental para o crescimento organizacional, pois é necessário saber se comunicar, tratar bem os clientes para que eles fiquem satisfeitos e

assim, se consolide uma boa imagem da empresa. Quando o cliente recebe um atendimento diferenciado ele normalmente, volta ou recomenda a empresa ou organização para outras pessoas.

Para Bortolotto e Willers (2005), o foco organizacional não está unicamente direcionado para a qualidade dos produtos oferecidos, mas para a relação que a empresa mantém com os clientes, pois é por meio do atendimento de qualidade, que a empresa conseguirá se manter competitiva no mercado.

O profissional de secretariado executivo é peça fundamental no processo de estabelecer a boa relação com os clientes, internos e externos e para isso ele necessita conhecer a organização por completo e compreender, a responsabilidade de cada setor, para poder trabalhar de forma eficiente (BÍSCOLI; LOTTE, 2006). O atendimento ao público não é só saber comunicar-se bem com os clientes, mas concretizar as atividades com eficácia, para satisfazer o público. O profissional de secretariado executivo precisa ter o máximo de atenção com o processo de comunicação, pois através do perfil que as empresas atribuem a ele, o secretário executivo acaba colocando-se junto à diretoria decisória das organizações, logo, estando cercado por todos os tipos de comunicações e sistemas gerenciais (BÍSCOLI; LOTTE, 2006).

De acordo com, Bortolotto e Willers (2005) a comunicação é definida como, o processo na qual, os indivíduos transmitem ideias ou pensamentos com o objetivo de promover entendimento de outro indivíduo que recebe as informações entre pessoas ou organizações. As autoras ainda salientam que a comunicação é peça chave para que a informação possa ser passada de seu setor para o outro, entretanto para essa comunicação gerar resultados na organização, é preciso que seja transmitida com conhecimento, já que, só se conseguirá uma vantagem competitiva com a informação se o conhecimento estiver junto com ela.

Compreende-se que, o atendimento ao público é algo muito diversificado que o secretário executivo precisa dominar, porque ele necessita lidar com o público interno, trabalhando com diversos setores, e com o público externo, e nas duas situações o domínio da comunicação é fundamental.

2.1.4 Consultoria Externa

O profissional de secretariado também pode atuar como consultor externo, e nesse caso especializar-se é fundamental para acompanhar as mudanças no mercado. “O consultor

externo representado por um consultor autônomo ou por um profissional de uma empresa de consultoria” (OLIVEIRA, 2012, p. 54). Ou seja, o secretário executivo pode trabalhar por conta própria ou pode ser funcionário de uma empresa de consultoria.

A empresa-cliente contrata um consultor para prestar serviços em certo período de tempo, no qual ele faz a análise organizacional e empresarial de maneira detalhada avaliando o funcionamento de modo a interferir positivamente na organização; todavia, antes de assinar o contrato é preciso à empresa-cliente passar as informações sobre o que deverá tratar a consultoria, colocando acima de tudo os princípios éticos. (SCHMITZ; BATTISTI; SANTOS, 2015).

A consultoria externa pode ser muito vantajosa para a organização, pois esse profissional pode prestar consultoria em diversas organizações cada uma com necessidades e problemas diferentes, isso faz com que ele tenha maior experiência com problemas empresariais. Oliveira (2012) destaca as principais vantagens do consultor externo que são: ele tem mais experiência que o consultor interno, por ter executado o mesmo trabalho em diversas organizações; pelo fato do consultor externo ser contratado pela alta administração da empresa ele é mais aceito pelos níveis superiores; o consultor externo não tem medo de correr riscos; tem maior neutralidade, pois não faz parte do cotidiano da empresa-cliente.

O referido autor ainda ressalta as desvantagens que são: o consultor externo tem menos conhecimento da parte informal da empresa; por não fazer parte da hierarquia da empresa ele não tem poder formal; de maneira informal não tem facilidade de acesso às pessoas e equipes; normalmente não está todos os dias na empresa-cliente.

Conforme observam Antunes e Araújo (2015) a consultoria pode ser a prestação de um serviço específico por um profissional da área que tenha qualificação. Para prestar o serviço é preciso fazer um diagnóstico. Para que o consultor consiga resolver o problema da empresa contratante é necessário que haja colaboração entre ambas as partes.

De acordo com Artico e Cantarotti (2013, p.7):

[...] O consultor é peça fundamental ao atuar em empresas com determinados problemas que precisam ser de uma forma ou de outra, solucionados. Outrossim, o profissional em questão necessita ter profundos conhecimentos na área de atuação, vasta experiência, além de acompanhar todo o projeto da consultoria, desde a primeira reunião com os executivos da empresa, os diagnósticos, análises dos problemas e suas causas, metodologias/estratégias propostas, decisão por parte dos executivos e a aplicação dessas. Além do mais, para que os executivos e/ou demais colaboradores entendam o problema e possam juntos atuar com o intuito de minimizar ou findar com o problema, muitas vezes, é preciso que o consultor realize treinamentos e/ou palestras anteriores à prática das decisões tomadas na relação entre consultor e executivos.

Portanto, o consultor necessitará dominar diversas competências e habilidades para que consiga alcançar resultados. Antunes e Araújo (2015) salientam que o trabalho de consultoria é uma atividade que vem sendo desenvolvida em organizações grandes e pequenas. É notável o crescimento dessa atividade nas empresas, tanto pela sua relevância como por ser uma área de atuação profissional que tem gerado emprego.

2.1.5 Organização de Eventos

Os eventos são atividades importantes para diversos segmentos das organizações. É preciso planejar bem um evento para que se alcance os resultados esperados. Organizar eventos é mais uma, das atribuições que o profissional de secretariado executivo pode desempenhar no ambiente organizacional e fora dele.

Conforme afirmam Miranda, Sbeghen e Vaz (2014, p.34) “Um evento pode ser definido como um acontecimento que realiza o encontro de pessoas em um local com finalidades específicas”. As autoras ainda destacam que organizar um evento não é tarefa fácil, uma vez que, exige muito trabalho e responsabilidades dos organizadores, pois se algo der errado comprometerá a imagem da empresa prejudicando-a no mercado de trabalho. Goin e Lovizon (2010) também concordam com essa afirmação, pois eles perceberam que a organização de um evento é uma atividade cuidadosa e trabalhosa que requer conhecimento elevado na área e responsabilidade, qual quer erro cometido comprometerá a imagem da empresa.

Segundo afirma Giorni (2015) existem diversos benefícios que os eventos podem trazer para as empresas e seus consumidores e os principais são: fortalecimento do relacionamento com os clientes; lançamento de produtos ou serviços da organização; informações sobre o mercado e os concorrentes; aperfeiçoamento profissional; prospecção da imagem empresarial; intercâmbio cultural e mobilização de fornecedores, patrocinadores, apoio e prestadores de serviço.

Cada vez mais os eventos têm se tornados fundamentais para a vida financeira das organizações, visto que colaboram com a divulgação e o estabelecimento da imagem empresarial e comercial da organização, de forma que a competitividade de mercado e a subordinação obrigam as instituições a realizarem eventos que chamem a atenção do público cada vez mais (GOIN; LOVIZON, 2010).

Todo evento independente de sua dimensão possui três fases que são: o pré-evento que é a fase do planejamento de como será realizado conforme os interesses, objetivos e

estratégias estabelecidas das partes envolvidas; o transevento é a fase de colocar em prática tudo aquilo que foi planejando no pré-evento, o transevento é caracterizado pela organização e o acompanhamento do evento; por último o pós-evento, nessa fase é feita a verificação para saber se o evento obteve os resultados desejados e se os objetivos foram alcançados, se houve alguma falha ou erro, para que no próximo evento a empresa busque melhorar e não os repitam. (GIORNI, 2015). O profissional de secretariado é responsável por coordenar todas essas fases do evento. Tanto o secretário, enquanto funcionário da empresa, pode organizar um evento corporativo, quanto ele na condição de consultor externo pode ser contratado por uma empresa para prestar uma consultoria nessa área.

2.2 O PROFISSIONAL DE SECRETARIADO E O EMPREENDEDORISMO

O perfil empreendedor é mais uma entre as tantas características que o profissional de secretariado desenvolve em sua formação. Neiva e D'Elia (2009) afirmam que ao se perceber a constante evolução do profissional de secretariado, esse desenvolvimento pode ser relacionado com as suas características empreendedoras.

Segundo Almeida (2013) o secretário executivo necessita possuir características empreendedoras no ambiente organizacional, para desenvolver atividades, que promovam inovação no meio em que está inserido, tendo a capacidade de contagiar os colegas de trabalho, criando um clima de liderança, valorizando o marketing pessoal que consequentemente irá trazer bons resultados para o marketing empresarial, deste modo gerando resultados que colocará a organização em destaque.

Conforme observam Barbosa e Durante (2013, p.58) que “[...] o secretário executivo vem também conquistando espaço como empresário, ao construir seu próprio negócio e criar novas fontes de emprego e renda, contribuindo, assim, com o desenvolvimento da sociedade”. Desta forma, percebe-se que esse profissional não está só preocupado com apenas um bom emprego, ele também busca ter autonomia, ou seja, ser dono do seu próprio negócio.

De acordo com Barbosa e Durante (2013) o empreendedor tem uma função essencial no progresso da sociedade, porque o mercado está em constantes mudanças e requer profissionais que tenham a capacidade de acompanhá-las e saber agir com proatividade.

Para Almeida (2013) o empreendedor é o indivíduo que mesmo diante das dificuldades consegue enxergar meios pelos quais são oportunidades para ele atingir seus objetivos e chegar ao sucesso. Para Barbosa e Durante (2013) o empreendedor é um sujeito corajoso e inovador que cria oportunidades e não tem medo de assumir riscos. Já Dolabela

(2008, p. 29) define de maneira mais simples ao afirmar que “O empreendedor é alguém que sonha e busca transformar seu sonho em realidade”.

Observa-se que para Neiva e D’Elia (2009) o desenvolvimento da capacidade empreendedora de um indivíduo não é só pensar em montar um novo negócio ou possibilitar novas ideias, mas também fazer uma busca intrínseca na competência do planejamento, modificação, adequação e integração. As autoras ainda ressaltam que o profissional com perfil empreendedor está a todo o momento atento às oportunidades que vão surgindo e que o empreendedor sabe elaborar o seu marketing pessoal.

Conforme Dolabela (2008) para ser empreendedor não basta só abrir uma empresa é necessário adotar nela práticas inovadoras seja na maneira de atender os clientes, na forma de produzir ou vender os produtos. Barbosa e Durante (2013) afirmam que as características empreendedoras do profissional de secretariado aprimoram a sua atuação, seja como funcionário de uma empresa ou de uma organização ou ainda, como o empresário.

3 METODOLOGIA

A realização deste estudo baseou-se em uma pesquisa de campo exploratória com o intuito de estudar o mercado para conhecer a viabilidade da abertura de uma empresa de consultoria na área de secretariado executivo no Vale do Mamanguape. De acordo com Gil (2008, p. 27) “as pesquisas exploratórias têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisadas para estudos posteriores”. O referido autor ainda ressalta que a pesquisa exploratória é elaborada principalmente quando se tem poucos estudos sobre o tema escolhido.

De acordo com Teixeira (1997, p. 226-227) “as pesquisas de mercado têm por finalidade estudar os problemas relativos aos planos de produção, de publicidade, de propaganda, de preço e distribuição, com vistas a incrementar as vendas e aumentar os lucros”. Antes de abrir um empreendimento é essencial fazer o levantamento de como está o mercado para aquele tipo de negócio e identificar as necessidades.

O método adotado nessa pesquisa foi a estatística descritiva com a análise de dados quantitativa e qualitativa. De acordo com Zamberlan (2008, p. 50) “a pesquisa qualitativa proporciona melhor visão e compreensão do contexto do problema, enquanto a quantitativa procura quantificar os dados e aplicar alguma forma da análise estatística”.

Para chegar aos resultados da pesquisa foi necessário entrevistar representantes das 12

prefeituras nas de cidades de Jacaraú, Pedro Régis, Lagoa de Dentro, Marcação, Mataraca, Curral de Cima, Itapororoca, Baía da Traição, Mamanguape, Rio Tinto, Capim e Cuité de Mamanguape. Já no setor privado foram entrevistados representantes de dezenove empresas do Vale do Mamanguape. Na cidade de Mamanguape entrevistou-se a Doce Mel, Magazine Luiza, Consórcio Nacional Honda, Atacadão dos Eletros, Interclim, Instituto Moderno, PAP Cursos e Concursos, Armazém Paraíba e Rede Ortoestética; na cidade de Capim a MR Móveis; em Rio Tinto a Auto Escola Nova Olinda, Supermercado Santa Rita, SESI Centro de Treinamento Parque da Mata e Farmácia Saúde Farma; em Curral de Cima a Farmácia São Miguel; na cidade de Mataraca a Cristal Mineração e Pigmentos do Brasil e a Usina Profê; no município de Jacaraú a Farmácia Nossa Senhora de Fátima e o Colégio Chapeuzinho Vermelho.

Foram elaborados dois roteiros de entrevista, um para o setor público com 25 questões e o outro para o setor privado com 26 questões. Os roteiros de entrevista tinham perguntas objetivas e subjetivas, que foram divididas nas seguintes categorias: aspectos sócio demográficos: sexo, idade, escolaridade, cargo que ocupa e tempo de serviço (5 itens); percepção acerca do nível de interesse do mercado consumidor na área de organização de eventos, gestão documental e atendimento ao público (6 itens); percepção acerca da existência de demanda na área de organização de eventos gestão documental e atendimento ao público (6 itens no setor privado e 5 itens no setor público); percepção acerca das necessidades dos órgãos públicos e privados na área de organização de eventos, gestão documental e atendimento ao público (7 itens); percepção acerca dos pontos fortes e fracos dos consultores que atuam na área de consultoria secretarial (2 itens).

A coleta de dados foi realizada no período de 12 a 29 de março de 2018. No setor público as entrevistas foram realizadas por meio de ligações telefônicas nas doze prefeituras no vale do Mamanguape entrevistando, desta forma, seis prefeitos, quatro chefes de gabinete e dois secretários de finanças. Devido aos diversos afazeres dos prefeitos, tornou-se muito difícil o acesso a eles, mesmo que por telefone. Foram feitas diversas tentativas de ligações para os telefones celulares desses indivíduos, pois a intenção era entrevistar só os prefeitos de cada cidade. Mas como estava muito difícil conseguir realizar essas entrevistas, nas cidades nas quais não foram possíveis o acesso a todos os prefeitos, passou-se a ligar para os chefes de gabinetes e os secretários de finanças. Todavia, mesmo assim, isso não foi uma tarefa fácil, uma vez que esses servidores também têm várias ocupações.

No setor privado catorze entrevistas ocorreram de forma presencial e cinco foram

realizadas por meio de ligações telefônicas, e isso ocorreu pelo fato do acesso a essas cidades serem mais difíceis em termos de locomoção. Os indivíduos foram entrevistados de acordo com os segmentos de negócio, sendo assim dez gerentes, três empresárias, três diretores, uma gestora, uma supervisora administrativa e uma assistente executiva. Porém, em seis cidades do Vale do Mamanguape a pesquisa não foi aplicada, isso ocorreu porque essas cidades só possuem microempresas que não comportariam o trabalho de uma consultoria, além disso, o nosso público alvo de uma empresa de consultoria secretarial são empresas de pequeno, médio e grande porte no Vale do Mamanguape.

As análises dos dados foram realizadas por meio de gráficos, tabelas e cruzamentos das variáveis do setor público e privado, desta forma podendo analisar as semelhanças e diferenças de cada setor. Para fazer os cruzamentos foi utilizado o programa de Análise de dados estatísticos SPSS, e para os gráficos e tabelas o Excel.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Para analisar os dados primeiro foi necessário traçar o perfil dos entrevistados. No setor público 58,3% dos indivíduos entrevistados são do sexo feminino e 41,7% do masculino. E no setor privado 63,2% dos entrevistados são do sexo feminino e 36,8% masculino. Observa-se que em ambos os setores, nessa pesquisa, existe uma predominância de profissionais do sexo feminino. Em relação a faixa etária, no setor público 50,0% dos entrevistados têm idade entre 35 a 44 anos, 25,0% de 45 a 59 anos, 16,7% com idade entre 25 a 34 anos e apenas 8,3% até 24 anos. No setor privado 36,8% com idade de 25 a 34 anos, 31,6% de 45 a 59 anos, 26,3% de 35 a 44 anos e apenas 5,3% com 60 anos ou mais.

No que diz respeito ao nível de escolaridade dos sujeitos, no setor público em sua maioria 58,3% têm superior completo ou incompleto, 25,0% de 5ª até 8ª série ou do 6º até o 9º ano do ensino fundamental e 16,7% têm ensino médio completo ou incompleto. No setor privado a maioria com 84,2% possui superior completo ou incompleto, 15,8% têm ensino médio completo ou incompleto e apenas 9,7% de 5ª até 8ª série ou do 6º até o 9º ano do ensino fundamental. Percebe-se que no setor privado existe uma predominância por profissionais com formação superior para atuar no mercado.

Quando os entrevistados foram questionados sobre o tempo de serviço a maioria no setor público responderam, que têm de 1 a 5 anos o que é correspondente a 75,0% da amostra. É possível observar que esse fato ocorre porque metade dos entrevistados são prefeitos que estão no primeiro mandato e servidores recém contratados, 16,7% têm de 6 a 10 anos e apenas

8,3% de 21 a 30 anos. No setor privado ficou equilibrado entre de 6 a 10 anos e 11 a 20 anos ambos com 36,8%, 21,1 % de 1 a 5 anos e apenas 5,3% acima de 30 anos.

A seguir, essa pesquisa passa a discutir sobre a existência de interesse e demanda de mercado na área de organização de eventos, gestão documental e atendimento ao público.

Tabela 1: Nível de importância que a prefeitura ou empresa dá para cada item.

Perguntas	Setor	Não é importante	Pouquíssimo importante	Pouco importante	Muito importante	Extremamente importante
Organização dos arquivos da instituição	Público	0,0%	0,0%	16,7%	33,3%	50,0%
	Privado	5,3%	0,0%	0,0%	10,5%	84,2%
Contratar uma empresa de consultoria	Público	16,7%	8,3%	8,3%	8,3%	58,3%
	Privado	5,3%	15,8%	15,8%	26,3%	36,8%
Oferecer atendimento de qualidade ao público	Público	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%	75,0%
	Privado	5,3%	0,0%	0,0%	0,0%	94,7%
Fazer treinamento com os funcionários para atender ao público	Público	0,0%	8,3%	16,7%	25,0%	50,0%
	Privado	0,0%	0,0%	5,3%	15,8%	78,9%
Organização de eventos para fortalecer a imagem da prefeitura/empresa	Público	0,0%	0,0%	0,0%	33,3%	66,7%
	Privado	0,0%	0,0%	21,1%	31,6%	47,4%

Fonte: Pesquisa de mercado realizada no Vale do Mamanguape-PB, 2018. *Análise pela linha.

Na análise da tabela 1 é possível observar que no item organização dos arquivos da instituição, no setor público metade dos entrevistados consideraram extremamente importante o que corresponde a 50,0% da amostra e 33,3% muito importante; já no setor privado pode-se observar que existe uma grande valorização da organização dos arquivos, pois mais da metade dos entrevistados consideraram extremamente importante o que foi correspondente a 84,2%. Zwirtes e Durante, (2007) destacam a relevância da organização e conservação dos arquivos, uma vez que contribuirá com a otimização do tempo na busca por informações.

Ainda analisando a tabela 1 constatou-se que o setor público tem maior interesse que o setor privado em contratar uma empresa de consultoria, pois 58,3% consideraram extremamente importante e no setor privado apenas 36,8%.

Com relação a oferecer atendimento de qualidade, pode-se observar que esse item é primordial para o setor privado, pois 94,7% responderam que é extremamente importante, e no setor público 75,0%. É possível perceber que tanto no setor público quanto no privado existe um grande interesse em oferecer atendimento de qualidade. Percebe-se que esses gestores estão em consonância com o pensamento das autoras como Bortolotto e Willers (2005) que refletem que a empresa conseguirá se manter competitiva no mercado através da boa relação com os clientes, por intermédio de um atendimento de qualidade.

Mais uma vez, é possível observar com a análise da tabela 1 que no setor privado

existe uma forte valorização em fazer treinamento com os funcionários para atender ao público na qual 78,9% consideram extremamente importante, e no setor público a metade dos entrevistados responderam também que é extremamente importante, ou seja, 50,0%.

Constatou-se, ainda, na tabela 1 que a organização de eventos para fortalecimento da imagem institucional possui maior relevância para o setor público, pois 66,7% dos indivíduos questionados consideram extremamente importante, enquanto que no setor privado 47,4% consideram extremamente importante.

Quando os sujeitos foram questionados se a prefeitura ou empresa organiza eventos, 100,0% do setor público responderam que sim, já no setor privado 94,7% responderam que sim e apenas 5,3% que não. É possível observar que em ambos os setores existe uma demanda muito grande na área de organização de eventos e que, apesar de todos os benefícios que a realização de um evento pode trazer para a instituição, ainda existe uma pequena porcentagem de empresas que não adotam a política de realização de eventos. O resultado da pesquisa de Goin e Iovizon (2010) aponta que a organização de eventos vem trazendo inúmeras vantagens para as organizações que adotam essa prática. Conforme observou Giorni (2015) os eventos são essenciais para qualquer instituição independente do seu porte, alcançando qualquer segmento de mercado.

Foi perguntado apenas ao setor privado se o evento realizado pela empresa é interno, externo ou os dois e 72,2% responderam que é interno e externo, 16,7% só externo e 11,1% apenas interno. Observa-se que a maioria das empresas estão preocupadas em agradar os dois tipos de público, tanto o externo quanto interno, uma vez que o estabelecimento da boa relação com esses dois públicos poderá trazer impactos significativos em todas as áreas da organização. Quando se perguntou a frequência com que os eventos são realizados, no setor público 33,3% responderam que em datas comemorativas, 25,0% frequentemente, 25,0% trimestral, 8,3% mensal e 8,3% semanal. No setor privado foi mais diversificado, pois 21,1% responderam anual 15,8% semestral, 10,5% em datas comemorativas, 10,5% trimestral, 10,5% mensal, 5,3% bimestral e 5,3% responderam que o evento interno é trimestral e o externo mensal; 5,3% interno frequentemente e externo semestral, 5,3% que o interno anual e o externo trimestral, 5,3% que interno anual e o externo mensal. Constatou-se que cada empresa tem o seu período de realizar eventos, isso dependerá das necessidades e do porte da empresa, e em ambos os setores existe demanda em organização de eventos.

Quando questionados se a prefeitura ou empresa tem profissional específico para organizar esses eventos, no setor público 58,3% responderam que não e 41,7% responderam

que sim, e no setor privado 61,1% responderam que não e 38,9% que sim. Pode-se observar que em ambos os setores ainda existem prefeituras e empresas que não têm profissional específico para organizar os eventos. Em seguida foi perguntado, qual a formação desse profissional que organiza os eventos, nos dois setores responderam que não sabem, e outros entrevistados que o profissional tem formação superior. Só no setor público responderam que possuem ensino médio completo e no privado formado em engenharia, técnico de segurança, marketing e pedagogia. De maneira geral, observa-se que tanto no público quanto no privado faltam profissionais formados com habilitação para a área de organização de eventos, o que parece apontar para uma oportunidade de negócios para profissionais de secretariado executivo.

No que diz respeito à contratação de consultores em organização de eventos, por parte das organizações pesquisadas, verificou-se que 83,3% do setor público responderam que não e 16,7% que sim. No setor privado 72,2% responderam que não e 27,8% que sim. Constatou-se que a maioria tanto no setor público quanto no privado nunca contratou um consultor em organização de eventos, apesar da demanda na referida área existir.

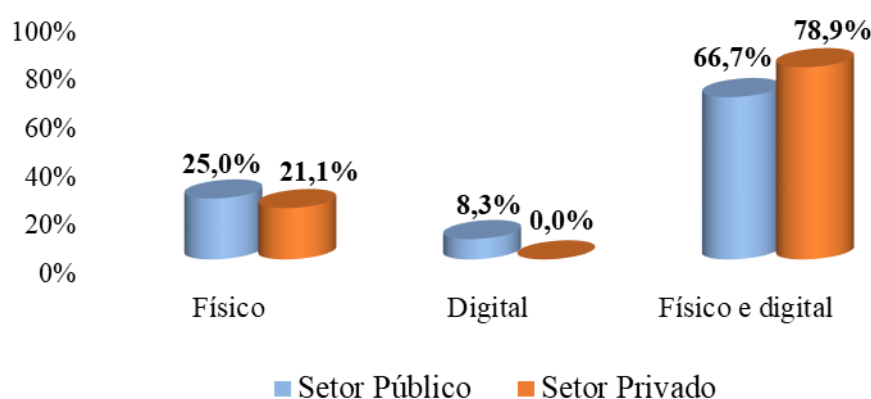
No caso daquelas organizações que já contrataram consultores, foi questionado a respeito dos pontos fortes e fracos que eles puderam observar no trabalho do consultor. No setor público responderam que o principal ponto forte foi que eles sabem trabalhar em equipe, enquanto o preço elevado foi considerado o principal ponto fraco. Já no setor privado os principais pontos fortes foram: planejamento, distribuição de brindes nas palestras e organização; e os pontos fracos citados foram: o pessoal do apoio trazido pela empresa de consultoria ficava disperso, apenas um membro da empresa contratada possuía formação em secretariado executivo, falta de disponibilidade, a empresa não atendeu todas as necessidades do cliente, falta organização. É possível observar que esses consultores ou empresas de consultoria precisam de mais qualificação profissional e que cada setor apresentou pontos fortes e fracos diferentes. Ainda pode-se observar que o setor privado enxergou a necessidade de todos os profissionais que trabalham na área possuírem formação em secretariado executivo o que de certa forma valoriza o trabalho do consultor secretarial, e se apresenta como uma oportunidade para quem quer empreender nessa área.

A seguir, esse trabalho passa a discutir como está organizado o setor de arquivo das organizações pesquisadas.

Conforme análise do gráfico 1 a baixo, observa-se que no setor público 66,7% responderam que o arquivo é físico e digital, 25,0% só físico e 8,3% apenas digital. No setor

privado 78,9% físico e digital e 21,1% físico. É possível observar que existem prefeituras e empresas que não adotaram a digitalização como novo método de arquivamento. Considerando-se as discussões mais recentes sobre arquivamento, como aquelas tecidas por Sabino e Rocha (2004), compreende-se que é essencial que todas as organizações adotem o método de digitalizar os documentos, contribuindo dessa forma com a diminuição do tempo gasto na busca por informações.

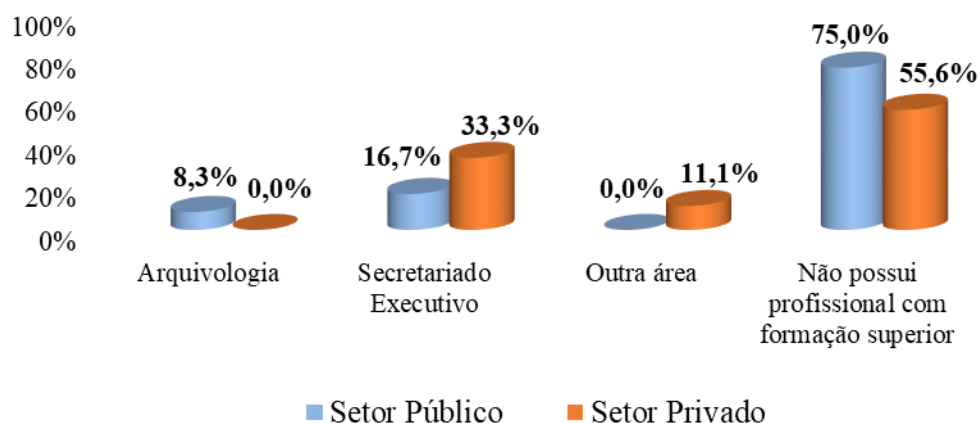
Gráfico 1: Setor de arquivo da prefeitura ou empresa.



Fonte: Pesquisa de mercado realizada no Vale do Mamanguape-PB, 2018.

No que diz respeito à formação dos profissionais que cuidam do acervo documental das organizações pesquisadas, o gráfico a seguir trará maiores informações.

Gráfico 2: Formação dos profissionais que tomam conta do acervo documental.



Fonte: Pesquisa de mercado realizada no Vale do Mamanguape-PB, 2018.

Analisando o gráfico 2, percebe-se que no setor público 75,0% dos profissionais não possuem formação superior, 16,7% são formados em secretariado executivo e 8,3% em arquivologia. Já no setor privado 55,6% dos profissionais não possuem formação superior, 33,3% são formados em Secretariado Executivo e 11,1% em outras áreas. Constatou-se que em ambos os setores ainda falta qualificação profissional para tomar conta do arquivo principalmente no setor público. A pesquisa de Dudziak (2010) aponta que a gestão documental é uma função que exige conhecimento na área e habilidades podendo requerer a realização de cursos de qualificação e atualização. Também é possível perceber que o profissional de secretariado executivo está presente nos dois setores principalmente no privado, o que mostra que as empresas estão buscando profissionais que de fato saibam trabalhar com o acervo documental.

Essa pesquisa buscou identificar se as organizações pesquisadas já contrataram um consultor para fazer um diagnóstico da real situação do acervo documental e 83,3% do setor público responderam que não e 16,7% que sim, no setor privado 94,7% responderam que não e apenas 5,3% que sim. Verificou-se que embora haja necessidade de um consultor nessa área, o número de contratação desse profissional em ambos os setores é muito pouco. Quando se perguntou quais os pontos fortes e fracos do trabalho do consultor contratado não souberam responder.

Passando a discutir a questão do atendimento ao público, essa pesquisa buscou conhecer se as organizações pesquisadas realizam algum tipo de treinamento com os funcionários para melhorar o atendimento ao público e 66,7% no setor público responderam que sim e 33,3% não. Já no setor privado 94,7% responderam que sim e apenas 5,3% não. Notou-se que ambos os setores investem no treinamento do atendimento ao público, todavia no setor privado existe uma demanda maior, pois cada vez mais, as organizações estão preocupadas em oferecer atendimento de qualidade aos seus clientes e consumidores. Quando questionados se contratariam um consultor para contribuir com esse treinamento 62,5% do setor público responderam que sim e 37,5% que não, no setor privado 66,7% que sim e 33,3% que não. Verificou-se que existe um grande interesse e demanda das empresas e prefeituras em contratar um consultor nessa área.

Também se perguntou aos entrevistados sobre quais necessidades a instituição possuía na área de organização de eventos, e verificou-se que há necessidades em comum nos setores públicos e privados, pois alguns alegaram falta de um profissional especializado para organizar os eventos e também dificuldades financeiras. Pode-se compreender que possuir um

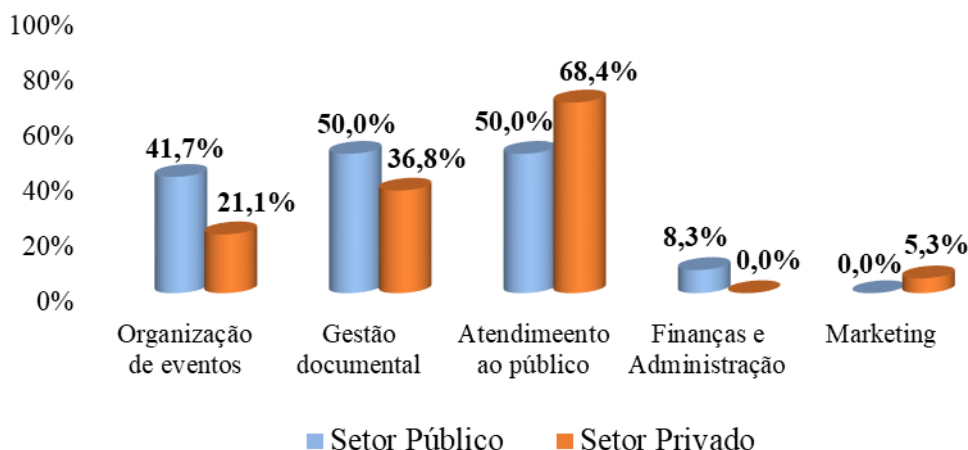
profissional com formação na área de secretariado executivo ou afins para organizar os eventos da instituição é uma necessidade do mercado, pois a graduação dar o suporte necessário para que esse profissional possa colocar em prática as normas de cerimonial, protocolo e etiqueta. Foi possível observar que ambos os setores também apresentam necessidades diferentes, uma vez que, o setor público alegou necessidade na logística do evento e estrutura, necessidades de material, infraestrutura e organização. No setor privado as organizações apresentam necessidades na área de marketing do evento, contratar uma equipe de enfermagem para dar atendimento ao público durante o evento, falta de interesse por parte da empresa em realizar eventos e ter pessoas mais preparadas com visão ampla de mercado.

A respeito das necessidades existentes no acervo documental também ambos os setores apresentaram necessidades em comum como é possível observar, necessidades na organização geral dos arquivos, ampliação do espaço do setor de arquivo, pois falta espaço para documentação física, um profissional com formação superior na área para tomar conta do acervo documental e transformar o arquivo físico em digital. Percebe-se, que os dois setores apresentam outras necessidades particulares, no setor público, contratar um consultor para orientar o servidor na organização dos arquivos e dificuldades de encontrar documentos das gestões anteriores. No setor privado ampliar o imobiliário do arquivo e ter um local específico para guarda de documentos. Verifica-se que existem empresas de pequeno porte que ainda não possuem espaço físico destinado apenas para guardar os documentos.

Em relação ao atendimento ao público a principal necessidade do setor público é a falta de capacitação dos servidores que trabalham direto com o atendimento ao público, além disso existe a necessidade de diminuir o tempo de espera no atendimento e necessita de mais engajamento e comprometimento por parte dos servidores efetivos em oferecer um bom atendimento. Já no setor privado precisa da contratação de mais funcionários, tais como: consultor para orientar os funcionários no atendimento ao cliente e recepcionista para atender ao público. Esse setor necessita ainda realizar treinamentos com vendedores para eles saberem dar as informações pertinentes em relação aos produtos ofertados e monitorar os funcionários para colocar em prática as orientações dadas pela empresa relacionadas ao atendimento ao público. Verifica-se que em relação ao atendimento ao público os setores pesquisados apresentam necessidades totalmente diferentes, isso ocorre porque o público alvo do setor privado não é o mesmo do setor público. É possível observar que a maioria das necessidades do setor privado estão relacionadas com a contratação de pessoal, pois falta mão de obra qualificada.

Perguntou-se aos entrevistados se já ouviram falar em consultoria secretarial e 54,8% responderam que não e 45,2% que sim. Percebe-se que ainda existe grande desconhecimento em relação a área de consultoria secretarial. E sobre o interesse em contratar uma empresa de consultoria secretarial é possível identificar detalhes no gráfico a seguir.

Gráfico 3: Contratação de uma empresa de consultoria secretarial.



Fonte: Pesquisa de mercado do Vale de Mamanguape-PB, 2018. *Pergunta de múltipla resposta.

Conforme pode-se observar no gráfico 3, no setor público 41,7% contratariam uma empresa de consultoria secretarial na área de organização de eventos, 50,0% na gestão documental, 50,0% no atendimento ao público e 8,3% ainda ressaltaram finanças e administração. Verifica-se que existe grande interesse de contratar uma empresa de consultoria secretarial nas três áreas pesquisadas. Já no setor privado o maior interesse é no atendimento ao público com 68,4%, também demonstraram interesse nas áreas de gestão documental com 36,8% e organização de eventos com 21,1% e ainda 5,3% acrescentaram a área de Marketing. Constata-se mais uma vez que as empresas priorizam muito a qualidade no atendimento ao público.

Quando se perguntou até qual valor as empresas ou prefeituras estariam dispostas a investir nas consultorias citadas anteriormente tanto no setor público quanto no privado responderam que até R\$ 3.000,00 em média, e outros responderam que depende da consultoria e outros que não sabem ou não responderam. No setor privado os sujeitos também apontaram outros valores que variam de R\$200,00 a R\$10.000,00, apresentando grande disparidade de valores. É possível observar que existem prefeituras e empresas que não sabem o custo de uma consultoria. Para além da questão do preço, essa pesquisa buscou conhecer

outros aspectos determinantes na contratação de uma consultoria secretarial, conforme mostra a tabela 2.

Tabela 2: Nível de importância dos aspectos que seriam decisivos para contratar uma empresa de consultoria secretarial

Perguntas	Setor	Não é importante	Pouquíssimo importante	Pouco importante	Muito importante	Extremamente importante	Total
Preço	Público	8,3%	8,3%	16,7%	3,3%	33,3%	100,0%
	Privado	0,0%	15,8%	10,5%	21,1%	52,6%	100,0%
Formação dos profissionais	Público	8,3%	0,0%	0,0%	16,7%	75,0%	100,0%
	Privado	5,3%	5,3%	5,3%	5,3%	78,9%	100,0%
Referência de outras pessoas	Público	8,3%	0,0%	33,3%	25,0%	33,3%	100,0%
	Privado	5,3%	0,0%	21,1%	15,8%	57,9%	100,0%
Marca (reconhecimento de mercado)	Público	8,3%	16,7%	8,3%	33,3%	33,3%	100,0%
	Privado	0,0%	5,3%	15,8%	26,3%	52,6%	100,0%
Benefícios da consultoria	Público	0,0%	8,3%	0,0%	33,3%	58,3%	100,0%
	Privado	0,0%	0,0%	0,0%	10,5%	89,5%	100,0%

Pesquisa de mercado do Vale do Mamanguape-PB, 2018. *Análise pela linha.

Na análise da tabela 2 é possível observar o nível de importância dos aspectos que seriam decisivos para contratar uma empresa de consultoria secretarial. Em relação ao aspecto preço no setor público 33,3% consideram extremamente importante e no privado 52,6% extremamente importante. Observa-se que no setor privado o fator preço possui maior importância do que no público na hora da contratação. No aspecto formação dos profissionais, 75,0% do setor público e 78,9% do setor privado consideram extremamente importante. Nota-se que em ambos a qualificação profissional é um fator muito decisivo na hora de contratar uma empresa de consultoria secretarial. O aspecto referência de outras pessoas, no setor público 33,3% consideram extremamente importante e 33,3% consideram pouco importante. Percebe-se que esse fator para algumas prefeituras não é essencial na hora da contratação. No setor privado 57,9% consideram extremamente importante e 21,1% pouco importante. Observa-se que para a maioria das empresas a experiência de outras pessoas é um fator decisivo na hora de contratar a consultoria secretarial. Em relação a marca da empresa no setor público 33,3% consideram extremamente importante e 33,3% muito importante. No privado 52,6% extremamente importante e 26,3% muito importante. Verifica-se que a marca é um fator decisivo para ambos os setores. Em relação ao aspecto benefícios da consultoria, no setor público 58,3% consideram extremamente importante e 26,3% muito importante, no privado 89,5% extremamente importante e 10,5% muito importante. Observa-se que em ambos os setores os benefícios que a consultoria traz para instituição são extremamente decisivos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através dos resultados da pesquisa de campo realizada, foi possível observar que a consultoria secretarial é um mercado promissor para o profissional de secretariado executivo no Vale do Mamanguape. Considerando o ponto de vista do mercado consumidor foi possível identificar a existência da viabilidade da abertura de uma empresa de consultoria secretarial no Vale do Mamanguape. Pois, além de existir interesse por parte do mercado consumidor nas áreas de organização de eventos, gestão documental e atendimento ao público; constatou-se também a existência de demanda de mercado nessas três áreas supracitadas. Entretanto, na gestão documental, embora haja necessidade de contratar um consultor, a demanda em relação as outras áreas pesquisadas foi considerada pequena. Isso se dar pelo fato dos órgãos públicos e privados investirem pouco na organização dos arquivos.

Verificou-se que a principal necessidade encontrada nos órgãos públicos e privados na área de organização de eventos, gestão documental e atendimento ao público foi a falta de profissionais especializados para atuar nas referidas áreas. Ainda se constatou, na gestão documental, a necessidade de ampliar o setor de arquivo, pois nas instituições públicas e privadas falta espaço para guardar a documentação física. Além disso, descobriu-se a necessidade da digitalização dos documentos, para desta forma facilitar o acesso às informações. Identificou-se no setor privado, na área de atendimento ao público, outra necessidade muito relevante que foi a prática de realizar treinamentos com os funcionários a fim de oferecer um atendimento de qualidade à clientes e consumidores.

Diante do exposto, foi possível constatar que o perfil do potencial consumidor de uma empresa de consultoria secretarial, no vale do Mamanguape, é tanto de órgãos públicos quanto privados, independente de qual seja o segmento de mercados das empresas de pequeno, médio e grande porte.

Além disso, foi perceptível detectar os pontos fortes e fracos dos consultores que atuam na área de consultoria secretarial. Os pontos fortes apresentados pelas organizações que contrataram uma consultoria são: no setor público o principal ponto forte encontrado foi o trabalho em equipe desenvolvido pelos profissionais que atuam na consultoria em organização de eventos e o principal ponto fraco apontado foi o valor cobrado por eles. Já no setor privado o ponto forte destacado foi o planejamento desenvolvido pela equipe da empresa de consultoria em organização de eventos e como ponto fraco pode-se destacar a falta de qualificação profissional.

No que diz respeito à concorrência na área da consultoria secretarial, é necessário

registrar que foi realizada uma pesquisa no *site* do ECONODATA e não se encontrou empresas de consultoria secretarial, nas áreas de organização de eventos, gestão documental e atendimento ao público, atuantes no vale do Mamanguape. Além disso, constatou-se que consultores ou empresas atuantes nas áreas estudadas separadamente, podem ser consideradas como concorrentes indiretos. Com isso percebeu-se que o perfil dessa concorrência é constituído pela falta de qualificação adequada por parte dos profissionais que atuam nesses segmentos.

Diante do exposto, verifica-se que a abertura de uma empresa de consultoria secretarial, na área de organização de eventos, gestão documental e atendimento ao público, tem alta probabilidade de aceitação pelo mercado, pois a pesquisa apontou interesse e demanda por parte do setor público e privado. Esse estudo limitou-se a saber a viabilidade da abertura da empresa de consultoria do ponto de vista do mercado consumidor, todavia se faz necessário realizar estudos futuros para saber a viabilidade econômica dessa empresa. Sugerimos que em trabalhos futuros seja feito um plano de negócios para saber a viabilidade financeira.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, I. de J. Empreendedorismo: empreenda tempo real. In: D'ELIA, B.; AMORIM, M.; SITA, M. (Orgs.). **Excelência no Secretariado**: a importância da profissão nos processos decisórios como assessorar e atingir resultados corporativos e pessoais com competência e qualidade. São Paulo: Ser Mais, 2013. cap. 33.

ANTUNES, C. K. S; ARAÍJO, M. de F. dos S. F. Os conhecimentos necessários à formação acadêmica em consultoria secretarial. **Secretariado Executivo em Revist@**, Passo Fundo, n. 9, p. 121-135, 2013. Disponível em: <<http://www.seer.upf.br/index.php/ser/article/view/4038/2596>>. Acesso em: 25 jul. 2017.

ARTICO, J. A; CANTAROTTI, A. O secretário executivo no âmbito da consultoria. **Capital Científico – Eletrônica (RCCe)**, [S. L], v. 11, n. 1, p. 1-15, jan/jun. 2013. Disponível em: <<http://revistas.unicentro.br/index.php/capitalcientifico/article/view/1643/1975>>. Acesso em: 25 jul. 2017.

BARBOSA, S. M; DURANTE D. G. Secretariado Executivo e empreendedorismo: realidade ou utopia? **Gestão e Secretariado**. São Paulo, v. 4, n. 1, p. 56 – 74, jan/jun. 2013. Disponível em: <<https://search.proquest.com/openview/3a905ac231d7f844d51269c259c3690f/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1686336>>. Acesso em: 27 jul. 2017.

BÍSCOLI, F. R. V; LOTTE, R. I. Reflexões teóricas sobre a importância da comunicação da profissão de secretariado executivo. **Expectativa**, Toledo, v. 5, n. 5, p. 157-172, 2006. Disponível em: <<http://e-revista.unioeste.br/index.php/expectativa/article/view/91/300>>. Acesso em: 2 ago. 2017.

BORTOLOTTI, M. F. P; WILLERS, E. M. Profissional de Secretariado Executivo: explanação das principais características que compõem o perfil. **Expectativa**, Toledo, v. 4, n. 4, p. 45-56, 2005. Disponível em: <<http://e-revista.unioeste.br/index.php/expectativa/article/view/410/326>>. Acesso em: 2 ago. 2017.

DOLABELA, F. **O segredo de Luisa**. 30 ed. São Paulo: Editora de Cultura, 2006. Disponível em: <https://moodle.ufsc.br/pluginfile.php/881634/mod_resource/content/2/O%20segredo%20de%20luisa.pdf>. Acesso em: 5 dez. 2017.

DUDZIAK, E. A. Arquivos e documentos empresariais: da organização cotidiana à gestão eficiente. **Gestão e Secretariado**, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 90-110, jan/jun. 2010. Disponível em: <<https://revistagesec.org.br/secretariado/article/view/5/74>>. Acesso em: 6 ago. 2017.

ECONODATA. Disponível em: < <http://www.econodata.com.br/>>. Acesso em: 6 mar. 2018.

GIORNI, S. **Profissional de secretariado na coordenação de eventos**. Belo Horizonte: Oficina de Arte & Prosa, 2015.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2008. Disponível em: < <https://ayanrafael.files.wordpress.com/2011/08/gil-a-c-mc3a9todos-e-tc3a9nicas-de-pesquisa-social.pdf>>. Acesso em: 21 nov. 2017.

GOIN, A; LOVIZON, E. Organização de eventos: diferencial do secretariado. **Secretariado Executivo em Revist@**, Passo Fundo, v.6, p. 1-11, 2010. Disponível em: <<http://seer.upf.br/index.php/ser/article/view/1792/1195>>. Acesso em: 25 jul. 2017.

LEI Nº 8.159, DE 8 DE JANEIRO DE 1991. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8159.htm>. Acesso em: 2 ago. 2017.

LOURENÇO, F. M. A; CANTAROTTI, A. A prática do conhecimento do profissional de secretariado executivo na organização de arquivos: um estudo de caso. **Gestão e Secretariado**, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 111-138, jan/jun. 2010. Disponível em: <<https://revistagesec.org.br/secretariado/article/view/6/75>>. Acesso em: 6 ago. 2017.

MIRANDA, R. dos S; SBEGHEN, T. L; VAZ, C. de F. M. O secretário executivo como consultor na área de eventos. **Secretariado Executivo em Revist@**, Passo Fundo, v. 10, n. 10, p. 33-44, 2014. Disponível em: <<http://www.seer.upf.br/index.php/ser/article/view/4131/3340>>. Acesso em: 25 jul. 2017.

NEIVA, E. G; D'ELIA, M. E. S. **As novas competências do profissional de Secretariado**. 2 ed. São Paulo: IOB, 2009.

OLIVEIRA, D. de P. R. **Manual de consultoria empresarial**: conceitos, metodologias, práticas. 11 ed. São Paulo: Atlas, 2012.

SABINO, R. F; ROCHA, F. G. **Secretariado**: do escriba ao webwriter. Rio de Janeiro: Braspot, 2004.

SCHMITZ, C. J; BATTISTI, P. S. S; SANTOS, S. R. F. dos. Uma análise da consultoria secretarial como novo nicho de mercado e como disciplina nos novos cursos de secretariado executivo. **Gestão e Secretariado**, São Paulo, v. 6, n. 2, p. 19-43, mai/ago. 2015. Disponível em: < <http://www.redalyc.org/html/4356/435643524002/> >. Acesso em: 30 jul. 2017.

TEIXEIRA, H. de A. Pesquisa de mercado. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v.2, n. 2, p. 223-234, jul/dez. 1997. Disponível em: <<http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/view/635>>. Acesso em: 18 dez. 2017.

ZAMBERLAN, L. **Pesquisa de Mercado**. Ijuí: Unijuí, 2008. (Coleção educação a distância. Série livro-texto). Disponível em: <<http://bibliodigital.unijui.edu.br:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/183/Pesquisa%20de%20mercado.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 12 dez. 2017.

ZWIRTES, C. L; DURANTE, D. G. Gestão documental: atuação do secretário executivo. **Secretariado Executivo em Revist@**, Passo Fundo, v.3, p. 1-11, 2007. Disponível em: <<http://seer.upf.br/index.php/ser/article/view/1759/1168>>. Acesso em: 6 ago. 2017.