

---

## A CORRELAÇÃO ENTRE COMPETÊNCIA EM INFORMAÇÃO E GOVERNANÇA CORPORATIVA NA CONSTRUÇÃO DE CONHECIMENTO EM EMPRESAS FAMILIARES: ESTUDO DE CASO NA EMPRESA DELIZIARE MASSAS E SOBREMESAS

Carolina Vitória de Oliveira Correia Alves<sup>1</sup>; Regina Célia Baptista Belluzzo<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Mestranda em Mídia e Tecnologia - UNESP - carolina.vo.correia@unesp

<sup>2</sup>Docente no Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia - UNESP - rbelluzzo@gmail.com.

**Grupo de trabalho:** ADMINISTRAÇÃO

**Palavras-chave:** Competência em informação, Mediação da informação, Ambientes organizacionais, Empresa familiar, Governança corporativa.

**Introdução:** Um dos principais fatores que determina uma organização como familiar reside no fato de seu fundador envolver sua família no negócio. Mas a presença da família não é garantia da perpetuidade do negócio, é preciso que ambos (família e empresa) possuam mecanismos e estruturas que apoiem a gestão do negócio e as tomadas de decisão, dessa forma, a governança corporativa, aliada à Competência em Informação podem influenciar de forma positiva e sustentável para a perpetuação de negócios familiares, bem como de sua participação, de forma ativa, no mercado ao qual estão inseridas.

**Objetivos:** Compreender como a competência em informação pode influenciar as práticas de governança corporativa de uma organização familiar imersa na sociedade da informação e do conhecimento.

**Relevância do Estudo:** Trata-se de um estudo multidisciplinar que visa identificar fatores que podem influenciar a criação e a manutenção de mecanismos, amparados pela competência em informação em inter-relação com a governança corporativa em organizações familiares.

**Materiais e métodos:** Pesquisa de natureza teórica e qualitativa (MARCONI; LAKATOS, 2010) que teve o apoio inicial de levantamento bibliográfico, a fim de identificar as teorias que envolvem o conhecimento sobre os temas da pesquisa e a correlação entre ambos em ambiente organizacional possibilitando a construção de referencial de apoio e que, em segunda etapa, será seguida de estudo de caso de uma organização familiar para observação direta e *in loco* de acordo com Yin (2010).

**Resultados e discussões:** As organizações familiares são diferenciadas das demais pela combinação das formas como a família se envolve com o negócio. Dentre várias concepções, Bernhoeft e Gallo (2003) entendem que uma organização familiar é aquela que mantém membros da família na administração. Para Taigiuri e Davis (1985), a dimensão família traz consigo um tipo peculiar de organização, dotada de complexidades inerentes à influência dessa dimensão sobre a gestão da empresa. Não raro, encontramos organizações de sucesso em que o fundador está presente e à frente dos negócios. É comum ainda que tenhamos uma estrutura de governança, a decisão nas três esferas de poder (família, propriedade e gestão) concentrada em uma pessoa. É uma situação que precisa de novos arranjos a medida em que família cresce e mais membros tornam-se protagonistas. A partir do exposto, a governança corporativa vai ao encontro das necessidades da organização familiar. Um dos fatores que corrobora com essa afirmação, conforme esclarece Mustakallio (2002), é a sobreposição de funções entre acionistas e gestores, o que faz que relações e as estruturas se tornem cada vez mais informais com o passar do tempo. Segundo o IBGC (2020), é importante criar mecanismos para fazer com

que as decisões sejam tomadas no melhor interesse dos acionistas, conseqüentemente, no melhor interesse de longo prazo da organização familiar. O crescimento, a evolução e a complexidade de natureza organizacional, bem como as exigências do mundo contemporâneo, levam quase naturalmente à necessidade de definir melhor os papéis, as regras, os processos e as mediações. As mudanças sociais impulsionam novas formas de viver em sociedade e demandam novos conhecimentos frente às transformações que vivenciamos. Como exemplo do nosso tempo observamos o protagonismo crescente em torno da informação e da midiáticação, que correspondem às transformações que afetam as dinâmicas sociais. Nesse sentido, considera-se importante o desafio de indivíduos e organizações no que diz respeito às capacidades de desenvolvimento de novos conhecimentos, habilidades, atitudes e competências que possam contribuir para o enfrentamento das situações atuais. O desenvolvimento da capacidade para identificar e consumir determinada informação, com o fim de suprir a necessidade informacional propicia ao indivíduo a competência e a habilidade para poder receber o conteúdo, discernir sobre sua utilidade e procedência, gerar conhecimento e tomar decisões assertivas. Essa é a competência em informação (CoInfo): um processo contínuo de interação e internalização de fundamentos conceituais, de atitudes e habilidades específicas, com o objetivo de gerar conhecimento novo e sua aplicação ao cotidiano no decorrer da vida (BELLUZZO, 2007), permitindo transformar informação em conhecimento, o que capacita as pessoas a adquirir e usar informações apropriadas para cada situação de forma inteligente. (BELLUZZO, 2018). Dessa forma, é possível pressupor que, ao integrar essa competência e associá-la aos benefícios da mediação da informação aos afazeres organizacionais, a organização alcança novos níveis de qualidade de informação, eficiência nos fluxos informacionais, na integração de conhecimentos nos diferentes níveis organizacionais com a construção de diferenciais estratégicos de assertividade no mercado de atuação.

**Conclusão:** As reflexões e considerações extraídas *a priori* como resultados da correlação da Competência em Informação e da Governança Corporativa apontam não somente como estratégia para solução de problemas, mas como elemento essencial para o desenvolvimento sistemático da organização enquanto instituição e enquanto parte da sociedade midiática, além de contribuir com pesquisas futuras da mesma natureza. Ainda em fase de decisão, uma organização familiar será selecionada para o desenvolvimento do estudo de caso, o que consistirá em uma nova etapa da pesquisa em foco.

## Referências

- BELLUZZO, R. C. B. **Construção de mapas:** desenvolvendo competências em informação e comunicação. 2. ed. Bauru: Cá Entre Nós, 2007.
- BELLUZZO, R. C. B. **A competência em informação no Brasil:** cenários e espectros. São Paulo: ABECIN Editora, 2018.
- BERNHOEFT, R; GALLO, M., **Governança na empresa familiar.** 6. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- IBGC. **Código de melhores práticas de governança corporativa.** 6. ed. 2015. Instituto Brasileiro de Governança Corporativa. São Paulo, IBGC, 2020. Disponível em: [www.ibgc.org.br](http://www.ibgc.org.br). Acesso em: 19 out. 2022.
- MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa.** 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- MUSTAKALLIO, M. et al. Relational and contractual governance in family firms: effects on strategic decision making. **Family Business Review.** San Francisco. 2002. setembro, vol.15, 205-227p.
- TAGIURI, R.; DAVIS, J. A. Bivalent attributes of the family firm. **Family Business Review**, [S. l.], v. 9, n. 2. 1985.
- YIN, R. K. **Estudo de caso:** planejamento e métodos. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

---

## UM ESTUDO DE VIABILIDADE DE UMA DOCCERIA COM O APOIO DE UM PLANO DE NEGÓCIO

Ana Beatriz Bento<sup>1</sup>; Cintia Kaori Nakamoto<sup>2</sup>; Clemliton Luís Bassetto<sup>3</sup>; Tatiene Martins Coelho Trevisanuto<sup>4</sup>

<sup>1</sup> Aluna do 4º ano de Administração - Ana Beatriz Bento – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – anabeatrizbento2000@gmail.com;

<sup>2</sup> Aluna do 4º ano de Administração - Cintia Kaori Nakamoto – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – cintia.k.nakamoto@gmail.com;

<sup>3</sup> Professor do Curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – profbassetto@gmail.com.

<sup>4</sup> Professora do Curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – tatienecoelho@hotmail.com.

**Grupo de trabalho:** ADMINISTRAÇÃO

**Palavras-chave:** Plano de negócio, doceria, viabilidade, empresa.

**Introdução:** Esse artigo trata-se de um estudo de um plano de negócios para analisar a viabilidade de uma doceria gourmet que utiliza frutas “*in natura*” como ingredientes em todos os doces produzidos e que visa ofertar um atendimento de qualidade, que poderá servir de apoio para a construção de estratégias para o desenvolvimento da empresa, proporcionando oportunidades de investimentos em seu negócio.

**Objetivos:** Analisar a viabilidade, com a elaboração de um plano de negócios, da abertura e estabilidade no mercado de uma doceria gourmet onde todos os doces contêm frutas em sua composição.

**Relevância do Estudo:** Esse estudo se justifica, pois, com o aumento do consumo de doces ao longo do tempo, principalmente durante o período pandêmico, percebe-se que os doces funcionam como um método para auxiliar no estresse da rotina corrida que a maioria das pessoas estão sujeitas. De acordo com uma pesquisa realizada pela Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz) em parceria com a Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG (2020) e a Universidade Estadual de Campinas (Unicamp) indica que quase metade das mulheres consome chocolates e doces em dois dias ou mais por semana durante a pandemia, representando um aumento de 7% em relação ao consumo antes da pandemia. Entre os adultos jovens (18-29 anos), 63% está consumindo chocolates e doces em dois dias ou mais por semana.

**Materiais e métodos:** O presente artigo é uma pesquisa de revisão bibliográfica que “[...] abrange toda bibliografia já tornada pública em relação ao tema de estudo [...] Sua finalidade é colocar o pesquisador em contato direto com tudo o que foi escrito, dito ou filmado sobre determinado assunto, inclusive conferências seguidas de debates que tenham sido transcritos por alguma forma, quer publicadas, quer gravadas” (MARCONI; LAKATOS, 2011, p. 183).

**Resultados e discussões:** De acordo com Dornelas (2011), o plano de negócios é elaborado para analisar a viabilidade da ideia em potencial, servir de apoio para a construção de estratégias para o desenvolvimento da empresa, proporcionar oportunidades de investimentos em seu negócio, transmitir confiabilidade em seu empreendimento com a realização do planejamento e atrair funcionários para a empresa pelo bom delineamento e possibilidade de êxito. A ideia de negócio apresentada nesse artigo é referente à abertura de uma doceria gourmet que comercializa doces que possuem frutas como ingredientes em

todas as suas receitas. A empresa buscará ofertar qualidade de atendimento, constantes melhorias e inovações e ser uma organização transparente, prezando pelo comprometimento e ética com os seus clientes. Para Shiraishi (2018) o consumidor analisa o produto com base em três fatores: atributos e qualidade da mercadoria, mix e valor dos serviços e por fim, preço adequado. Por isso, a organização pretende utilizar ingredientes frescos e selecionados, ofertar também produtos que atendam pessoas intolerantes à lactose e que consomem produtos sem açúcar e precificar de forma justa e adequada, levando em consideração a qualidade ofertada nos doces comercializados. Na concepção de Santos (2020), a segmentação de mercado reconhece os aspectos que podem interferir na venda de suas mercadorias. Na segmentação deve considerar diferentes características como geografia, demografia, psicografia e comportamentos. O perfil de clientes da empresa são pessoas que gostam de consumir doces, sem distinções de sexo, porém, a maior parte dos consumidores são do público feminino. Os produtos estão direcionados para o público da classe média alta e também há o fornecimento de produtos para públicos específicos como os intolerantes a lactose e os que consomem doces diets. E para que a empresa consiga alcançar um alto mercado consumidor, será utilizado as mídias sociais (*Whatsapp, Instagram, Facebook e LinkedIn*) como ferramentas de interação e publicidade dos produtos ofertados, servindo também como um meio de recebimento de *feedback* (críticas, elogios e sugestões) dos clientes. Em relação as mídias *offline* será investido somente em estratégias de divulgação boca a boca.

**Conclusão:** Conclui-se que a elaboração de um plano de negócios é de grande relevância para verificar a viabilidade da implantação e importante ferramenta para ser utilizada desde a concepção da ideia e acompanhando a trajetória do negócio em sua atuação no mercado, visto que, a partir do planejamento, compilação e análise de uma grande variedade de informações, que podem influenciar no ambiente interno e externo, a organização estará preparada para tomar decisões de forma adequada a cada tipo de situação que pode vir a ocorrer.

#### **Referências:**

DORNELAS, José Carlos Assis. **Plano de Negócios: Seu guia definitivo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia do trabalho científico**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

SANTOS, Alexandre Correia dos. **Marketing**. Curitiba: Contentus, 2020.

SHIRAISHI, Guilherme de Farias. **Administração de marketing**. 2. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2018.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS. **Pesquisa de comportamento da UFMG mostra o que mudou nos hábitos dos brasileiros durante a pandemia**. Disponível em: <https://ufmg.br/comunicacao/assessoria-de-imprensa/release/pesquisa-de-comportamento-da-ufmg-mostra-o-que-mudou-nos-habitos-dos-brasileiros-durante-a-pandemia>. Acesso em: 26 mar. 2022.

---

## UM ESTUDO DE VIABILIDADE DE UM SALÃO DE BELEZA PERSONALIZADO COM O APOIO DE UM PLANO DE NEGÓCIO

Giovanna Conte Fioravanti<sup>1</sup>; Gabriela Banhos Garcia<sup>2</sup>; Clemliton Luiz Basseto<sup>3</sup>; Tatiene Martins Coelho Trevisanuto<sup>4</sup>.

<sup>1</sup>Aluna de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – giovanna.fioravante1008@hotmail.com.

<sup>2</sup>Aluna de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – banhosgabriela@gmail.com

<sup>3</sup>Professor do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – profbassetto@gmail.com.

<sup>4</sup>Professora do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – tatienecoelho@hotmail.com.

### Grupo de trabalho: ADMINISTRAÇÃO

**Palavras-chave:** empreendedorismo, inovação, marketing, administração, estética, beleza.

**Introdução:** Atualmente, percebe-se como o a autoestima da mulher tem aumentado de forma expressiva. Deste modo, é ideal que as empresas estejam cientes e capazes de satisfazer as clientes, necessitando de investimentos e buscando inovações para que possam caminhar junto ao mercado, visando a melhoria e qualidade dos serviços prestado. Este trabalho destaca a expansão de um novo empreendimento, com a possibilidade de uma gama de opções em um só lugar, onde terão a oportunidade de personalizar um pacote com os procedimentos que mais fazem com um desconto na contratação.

Segundo a ABIHPEC (2018) mesmo com a instabilidade da economia no Brasil, as mulheres não deixaram de fazer o uso de procedimentos estéticos e o aumento da preocupação e cuidado com a sua aparência se intensifica.

De acordo com PEREIRA *et al.*, 2012 o ramo da beleza almeja qualidade, mas depende de fatores de difícil operacionalização em relação do prestador de serviço com o cliente. O que torna uma tarefa difícil porque lidar com o público requer atenção, interpretação e paciência para gerar concretas avaliações no final do atendimento.

**Objetivos:** O estudo tem como principal objetivo analisar a viabilidade do projeto de expansão do salão de beleza personalizado. Alcançar o maior número de clientes possíveis, suprimindo as necessidades e gerar fidelização de clientes.

**Relevância do Estudo:** O plano de negócio é de extrema importância não só pela presença crescente no mercado, mas também por se apresentar como um dos principais salões que visam ao atendimento de qualidade, dedicação, respeito e garantir a recompra de serviços através de estratégia.

**Materiais e métodos:** A elaboração deste estudo baseia-se em uma pesquisa bibliográfica, incluindo uma revisão bibliográfica. Sendo assim, os autores Marconi e Lakatos (2003, p.183) apontam de que a pesquisa bibliográfica tem como propósito “[...] colocar o pesquisador em contato direto com tudo o que foi escrito, dito ou filmado sobre determinado assunto, inclusive conferências seguidas de debates que tenham sido transcritos por alguma forma, quer publicadas, quer gravadas”.

**Resultados e discussões:** De acordo com os autores Biagio e Batocchio (2012), desenvolver um plano de negócio é importante como uma ferramenta que poderá ser utilizada como apoio ao processo e ao planejamento de decisão do futura da empresa. Sendo assim descreve os objetivos do negócio e o que fazer depois, permite diminuir riscos e incertezas comparado a concorrência. O trabalho está dividido em capítulos e está

composto pelas seguintes etapas: exposição do tema e apresentação do contexto e objetivos. No capítulo dois contém referências bibliográficas tendo em vista a importância para a construção do projeto todo. O capítulo três apresenta-se o desenvolvimento do negócio, pesquisas de valores, quais são concorrentes, os valores comparado ao que será oferecido em nossos serviços, sazonalidade, investimentos necessários, custos fixos e variáveis, além disso demonstra-se estratégias de marketing para alcançar o maior número de pessoas por meio de redes sociais, buscou-se análises internas e externas que são essenciais para que a empresa possa entender o seu mercado segundo o autor Porter (2014) explicou que a estratégia competitiva facilita a tomada de decisões, uma vez que, através da análise SWOT (Forças, fraquezas, oportunidades e ameaças) a empresa consegue se defender e atuar contra as forças externas e ao reconhecer as oportunidades e forças usa-las como pontos positivos ao seu favor. Por fim, no último capítulo foram apresentadas as principais conclusões do plano de negócio e a sua viabilidade.

**Conclusão:** Este trabalho apontou como a busca pela qualidade na prestação de serviços e no pós atendimento são essenciais para que os clientes permaneçam fidelizados, diante ao cenário crescente no mercado, no ramo da beleza, obter e manter um padrão de qualidade são desafios contínuos. Diante disso, com os principais resultados, a empresa não está preocupada apenas com a qualidade de serviço, mas também com o ambiente de trabalho, sendo flexível para os funcionários e atendimentos. A partir desses resultados, a elaboração de estratégias que serão usadas, auxilia no aperfeiçoamento da implementação e expansão do salão de beleza em Bauru, São Paulo.

#### **Referências:**

ABIHPEC. Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos. **Panorama do setor de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos:** Fechamento 2017. Florianópolis, 2018. Disponível em: <https://abihpec.org.br/publicacao/panorama-do-setor2018/>. Acesso em: 15 nov. 2018.

BIAGIO, L. A.; BATOCCHIO, A. **Plano de negócios:** estratégia para micro e pequenas empresas. 2. ed. São Paulo: Manole, 2012.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos de metodologia científica.** São Paulo, SP: Atlas, 2003.

PEREIRA V.R.; CARVALHO, M. M.; ROTONDARO, R. G. Um estudo bibliométrico sobre a evolução da pesquisa da qualidade em serviço. **Produção**, v. xx, n. x, São Paulo, p.1-17, 2012.

PORTER, M. E. **Estratégia Competitiva.** Tradução de Elizabeth Maria de Pinho Braga. Revisão técnica Jorge A. Garcia Gomez. 16. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

TEIXEIRA, C. S. L.; MEDEIROS, P. G.; LEE HO, L. Monitoramento on-line, através de amostras não-unitárias, do número de não conformidades por item em uma produção finita. *In:* ESCOLA DE MODELOS DE REGRESSÃO, 12., 2012, Fortaleza. **Anais [...].** Fortaleza: EMP, 2012.

---

## UM ESTUDO DE VIABILIDADE DE UMA SALGADERIA COM O APOIO DE UM PLANO DE NEGÓCIO

Lailine Monsão Giroldo Mariano<sup>1</sup>; Julia Gomes de Oliveira<sup>2</sup>; Tatiene Martins Coelho Trevisanuto<sup>3</sup>; Clemilton Luis Bassetto<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Aluna de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB lailinemonsao@hotmail.com;

<sup>2</sup>Aluna de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – jugomes\_2010@hotmail.com;

<sup>3</sup>Professora do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB - tatiene.trevisanuto@fibbauru.br;

<sup>4</sup>Professor do curso de Administração - Faculdades Integradas de Bauru – FIB - profbassetto@gmail.com

**Grupo de trabalho:** ADMINISTRAÇÃO

**Palavras-chave:** Planejamento, Marketing, Propagandas, Plano de negócio

**Introdução:** Muito se discute a importância e o planejamento de um bom gerenciamento de marketing nas empresas atuais, pois, a falta dele acarreta problemas futuros relacionados a viabilidade de metas para atingimento de vendas. Diante a importância e dedicação para se executar as programações em setores de marketing, digital e presencial, uma das opções na pandemia (covid 19) foi o uso online dessas ferramentas como: redes sociais, IFood e serviços de Fast food, por conta do distanciamento social, gerou uma comunicação atrativa e virtual.

**Objetivos:** Desenvolver um plano de negócio, concentrando-se no marketing digital e na viabilidade da empresa

**Relevância do Estudo:** O alto consumo de salgadinhos congelados e ultra processados, teve aumento em comparação aos de anos anteriores, por conta da comodidade dos aplicativos digitais, e os consumidores estão ficando cada vez mais exigentes quando se trata de delivery. Os consumidores procuram produtos rápidos, com preço acessível e de qualidade, com alto padrão e sofisticação. Portanto identifica-se a oportunidade do desenvolvimento de um plano de negócio.

**Materiais e métodos:** Este artigo é uma pesquisa de revisão bibliográfica que “[...] abrange toda bibliografia já tornada pública em relação ao tema de estudo [...] Sua finalidade é colocar o pesquisador em contato direto com tudo o que foi escrito”. (MARCONI; LAKATOS, 2011, p. 183).

**Resultados e discussões:** Segundo Chiavenato (2005), negócio é o esforço que as pessoas fazem produzindo produtos ou serviços que possam ter como recompensa o lucro. Para o desenvolvimento de um plano de negócio, segundo Zavadil, (2013, p.40) “precisa pressupor que o produto/serviço que se pretende colocar no mercado esteja definido”. O plano de negócio consiste na empresa Fio e cia busca por produtos de qualidade e atendimento personalizado a fim de ter produtos padronizados e produzidos com qualidade. Após a realização e verificação da precificação dos produtos, análise do preço dos concorrentes e colocado a margem de lucro satisfatório para a empresa, que se caracterizou um preço competitivo no mercado, justo levando em conta a qualidade dos produtos.

**Conclusão:** Por meio do plano de negócio é possível avaliar a viabilidade da empresa. Para Dornelas (2005) o plano de negócio é primordial para um processo de empreendedorismo, pois os empreendedores precisam construir suas ações e traçar as estratégias da organização para ter um crescimento da empresa. Para o Sebrae (2019) a viabilização de

um negócio é representada pelo ponto de equilíbrio que representa o quanto a empresa precisa faturar ou quantas unidade de um produto precisa ser vendido para pagar o custo.

#### **Referências:**

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**: Dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2005.

DORNELAS, José Carlos Assis **EMPREENDEDORISMO**: Transformando ideias em negócios 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia do trabalho científico**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

SEBRAE. Tudo o que você precisa saber sobre o MeI. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/tudo-o-que-voce-precisa-saber-sobre-o-mei,caa7d72060589710VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 28. set. 2022.

ZAVADIL, Paulo Ricardo. **Plano de negócios**: uma ferramenta de gestão. Curitiba: Inter Saberes 2013.

---

## INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL APLICADA À ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA

Luís Carlos Gonçalves<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Professor do Curso de Administração - Faculdades Integradas de Bauru – FIB –  
[lcg1954@hotmail.com](mailto:lcg1954@hotmail.com)

**Grupo de trabalho:** ADMINISTRAÇÃO

**Palavras-chave:** inteligência artificial, administração financeira

**Introdução:** Neste trabalho buscamos discutir a aplicação da inteligência artificial à análise financeira, especificamente, no que se refere à análise das demonstrações financeiras. A pesquisa se concentrou em identificar as etapas necessárias à realização da análise das demonstrações financeiras, interna e externamente às empresas.

**Objetivos:** O objetivo geral é discutir sobre a possibilidade de um modelo de análise de demonstrações financeiras, no conceito de “inteligência artificial” com interação entre dados internos e externos à empresa.

**Relevância do Estudo:** A análise das demonstrações financeiras, de acordo com Ribeiro (2014, p. 7), “[...] é uma técnica contábil que consiste no exame e na interpretação dos dados obtidos nas demonstrações contábeis, com o fim de transformar esses dados em informações úteis aos diversos usuários das informações contábeis”. Assaf Neto (2010, p. 101) considera que a “[...] análise das demonstrações financeiras constitui um dos estudos mais importantes da administração financeira e desperta enorme interesse tanto para os administradores internos da empresa, como para os diversos segmentos de analistas externos”.

**Materiais e métodos:** Foi realizada uma pesquisa do tipo levantamento bibliográfico da produção científica sobre o assunto “inteligência artificial em administração” nas principais instituições de ensino superior do país, disponíveis nos acervos digitais da CAPES, FAPESP, ANPAD e da Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD). No entender de Gil (2009), utiliza-se a pesquisa bibliográfica, como técnica de investigação em pesquisas exploratórias, na busca de material já elaborado e publicado, sendo que o processo é constituído, principalmente, da busca por livros e artigos científicos. Ainda segundo o autor, apesar da necessidade de pesquisa bibliográfica nos estudos de um modo geral, há pesquisas que são desenvolvidas unicamente a partir de fontes bibliográficas. Isto se dará no presente projeto, que tem como objetivo identificar a produção científica brasileira no campo da inteligência artificial aplicada à Administração. Especificamente, foi realizada a pesquisa bibliográfica na base de dados dos principais repositórios de assuntos de Administração do Brasil, considerado o período compreendido entre 1º de janeiro de 2.000 e 31 de dezembro de 2.020. A pesquisa, entretanto, foi conduzida em duas etapas: a primeira consistiu no levantamento do material publicado no período compreendido entre 2.000 e 2010. A segunda etapa, consistiu no levantamento do material publicado de 2011 a 2020. Foram identificadas publicações cujos assuntos estejam relacionados com a Administração ou, cujo conteúdo tenha relação com esta área do conhecimento em seus vários campos e desdobramentos.

**Resultados e discussões:** No campo de finanças corporativas, a análise das demonstrações financeiras, atrai a atenção não apenas dos administradores, mas, também, de analistas externos de vários segmentos (ASSAF NETO, 2017). A inteligência artificial é assunto que permeia o imaginário coletivo alimentado pelos livros e filmes de ficção

científica que mostram máquinas inteligentes auxiliando o Homem, ou dominando-o. A esse respeito, BRAGA e CHAVES (2019), apresentam o assunto abordando-o a partir de uma visão filosófica, mostrando as visões utópicas e distópicas sobre ele. Há que se considerar sob ampla visão a questão da interação homem-máquina, identificando características que diferenciam o homem do ciborgue, conforme abordam Amorim e Cardoso (2019) diferenciando um do outro. Basbaum (2015) aborda a aplicação da inteligência artificial em processos de planejamento, enfatizando a contribuição à eficiência dos planejadores.

**Conclusão:** A partir da literatura existente a respeito da inteligência artificial, é possível desenvolver um algoritmo que permita realizar, automaticamente a análise das demonstrações financeiras da empresa, comparando os resultados com dados externos disponíveis para acesso.

#### **Referências:**

AMORIM, H. M.; CARDOSO, R. C. **O ciborgue no limiar da humanidade: redefinindo a pessoa natural**. Rev. Bioética y Depreco, Barcelona, n. 46, p. 67-84, 2019. Disponível em: [http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1886-8872019000200005&lng=es&nrm=iso](http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1886-8872019000200005&lng=es&nrm=iso). Acesso em: 19 nov. 2019. Epub 01-Oct-2019.

ASSAF NETO, A. **Finanças Corporativas e valor**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

BASBAUM, R. P. T. **Modelagem hierárquica e análise de requisitos de problemas reais em planejamento automático**. 2015. Tese (Doutorado em Engenharia de Controle e Automação Mecânica) - Escola Politécnica, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015. doi:10.11606/T.3.2016.tde-22072016-091845. Acesso em: 11 jul. 2019.

BRAGA, A. A.; CHAVES, M. A dimensão metafísica da Inteligência Artificial. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, Coimbra, n. 119, p. 99-120, set. 2019. Disponível em: [http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2182-74352019000200005&lng=pt&nrm=iso](http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2182-74352019000200005&lng=pt&nrm=iso). Acesso em: 19 nov. 2019.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2009.

RIBEIRO, O. M. **Estrutura e análise de balanços fácil**. São Paulo: Saraiva, 2014.

---

## UM ESTUDO DE VIABILIDADE PARA ABERTURA DE UMA PRESTADORA DE SERVIÇOS DE CONSTRUÇÃO CIVIL COM ÊNFASE NA QUALIDADE COM O APOIO DE UM PLANO DE NEGÓCIO

Beatriz Garcia da Silva; Denyon W. A. Cruz<sup>2</sup>; Clemliton Luís Bassetto<sup>3</sup>; Tatiene Martins Coelho Trevisanuto<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Aluna de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – [biagarcia\\_silva@hotmail.com](mailto:biagarcia_silva@hotmail.com);

<sup>2</sup>Aluno de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB - [denyoncruz@gmail.com](mailto:denyoncruz@gmail.com);

<sup>3</sup>Professor do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – [profbassetto@gmail.com](mailto:profbassetto@gmail.com)

<sup>4</sup>Professora do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – [tatienecoelho@hotmail.com](mailto:tatienecoelho@hotmail.com)

**Grupo de trabalho:** ADMINISTRAÇÃO

**Palavras-chave:** construção civil; mão de obra; empreendedorismo; plano de negócios.

**Introdução:** Atualmente, há uma grande busca por melhorias em projetos e processos em diversas áreas do setor comercial, em geral. O setor da Construção Civil abrange qualquer atividade referente à produção de obras, como, por exemplo, projeções, planejamento, execução, reformas e melhorias, através de infraestrutura e edificações, com objetivo de obter qualidade na produção dos empreendimentos, definindo conceito de organização do espaço e as técnicas empregadas na fase de implantação. Ballard (1994 *apud* MAGALHÃES; MELO; BANDEIRA, 2018), o planejamento reflete em alta produtividade, redução de atrasos e auxilia na coordenação de múltiplas atividades interdependentes. Ou seja, a gestão dos processos e o planejamento são essenciais para criação ou continuidade de um empreendimento, de acordo com as características projetadas junto ao cliente.

**Objetivos:** Apresentar uma análise de viabilidade da criação de uma empresa de construções e reformas, de início, voltada para pequenos serviços com foco na qualidade e excelência na execução.

**Relevância do Estudo:** Sabendo das dificuldades na contratação de mão de obra qualificada, observa-se um aumento na demanda por bons profissionais, gerando oportunidade de desenvolvimento de negócios. Pois, na informalidade os trabalhadores deixam de receber diversos benefícios sociais além da concorrência desigual e injusta com as empresas que atuam obedecendo à legislação trabalhista. Dessa forma, foi desenvolvida uma análise objetiva de viabilidade de ciclo para constituir uma construtora que atua em pequenos serviços e terceiriza todos os serviços qualificados. Segundo a Agência CBIC (2017), a indústria da construção civil emprega em média dois milhões de trabalhadores com carteira assinada e gasta todo mês R\$ 5,2 bilhões com o pagamento de salários. Enquanto outros dois milhões de profissionais integram o mercado informal da construção civil e ganham R\$ 6,5 bilhões por mês.

**Materiais e métodos:** Trata-se de uma pesquisa de caráter exploratório e qualitativo, baseada em artigos na internet e referências de livros.

**Resultados e discussões:** Segundo Dornellas (2016) a ideia de negócio é o ponto de partida para o empreendimento, enquanto a oportunidade deve ser avaliada juntamente com a ideia, para verificar a viabilidade econômica e o mercado potencial. Este plano de negócio trata-se de uma empresa voltada para prestação de pequenos serviços de reformas e instalações, buscando profissionais regularizados, com o objetivo de diminuir a informalidade no mercado de trabalho e levar segurança e qualidade ao cliente através dos

serviços oferecidos. Para Razollini (2012), as oportunidades surgem através de observações coerentes, sendo necessário não focar apenas no ramo de atuação, mas também em ocasiões favoráveis do mercado, em busca de novas oportunidades, a partir do planejamento e gestão de negócios. Com a alta demanda do mercado nota-se a oportunidade de investir em uma nova empresa para suprir as necessidades e se estabelecer no mercado. Atuando no gerenciamento de construções e práticas sustentáveis, com comprometimento e com os princípios da sustentabilidade garantindo melhorias contínuas a respeito da proteção ambiental, buscando credibilidade e enriquecimento do nome da empresa perante seus clientes, eliminando perdas e riscos desnecessários. A prestadora de serviços é responsável pela qualidade física da obra, garantindo que não tenha infiltrações, irregularidades ou imperfeições. Garantir o cumprimento dos prazos estipulados dentro do cronograma acordado no cronograma construtivo. Encarregada por contratar a mão de obra, adquirir máquinas, equipamentos e material. Responsável pela segurança dos operários deve garantir a utilização de equipamentos de proteção individual – EPI e ter um técnico de segurança do trabalho responsável pela obra.

**Conclusão:** Com base nas informações analisadas, nota-se que o estudo aponta diversos pontos tanto positivos quanto negativos. Portanto, avaliando os ambientes internos e externos que podem impactar no potencial crescimento da empresa, concluímos que o plano de negócio é viável. O SEBRAE (2020) destaca que uma empresa com indicadores de desempenho bem elaborados e definidos, consegue mensurar com clareza suas ações e até alcançar melhores resultados, tanto em termos financeiros como de reconhecimento no mercado. A empresa apresenta uma lucratividade em média 1,4% a cada ano, tendo seu *payback* em dois anos e sua taxa interna de rentabilidade em aproximadamente R\$ 159%.

## Referências

AGÊNCIA CBIC. **Estudo comprova impacto da informalidade na construção civil e norteia ações da CBIC para reduzir sua incidência**, 2017. Disponível em <https://cbic.org.br/estudo-comprova-impacto-da-informalidade-na-construcao-civil-e-norteia-acoes-da-cbic-para-reduzir-sua-incidencia/>. Acesso em: 21 out. 2022.

DORNELAS, José. **Plano de negócios – seu guia definitivo**, 2016.

MAGALHÃES, R.M et al MELLO, L. C.B.B et al BANDEIRA, R. A.M. **Planejamento e controle de obras civis: um estudo de caso múltiplo em construtoras no Rio de Janeiro**, 2018. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/gp/a/c6TYKdKRG9ZdKvC8ZrSz9YR/?lang=pt&format=pdf>. Acesso em: 21 out. 2022.

RAZOLLINI, FILHO, Edelvino. **Empreendedorismo: dicas e planos de negócios para o século XXI**, 2012.

SEBRAE. Segmentação de mercado: **Estratégia inteligente em tempos de crise**. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/MG/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/Segmenta%C3%A7%C3%A3o+de+mercado.pdf>. Acesso em: 21 jun.2022.

---

## ESTUDO COMPARATIVO DOS INDICADORES ECONÔMICOS FINANCEIROS ENVOLVENDO EMPRESAS NACIONAIS DO SEGMENTO DE COSMÉTICOS

Milena Ferreira Kuroda<sup>1</sup>; Thalita Alves Feitosa Silva<sup>2</sup>; Carlos Henrique Carobino<sup>3</sup>; Maria Inês Scurachio Sales<sup>4</sup>.

<sup>1</sup>Milena Ferreira Kuroda - Faculdades Integradas de Bauru - FIB- [milena\\_kuroda@hotmail.com](mailto:milena_kuroda@hotmail.com)

<sup>2</sup>Thalita Alves Feitosa Silva - Faculdades Integradas de Bauru - FIB- [thalitaalvesfeitosa@hotmail.com](mailto:thalitaalvesfeitosa@hotmail.com)

<sup>3</sup>Orientador: Carlos Henrique Carobino - Faculdades Integradas de Bauru - FIB- [carobino@bol.com.br](mailto:carobino@bol.com.br)

<sup>4</sup>Maria Inês Scurachio Sales - Faculdades Integradas de Bauru - FIB - [mariasales1@mail.com](mailto:mariasales1@mail.com)

**Grupo de trabalho:** PÓS-GRADUAÇÃO MBA - AUDITORIA, CONTROLADORIA E FINANÇAS

**Palavras-chave:** finanças; indicadores; comparativo; auditoria; liquidez.

**Introdução:** Atualmente, nota-se que empresas devem possuir gestão adequada de seus demonstrativos financeiros, com visão sistêmica e controle econômico-financeiro da organização, para definir estratégias mais assertivas frente aos cenários a que são submetidas. Com a avaliação das demonstrações financeiras permite-se uma análise fundamentalista e técnica dos instrumentos econômico-financeiros com ganhos de qualidade nos resultados dos negócios, independente do ramo de negócio, seja comércio, prestação de serviços ou indústria, como no caso em estudo das empresas Natura e do O Boticário.

**Objetivos:** Desenvolver uma análise comparativa dos indicadores econômico-financeiros das empresas objeto de estudo, entre os períodos de 2019/2020, relacionando- às estratégias adotadas no período.

**Materiais e métodos:** Tem como alicerce a pesquisa qualitativa, exploratória, descritiva e estudo de caso. Estudo de caso consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento (GIL, 2002), o que é complementado por Santos (2005), quando comenta que o estudo de caso tem o objetivo de obter com maior riqueza de detalhes, conhecimentos sobre o objeto estudado e, por isso, analisa com profundidade um ou poucos fatos. É utilizado no início de pesquisas mais complexas e em estudos exploratórios, tendo aplicação em qualquer área de conhecimento, é mais intensivo e necessita que o pesquisador observe *in loco*, os fenômenos da sua pesquisa.

**Resultados e discussões:** “O Boticário” teve sua estratégia principal assentada em aspectos relacionados à controladoria e governança corporativa para gerar vantagem competitiva (BOTICARIO, 2022). O grupo “Natura” adquiriu a empresa Avon, e com isso, surgiram novos desafios como a digitalização, economia e sustentabilidade; a mesma ainda esteve presente no combate da Covid-19 por meio da fabricação de álcool em gel (NATURA, 2022). A gestão ambiental esteve como a estratégia principal da empresa nos anos de 2019/2020, com a redução do consumo energético e de água bem como a geração de resíduos. O Balanço Patrimonial na visão de Saporito (2017, p.40) “[...] permite observar de modo sintético o patrimônio da empresa, que é objeto de estudo da contabilidade”. A análise dos indicadores econômicos dos balanços patrimoniais das empresas analisadas foi segregada em indicativos financeiros: Margem Líquida, Giro do ativo, Liquidez seca e Liquidez corrente. Na visão de Reis (2017) a margem líquida está diretamente ligada à rentabilidade da empresa e é a divisão do lucro líquido pela receita líquida após serem deduzidos os impostos e tributos. Em virtude das diferentes estratégias adotadas pelas empresas O Boticário e Natura sintetizam-se os seguintes resultados: a Natura, adotou a estratégia de priorização na retenção de seus clientes em detrimento a ampliação de sua

margem líquida. Quanto às estratégias de relacionamento com a sociedade, no período pandêmico, optou em paralisar a suas linhas de produção, efetuou doações ao governo para incentivo à vacinação e saúde coletiva. Essas estratégias no conjunto, proporcionaram redução de sua margem líquida, quando atingiu (-1,31%). “O Boticário” por seu lado, no mesmo período analisado, optou por estratégias voltadas ao gerenciamento das tomadas de decisões, como investimentos, novos produtos e elevação de sua *market-share*, enquanto sua margem líquida também esteve negativa em (-2,88%), amparado em possíveis decisões societárias de não distribuição dos lucros. Com relação à liquidez seca (curto prazo) se o indicador for maior que 1 (um) demonstra que a empresa tem potencial para realizar o pagamento de todas as dívidas a curto prazo. Observou-se que, na empresa Natura: a Liquidez seca teve queda na ordem de (-0,24%) e a Liquidez corrente atingiu também (-0,09%), o que revela que empresa está com mais compromissos imediatos do que recursos disponíveis. Observando-se os mesmos indicadores do grupo O Boticário: Liquidez seca teve um aumento de 0,42% e Liquidez corrente obteve um aumento de 0,55%, o que revela que a empresa elevou sua capacidade de pagamento no curto prazo. Outro indicador utilizado foi o Giro do ativo, que segundo Wainberg (2018), mede a eficiência da utilização dos ativos da empresa para gerar receitas e lucros; é uma comparação de quanto a empresa vende em relação ao total de ativos, cálculo realizado entre a receita líquida e a média total dos ativos. Observou-se a elevação de 0,09% no “giro do ativo” da Natura, um pequeno crescimento, indicando que a empresa possui deficiência de gestão dos seus ativos financeiros, pois priorizou a gestão de estratégias voltadas à sociedade, esquecendo-se da gestão de estratégias financeiras e econômicas. O Boticário atingiu, estabilidade 0,45% no índice “giro do ativo”, indicando que adotou estratégia direcionada a ampliação dos seus resultados financeiros.

**Conclusão:** No período pandêmico, a análise dos indicadores de balanço das empresas objeto do estudo indicou em síntese, que as estratégias estiveram em rumos distintos, com impactos diretos nos resultados auferidos em seus respectivos balanços patrimoniais. Assim, embora o presente estudo tenha atingido na sua plenitude os seus objetivos, ressalta-se a necessidade de aprofundamento dos estudos em pesquisas e períodos posteriores.

#### **Referências:**

- BOTICARIO. **Balanço patrimonial** consolidado. Disponível em: <https://gbinst.wpenginepowered.com/wp-content/uploads/2022/06/ANO-2020.pdf>. Acesso em 17 out. 2022.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- NATURA. **Relatório anual**.2019-2020. Disponível em: [https://static.rede.natura.net/html/sitecf/br/11\\_2021/relatorio\\_anual/Relatorio\\_Anuar\\_Natura\\_GRI\\_2020.pdf](https://static.rede.natura.net/html/sitecf/br/11_2021/relatorio_anual/Relatorio_Anuar_Natura_GRI_2020.pdf). Acesso em: 03 set. 2022.
- REIS, T. 2017. **Margem líquida:** entenda como analisar esse indicador de lucratividade. Disponível em: [www.sunos.com.br/artigos/margem-liquida](http://www.sunos.com.br/artigos/margem-liquida). Acesso em: 16. Out. 2022.
- SANTOS, I. E.dos S. **Manual de métodos e técnicas da pesquisa científica**. 5.ed. Niteroi, RJ: Impetus, 2005.
- SAPORITO, A. **Contabilidade geral fundamento e prática do raciocínio contábil**. Paraná. Intersaberes. 2017.
- STRAUSS, A.; CORBIN, J. **Pesquisa qualitativa: técnicas e procedimentos para o desenvolvimento de teoria fundamentada**. (Tradução Luciane de Oliveira da Rocha). 2. ed., Porto Alegre: Artmed, 2008.
- WAINBERG R. 2018 **Giro do ativo aprenda como calcular esse importante indicador**. Disponível em: [www.sunos.com.br/artigos/margem-liquida](http://www.sunos.com.br/artigos/margem-liquida). Acesso em 16. out. 2022.

---

## MINERAÇÃO DE DADOS E SUA APLICAÇÃO NO MUNDO CORPORATIVO: UMA REVISÃO DE LITERATURA

Claudio Roberto Viscaíno Biazotto<sup>1</sup>; Flavia Tavares de Paiva<sup>2</sup>; Juyran Batista Calabrez Monticelli<sup>3</sup>; Emerson Flamarion da Cruz<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Aluno de Engenharia de Computação – Universidade Virtual do Estado de São Paulo – UNIVESP  
crbiazotto67@gmail.com;

<sup>2</sup>Mestranda em Educação – Universidade Federal de São Carlos - UFSCar  
flaviatavares@estudante.ufscar.br;

<sup>3</sup>Aluno de Engenharia de Computação – Universidade Virtual do Estado de São Paulo – UNIVESP  
juyran@gmail.com;

<sup>4</sup>Doutorando em Inteligência Artificial – Universidade de São Paulo - USP  
efcruz@usp.br

**Palavras-chave:** Descoberta de Conhecimento em Banco de Dados; Gestão empresarial; Mineração de dados; Tomada de decisão.

**Introdução:** Na atualidade encontramos um grande volume de dados disponíveis de forma crescente e exponencial. Não é difícil encontrar gestores perdidos com a quantidade de dados e não sabendo usar essas informações para subsidiar suas decisões em negócios. A mineração de dados, por ser um processo de organização dos dados, foca em encontrar o que é mais relevante, traçando relações entre esses dados. Mostrando os problemas e oportunidades, sendo usado um algoritmo para a identificação de padrões, consistências e relacionamentos com outros dados.

**Objetivos:** Este trabalho tem como objetivo elucidar a mineração de dados e sua utilização no auxílio de tomadas de decisões no mundo corporativo, por meio de revisão de literatura que demonstre técnicas de mineração de dados.

**Relevância do Estudo:** A grande competição empresarial vem exigindo técnicas modernas de tomada de decisão. Grandes empresas estão usando a mineração de dados para uma melhor análise do caminho a se tomar. A aquisição e leitura desses dados se tornam importantes para saber qual o melhor serviço e/ou produto e qual o público-alvo. Uma das vantagens da mineração de dados, segundo Affonso (2021), é contribuir para estratégias que alavancam resultados a curto e longo prazo, analisando o presente para prever o futuro. Malhotra e Birks (2007) definem a técnica como um processo de descoberta de correlações significativas, padrões e tendências através de grandes quantidades de dados armazenados em repositórios, usando reconhecimento de padrões, estatística e técnicas matemáticas.

**Materiais e métodos:** O trabalho foi desenvolvido por meio de revisão bibliográfica, sobre os principais softwares e algoritmos de mineração de dados, suas aplicações, comparação e pontos importantes, assim como explicações e teorias de importância para área.

**Resultados e discussões:** Para Souza (2009, p. 61), o objetivo da gestão do conhecimento é “tratar o conhecimento como um dos mais importantes recursos da organização” e “deve estimular ideias práticas que possam ser implementadas”. As subáreas da Administração que mais desenvolveram estudos de mineração de dados, podemos destacar Finanças e *Marketing*. Essas duas áreas tradicionalmente se valem de metodologias estatísticas complexas para a abordagem de problemas. Nesse sentido, realizou-se um aprofundamento em relação às ferramentas utilizadas para a mineração de dados, onde o objetivo foi comparar pontos importantes dos softwares, desde o processo de instalação, funcionalidades, facilidade de uso e comportamento utilizando o mesmo banco de dados. Comparando os softwares WEKA, RapidMiner e Orange, temos pontos positivos e suas limitações. Após análise e avaliação do processo das ferramentas, permitiu-se a indicação

de alguns critérios para justificar a escolha para cada uma das ferramentas em trabalhos científicos. A ferramenta WEKA foi considerada a mais adequada para ser utilizada por ser uma ferramenta desenvolvida sob licença GNU, ou seja, possuir o código fonte aberto e ser bastante recomendada além de ser *free*. WEKA é uma coleção de algoritmos de aprendizado de máquina para tarefas de mineração de dados. Os algoritmos podem ser aplicados diretamente a um conjunto de dados ou chamados a partir do seu próprio código Java. De acordo com Martins (2017), o RapidMiner apresenta uma interface gráfica com maior quantidade de recursos em relação ao WEKA e aceita arquivos de entrada no formato CSV, Excel e banco de dados SQL – isto é, diferentemente do WEKA, não possui um formato nativo. A navegação no site da ferramenta Orange é mais ágil e visualmente elaborada para fins comerciais e, assim, encontra-se com poucos passos a documentação da ferramenta. A navegação no site da WEKA precisa de atenção para encontrar o que procura ao acessar as outras páginas do site oficial. (SANTOS e PEREIRA, 2020). Além de softwares foram comparados alguns algoritmos usados para a mineração de dados: Random Forest e J48, onde é analisado o desempenho, performance e poder de processamento de cada um na mineração de uma base de dados.

**Conclusão:** Tendo em vista o grande volume de dados existente em empresas, a importância de um estudo estruturado por meio da mineração de dados tem crescido, favorecendo o seu desenvolvimento e aperfeiçoamento. Este trabalho deixa suas contribuições, já que promove uma discussão e detalhamentos sobre ferramentas de mineração de dados, onde a finalidade foi de apresentar alguns pontos importantes, destacando os pontos positivos e negativos de cada ferramenta, onde os usuários poderão analisar com o objetivo de verificar qual melhor atende suas expectativas. E pode-se concluir que a ferramenta WEKA é a mais utilizada pelo seu custo-benefício, pois como não há custo para seu uso, e também é uma ferramenta que entrega simplicidade e praticidade sem perder as funcionalidades relevantes para a mineração de dados.

## Referências

AFFONSO, A. **Como a Mineração de Dados pode te ajudar a alcançar melhores resultados?** Voitto, 28 maio 2021. Disponível em: <https://www.voitto.com.br/blog/artigo/mineracao-de-dados>. Acesso em: 25 mai. 2022.

MALHOTRA, N. K.; BIRKS, D. F. **Marketing Research: an applied approach**. 3. ed. Harlow: Prentice Hall, 2007.

SOUZA, I. M. **Gestão das Universidades Federais brasileiras: uma abordagem fundamentada na Gestão do Conhecimento**. Tese (Doutorado em Engenharia e Gestão do Conhecimento) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2009.

MARTINS, B. C. **Uma discussão sobre diferentes ambientes de software para mineração de dados**. 2017. 47 p. Monografia (Graduação em Ciências da Computação) – Centro de Ciências Exatas e Tecnologia, Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2017. Disponível em: <https://monografias.ufma.br/jspui/bitstream/123456789/3571/1/BERTH ONE-MARTINS.pdf>. Acesso em: 17 jun. 2022.

SANTOS, K. F. da C. dos; PEREIRA, S. J. M. **Análise dos processos de descoberta de conhecimentos com ferramentas de mineração de dados: ORANGE E WEKA**. 2020. 86 p. Monografia (Graduação em Engenharia de Computação) – Centro Universitário de Anápolis, Anápolis, 2020. Disponível em: <http://repositorio.aee.edu.br/handle/aee/17197>. Acesso em: 17 jun. 2022.

---

## UM ESTUDO DE VIABILIDADE PARA ABERTURA DE UMA PRESTADORA DE SERVIÇOS PARA IDOSOS E PCD COM ÊNFASE NA QUALIDADE COM O APOIO DE UM PLANO DE NEGÓCIO

Jordana Bernardini Alvarenga<sup>1</sup>; Matheus Borges Malini<sup>2</sup>; Clemliton Luís Basseto<sup>3</sup>; Tatiene Martins Coelho Trevisanuto<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Aluna de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – [jorbernardinia@gmail.com](mailto:jorbernardinia@gmail.com);

<sup>2</sup>Aluno de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB [matmalini@gmail.com](mailto:matmalini@gmail.com);

<sup>3</sup>Professor do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB  
[probassetto@gmail.com](mailto:probassetto@gmail.com);

<sup>4</sup>Professora do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB  
[tatienecoelho@hotmail.com](mailto:tatienecoelho@hotmail.com).

**Grupo de trabalho:** ADMINISTRAÇÃO

**Palavras-chave:** PCD's, IBGE, Idosos, Plano de negócios.

**Introdução:** O Brasil passou por uma grande mudança ao longo destes últimos anos em relação ao envelhecimento da população. O número de idosos, pessoas com mais de 60 anos e pessoas com alguma deficiência, vem aumentando consideravelmente. Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2018), a evolução da população por grupos de idade indica para a direção de envelhecimento demográfico, que se refere ao aumento da presença de idosos na sociedade. Ainda de acordo com o IBGE (2010), próximo de 24% do povo brasileiro se identifica como PCD, o que significa que em média 45 milhões de pessoas possui algum tipo de deficiência. A ANVISA (2013) "define, ainda, a segurança do paciente como a reeducação dos profissionais no mínimo aceitável, do risco de dano desnecessário associado ao cuidado de saúde".

**Objetivos:** Desenvolver um plano de negócios, concentrando-se em analisar a viabilidade uma prestadora de serviços a idosos e PCD's com serviços personalizados a cada necessidade dos clientes.

**Relevância do Estudo:** Bastando ver o caso do Brasil, o envelhecimento da população está próximo a se tornar em uma das transformações sociais mais consideráveis do século XXI, com consequências a todos os setores da sociedade no mercado laboral e financeiro, na procura de bens e serviços como a habitação, nos transportes, na proteção social, e nas estruturas familiares. Como também o possível aumento de PCDs. A tendência é que o número de idosos, com 60 anos ou mais, duplique até 2050 e triplique até 2100. O número de pessoas com mais de 60 anos está crescendo com uma taxa de cerca de 3% ao ano e PCD cerca de 24% no país todo. Globalmente, pessoas com 80 anos ou mais deverá triplicar até 2050 passando de 137 milhões, em 2017, para 425 milhões em 2050.

**Materiais e métodos:** O trabalho foi realizado por meio de pesquisa de caráter qualitativo, baseada em artigos científicos, livros acadêmicos e pesquisas na internet.

**Resultados e discussões:** Na percepção de Wildauer (2011) O plano de negócio pode ser resumido como sendo um documento no qual o empreendedor demonstra, em linguagem formal e objetiva, o negócio que quer conceber e mostrar para seus parceiros, sócios e futuros investidores, passando a estes a visão, a missão e os objetivos do empreendimento, o plano operacional, o plano de marketing, o plano financeiro, e o plano jurídico, de modo a facilitar seu entendimento e a sua aceitação por parte dos interessados. Além disso o plano de negócio ajuda a demonstrar as mais importantes características do negócio e tem como público: incubadoras, parceiros, sócios potenciais, bancos, clientes potenciais, fornecedores,

a própria empresa e grandes executivos, com o propósito de colaborar de alguma forma com a empresa a se estabelecer.

**Conclusão:** O estudo da viabilidade da empresa Berlini prestadora de serviços para idosos e PCDs vem pelas análises feitas no Brasil que mostram a carência destes serviços personalizados para esse público. Tal informação é muito importante para a Berlini, pois mostra que a faixa de possíveis clientes da empresa tende a aumentar cada vez mais. O principal diferencial será oferecer cuidadores que são associados da empresa e garantir que sejam frequentemente treinados, atualizados em novos métodos.

#### **Referências:**

ANVISA. AGENCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA. **Resolução- RDC nº 36, de 25 de julho de 2013.** Disponível em: <https://url24.top/ChCDO> Acesso em: 20 out. 2022.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Censo Brasileiro de 2018.** São Paulo: IBGE, 2018. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/apps/populacao/projecao/index.html> Acesso em: 20 out. 2022.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Censo Brasileiro de 2010.** Brasil: IBGE, 2010. Disponível em: <https://educa.ibge.gov.br/jovens/conheca-o-brasil/populacao/20551-pessoas-com-deficiencia.html> Acesso em: 20 out. 2022.

RAMPAZZO, L. **Metodologia Científica:** Para alunos dos cursos de graduação e pós-graduação. São Paulo: Edições Loyola, 2005.

WILDAUER, W. **Plano de Negócios:** elementos constitutivos e processo de elaboração. Curitiba, PR: [s.n.], 2011.

---

## ANÁLISE DE VIABILIDADE PARA ABERTURA DE UMA EMPRESA DE ELETROTÉCNICA COM O APOIO DE UM PLANO DE NEGÓCIO

Bárbara Freitas Andreoli<sup>1</sup>; Clemliton Luís Bassetto<sup>2</sup>; Tascila Geovana Cardoso dos Santos<sup>3</sup>; Tatiene Martins Coelho Trevisanuto<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Aluna do 4º Ano de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – Andreoli.barbara@hotmail.com;

<sup>2</sup>Aluna do 4º Ano de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – tascilageovana@hotmail.com;

<sup>3</sup>Professor do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – profbassetto@gmail.com;

<sup>4</sup>Professora do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – tatienecoelho@hotmail.com

**Grupo de trabalho:** ADMINISTRAÇÃO

**Palavras-chave:** eletrotécnica, empreendedorismo, estudo de viabilidade, plano de negócio.

**Introdução:** No Brasil pode-se observar por meio do IBGE (2015) 37.661 entidades empresariais voltadas para a prestação de serviços de manutenção, reparação e instalação de máquinas e equipamentos, índice este relativamente inferior ao número de organizações tomadoras de serviços eletrotécnicos. Com relação a dimensão desse mercado, nota-se um baixo índice de mão-de-obra técnica especializada para atender a demanda existente. De acordo com o SENAC (2022), o cenário atual do curso técnico se tornou uma opção pouco procurada, tornando essa área prejudicada e relativamente desproporcional ao alto crescimento do mercado industrial. Diante das necessidades observadas, havendo dificuldades ao procurar profissionais com o conhecimento necessário, capazes de suprir as exigências do mercado, encontrou-se a oportunidade de desenvolver um novo negócio, que consiste na prestação de serviços eletrotécnicos com profissionais devidamente treinados.

**Objetivos:** Analisar a viabilidade da abertura de uma empresa especializada em eletrotécnica, que atua no ramo de manutenção de equipamentos elétricos industriais, comerciais e agronegócio.

**Relevância do Estudo:** Diante do número de indústrias no Brasil que utilizam maquinários e equipamentos elétricos, nota-se a necessidade de profissionais especializados capazes de suprir e atender a demanda existente no mercado. Com o baixo índice de mão de obra especializada e de qualidade na prestação de serviços eletrotécnicos, observa-se um aumento na procura de profissionais técnicos devidamente treinados.

**Materiais e métodos:** O artigo em questão refere-se a uma pesquisa de revisão bibliográfica que “[...] abrange toda bibliografia já tornada pública em relação ao tema de estudo [...] Sua finalidade é colocar o pesquisador em contato direto com tudo o que foi escrito, dito ou filmado sobre determinado assunto, inclusive conferências seguidas de debates que tenham sido transcritos por alguma forma, quer publicadas, quer gravadas” (MARCONI; LAKATOS, 2011, p. 183).

**Resultados e discussões:** Segundo Chiavenato (2005), plano de negócio é um conjunto de dados e informações sobre um empreendimento futuro, onde são definidas suas principais características proporcionando uma análise de viabilidade, sendo possível identificar seus riscos e oportunidades.

A empresa tem como foco a prestação de serviços eletrotécnicos no ramo industrial, comercial e agronegócio consistindo na manutenção, reparação e instalação de máquinas e

equipamentos elétricos como painéis, moto bombas, sistema de irrigação, caldeiras, entre outros, oferecendo aos clientes junto a prestação de serviços, garantia no atendimento pré e pós prestação, fornecendo assistência preventiva e atendimento emergencial.

O negócio tem como oportunidade a sazonalidade para a prestação de serviços, dado que durante o ano todo é solicitado os serviços prestados e não havendo picos específicos de demandas. Sendo essas constantemente altas, soma-se a oportunidade proveniente do avanço tecnológico, pois com o seu desenvolvimento e aumento, há maior ocorrência de implantação de máquinas e equipamentos, favorecendo o crescimento do mercado para atuação da Andreoli Eletrotécnica.

**Conclusão:** O plano de negócio é uma ferramenta que permite uma avaliação detalhada, a qual possibilita avaliar a viabilidade do empreendimento e que, segundo o SEBRAE (2022), permite reconhecer e restringir os riscos ainda de maneira abstrata, evitando ocorrências inesperadas durante a atuação no mercado, por meio da análise de estruturação.

### Referências

CHIAVENATO, IDALBERTO. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2005.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa industrial 2015**, Rio de Janeiro: v. 34, n.1, p.1-74, 2015. Disponível em: [https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/1719/pia\\_2015\\_v34\\_n1\\_empresa.pdf](https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/1719/pia_2015_v34_n1_empresa.pdf). Acesso em: 02 abr. 2022.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia do trabalho científico**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

SEBRAE. **Tudo o que você precisa saber para criar o seu plano de negócio**. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-elaborar-um-plano-de-negocio,37d2438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>. Acesso em: 23 maio. 2022.

SENAC. **Conheça 10 áreas em que faltam profissionais no Brasil**. Disponível em: <https://www.go.senac.br/noticia/2488-conheca-10-areas-em-que-faltam-profissionais-no-brasil>. Acesso em: 02 abr. 2022.

---

## ESTUDO PARA INTEGRAÇÃO E INTERNALIZAÇÃO DOS PROCESSOS DE NEGÓCIO DO GRUPO “ABC” DO SEGMENTO DE FRANQUIAS DE *FAST FOOD*

Daniel Salvalagio<sup>1</sup>; Gabriel do Nascimento Moreira<sup>2</sup>; Carlos Henrique Carobino<sup>3</sup>; Maria Inês Scurachio Sales<sup>4</sup>;

<sup>1</sup>Aluno do curso de Pós Graduação - MBA em Auditoria, Controladoria e Finanças – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – dsalvalagio@gmail.com;

<sup>2</sup>Aluno do curso de Pós Graduação - MBA em Auditoria, Controladoria e Finanças – Faculdades Integradas de Bauru – FIB -gabriel.nmoreira@hotmail.com;

<sup>3</sup>Professor do curso de Pós Graduação - MBA em Auditoria, Controladoria e Finanças – Faculdades Integradas de Bauru – FIB - carobino@bol.com.br

<sup>4</sup>Professora do curso de Pós Graduação - MBA em Auditoria, Controladoria e Finanças – Faculdades Integradas de Bauru – FIB - mariasales1@mail.com

**Grupo de trabalho:** CURSO DE PÓS GRADUAÇÃO – MBA EM AUDITORIA CONTROLADORIA E FINANÇAS

**Palavras-chave:** Processos, organização, internalização.

**Introdução:** O presente projeto de aplicação foi desenvolvido sobre o tema internalização de processos administrativos. A empresa foco deste estudo, o grupo de *fast food* ABC, tem seus processos administrativos parcialmente terceirizados no formato *Business Process Outsourcing* (BPO), de tal forma que seus processos financeiros, contábeis e fiscais são realizados em conjunto na sua sede administrativa e em uma empresa terceirizada. Com base na evolução das organizações, ao atingirem um certo tamanho, segundo Chiavenato (2003, p. 2) “as organizações tonam-se complexas e precisam ser administradas, e por fim, sua administração requer um aparato de pessoas estratificadas em vários níveis hierárquicos que se ocupam de atividades diferentes”. E ainda, segundo Kluyver (2007, p. 2), para a obtenção de competitividade as empresas precisam definir estratégias para obter eficácia operacional. “Estratégia diz respeito a posicionar uma organização para a obtenção de vantagem competitiva. Envolve escolhas a respeito de que setores participar, quais produtos e serviços oferecer e como alocar recursos corporativos”

**Objetivo:** Desenvolver a internalização e integração de processos administrativos do grupo “ABC”, localizado na cidade de Bauru, a fim de viabilizar o modelo de gestão centralizada internalizada.

**Relevância do Estudo:** Tendo em vista que os processos administrativos relevantes para o negócio da empresa estavam sendo parcialmente terceirizados, de forma descontinuada e com dualidades operacionais, resultando em perdas e riscos financeiros, notou-se a necessidade de centralizar tais processos por meio de internalização. Justifica-se à medida que proporcionará à empresa melhoria na qualidade dos processos ajustados e a eliminação dos riscos de redundâncias de execuções operacionais com a consequente redução de custos incorridos.

**Materiais e métodos:** Trata-se de pesquisa de abordagem qualitativa que se trata de “Qualquer tipo de pesquisa que produza resultados não alcançados através de procedimentos estatísticos ou de outro meios de quantificação” (STRAUSS; CORBIN, 2008, p. 23). Quanto aos objetivos, trata-se de pesquisa exploratória e descritiva. Pesquisas exploratórias, segundo Marconi e Lakatos (2006), são investigações empíricas que têm por objetivo formular questões ou problemas com as finalidades de clarificar e modificar conceitos, desenvolver hipóteses e aumentar a familiaridade com um fato, ambiente ou

fenômeno. Na pesquisa descritiva [...]. ” Tem-se a observação, o registro, a análise, a classificação e a interpretação, sem a interferência do pesquisador, portanto, “os fenômenos do mundo físico e humano são estudados, mas não são manipulados pelo pesquisador” (ANDRADE, 2009, p. 114). Quanto aos procedimentos técnicos, pesquisa bibliográfica e estudo de caso.

**Resultados e discussões:** Propôs-se a internalização dos processos em sua sede administrativa, que necessitará de uma estruturação de pessoal, para que os processos obtenham resultados mais eficientes, eficazes e com um menor custo. Os processos internalizados serão mais simples, rápidos e de menor burocracia e englobarão a área financeira, contábil e fiscal. Em geral, os processos serão triados, processados e executados integralmente na unidade local. O intuito é formular sistemas que tornem as informações fáceis de serem compreendidas e de fácil manuseio, para simplificação, eficácia, diminuição de erros nos processos e desoneração de custos. Os prazos para execução dos processos serão menores internamente, já que haverá menor burocracia para realização dos mesmos, e por fim, terá processos com maior rapidez de resposta à eventuais problemas.

**Conclusão:** A terceirização tem como um dos pressupostos a redução de custos, porém, percebeu-se que, no que se refere ao “grupo ABC”, acabou tornando-se onerosa e burocrática, que pode afetar a eficácia e competitividade do grupo, quando comparado ao mercado. A internalização proposta facilitará a tomada de decisão com elevação da competitividade, pela redução de falhas no processo e minimização do risco de exposição. Os objetivos traçados no presente estudo foram amplamente atingidos, todavia, torna-se essencial que em momentos posteriores, novas pesquisas sejam realizadas para ampliação e adequação das soluções que se propõem, face às constantes mudanças e inovações tecnológicas a que as empresas são submetidas.

## Referências

- ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução à metodologia do trabalho científico:** elaboração de trabalhos na graduação. 9.ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à teoria geral da administração:** uma visão abrangente da moderna administração das organizações. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.
- KLUYVER, Cornelis A. de; PEARCE II, John A. **Estratégia:** uma visão executiva São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
- MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Metodologia do trabalho científico:** procedimentos básicos, pesquisa bibliografia, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2006.
- MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia do trabalho científico:** procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos. 7.ed.6.reimpr. São Paulo: Atlas, 2011.
- SANTOS, Izequias Estevam dos Santos. **Manual de métodos e técnicas da pesquisa científica.** 5. ed. Niteroi, RJ: Impetus, 2005.
- STRAUSS, A.; CORBIN, J. **Pesquisa qualitativa:** técnicas e procedimentos para o desenvolvimento de teoria fundamentada. (Tradução Luciane de oliveira da Rocha). 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2008.

## ESTUDO DE VIABILIDADE PARA A INTERNALIZAÇÃO DO PROCESSO DE IMPORTAÇÃO DE PRODUTOS DA EMPRESA GAMA

Náthali Santana Morales<sup>1</sup>; Thais Martins Bruno<sup>2</sup>; Carlos Henrique Carobino<sup>3</sup>; Maria Inês S. Sales<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Aluna do curso de Pós Graduação – Faculdades Integradas de Bauru – FIB  
[nathali.s.morales@hotmail.com](mailto:nathali.s.morales@hotmail.com);

<sup>2</sup>Aluna do curso de Pós Graduação – Faculdades Integradas de Bauru – FIB  
[thais\\_scrp@yahoo.com.br](mailto:thais_scrp@yahoo.com.br);

<sup>3</sup>Professora do curso de Pós Graduação – Faculdades Integradas de Bauru – FIB  
[mariasales1@mail.com](mailto:mariasales1@mail.com);

<sup>4</sup>Professor do curso de Pós Graduação – Faculdades Integradas de Bauru – FIB  
[carobino@bol.com.br](mailto:carobino@bol.com.br).

**Grupo de trabalho:** Pós Graduação MBA em Auditoria Controladoria e Finanças

**Palavras-chave:** processos; importação; redução de custos.

**Introdução:** Atualmente, a empresa em estudo possui falhas em seu processo de importação, decorrente da terceirização, ocasionando reflexos negativos em específico na comunicação, controle de estoque e no planejamento financeiro. Pode-se entender por importação que se “trata de uma compra de produtos, bens ou serviços cujo recebimento será de um país diferente do de origem, ou seja, entrada de mercadorias estrangeiras em território nacional” (SOUSA, 2022, p.1). Para Bueno (2022), a importação encarrega-se de transportar produtos, bem ou serviços de países externos para dentro do mercado interno. O processo de importação pode ser dividido em três fases: administrativa, fiscal e cambial.

**Objetivos:** Desenvolver o processo de internalização das atividades de importação da empresa “Gama”, por meio da adequação do controle de estoque com o intuito de melhorias na gestão interna e reflexos positivos nos resultados financeiros.

**Relevância do Estudo:** Atualmente o processo de importação passa por uma empresa terceirizada responsável pelo controle dos pedidos, fechamento de câmbio e desembaraço aduaneiro, porém o controle de pedidos já realizados e do que deve ser pago, seja de câmbio ou de numerários, são repassados de forma imediata e não com planejamento adequado. Espera-se com o presente estudo desenvolver o processo de internalização das atividades de importação a fim de trazer melhorias de planejamento e gestão de estoque, redução de despesas financeiras e planejamento financeiro para o pagamento de câmbio e numerários para o desembaraço aduaneiro.

**Materiais e métodos:** trata-se de pesquisa de natureza qualitativa. Quanto aos objetivos, pesquisa exploratória é realizada por meio de revisões bibliográficas, visitas a web sites, artigos e revistas que são pertinentes ao estudo de acordo com Belluzzo e Feres (2013) e a descritiva estão voltadas à “descrição das características de determinada população”, e servem também, para “identificar possíveis relações entre variáveis” de acordo com Gil (2010, p. 27). Quanto aos procedimentos técnicos a característica da pesquisa documental é que a fonte de coleta de dados está restrita a documentos, escritos ou não. [...] (MARCONI; LAKATOS, 2009, p. 176), pesquisa bibliográfica corresponde ao levantamento, seleção e documentação de material já elaborado a partir de bibliografia já publicada em livros, revistas, jornais, boletins, monografias, teses, dissertações etc., sobre o assunto que está sendo pesquisado, com o objetivo de colocar o pesquisador em contato direto com todo o material já escrito sobre o mesmo (MARCONI; LAKATOS, 2006) e estudo de caso consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento (GIL, 2002).

**Resultados e discussões:** A empresa objeto do presente estudo, integra o segmento comercial de máquinas e equipamentos. Importa seus principais produtos da China, necessitando de processos internos que permita redução de tempo, previsibilidade e controles internos. Para tanto, remodelou-se o processo atual que se encontra terceirizado com a proposta que segue. A área comercial recebe o pedido do cliente, podendo aguardar até 10 dias para essa verificação no caso de encomenda, para se negociar com fornecedor na China, até 5 dias e solicitar inclusão de serial *number* e *EAN code* que identifica o modelo, país de origem e fabricante. O fornecedor tem prazo de 20 a 30 dias e envia o PI- Proforma *Invoice* (*orçamento*) e o PL (*Packing List*) documento de embarque que discrimina todas as mercadorias embarcadas. Conferidos tais documentos fecha-se o câmbio, em D+2 e realiza-se o pagamento do mesmo no prazo estipulado. O fornecedor carrega o container no porto de origem entre 3 a 5 dias, e, libera os documentos originais após o pagamento no prazo de 7 dias para a FEDEX (empresa de logística). A área de COMEX, em contato com a Aduaneira analisa os documentos e o NCM (Nomenclatura Comum do Mercosul), realiza os pagamentos das despesas aduaneiras e dos impostos para registrar a DI (Declaração de Importação – documento que registra os dados do processo de importação de mercadorias, onde são informados os dados do fabricante, importador, classificação fiscal da mercadoria e os valores de impostos) e faz a liberação portuária dentro de um prazo de 3 a 5 dias. Após o recebimento do container na empresa Gama realiza-se a devolução do mesmo no prazo de 10 a 14 dias, a partir da data de chegada no porto.

**Conclusão:** O estudo de aplicabilidade para a internalização do processo de COMEX da empresa “GAMA”, resultou em indicações de fatores pontuais com seus respectivos ganhos potenciais como: fatores no departamento comercial e de projetos em relação ao recebimento de pedidos uma otimização no tempo e melhor experiência de compra para o cliente; no estoque melhor previsibilidade e controle de estoque; e no financeiro maior previsibilidade nos pagamentos de câmbios e numerários.

#### **Referências:**

- BELLUZO, R.C.B; FERES, G.G. **Guia para apresentação de monografias de pós graduação**. NBR 14724: trabalhos acadêmicos em vigor a partir de abril de 2011. 6. ed. Revista e atualizada. Bauru, 2013.
- BUENO, Sinara. **Saiba o que é importação**. 2022 Disponível em: <https://www.fazcomex.com.br/importacao/>. Acesso em: 11 jun. 2022.
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliografia, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos**. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2006.
- SOUSA, Rafaela. **Diferença entre exportação e importação**. 2022. Disponível em: <https://brasilescola.uol.com.br/geografia/diferenca-entre-exportacao-importacao.htm>. Acesso em: 11 jun. 2022.
- STRAUSS, A.; CORBIN, J. **Pesquisa qualitativa: técnicas e procedimentos para o desenvolvimento de teoria fundamentada**. (Tradução Luciane de oliveira da Rocha). 2. ed. Porto Alegre: Artmed, (2008).

---

## ESTUDO PARA PRECIFICAÇÃO AJUSTADA DE MERCADORIAS E SEUS IMPACTOS NA COMPETITIVIDADE

Danielle Cristina Prieto<sup>1</sup>; Regiane G do Pinho Rodrigues<sup>2</sup>; Carlos Henrique Carobino<sup>3</sup>; Maria Inês Scurachio Sales<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Aluna do curso de Pós Graduação – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – [dan.prieto@hotmail.com](mailto:dan.prieto@hotmail.com);

<sup>2</sup>Aluno do curso de Pós Graduação – Faculdades Integradas de Bauru – FIB- [re-gianegomes@hotmail.com.br](mailto:re-gianegomes@hotmail.com.br);

<sup>3</sup>Professor do curso de Pós Graduação – Faculdades Integradas de Bauru – FIB [carobino@bol.com.br](mailto:carobino@bol.com.br).

<sup>4</sup>Professor do curso de Pós Graduação – Faculdades Integradas de Bauru – FIB [mariasales1@mail.com](mailto:mariasales1@mail.com)

**Grupo de trabalho:** Pós Graduação MBA em Auditoria, Controladoria e Finanças.

**Palavras-chave:** precificação; custos; lucratividade.

**Introdução:** O presente estudo trata-se do projeto de aplicabilidade na área de gestão de custos e precificação de mercadorias. Desenvolveu-se a partir da situação problema encontrada, de forma generalizada, nas empresas de pequeno porte que possuem dificuldades na formação ideal do seu preço final de venda. De acordo com Pereira (2021), possíveis erros para mais ou para menos são problemáticos, visto que, se for para mais, perde-se para o mercado; e se for para menos, o negócio fica comprometido” (PEREIRA, 2021, p. 80). Martins (2003) considera que, para administrar preços de venda, é fundamental conhecer o custo do produto; porém essa informação por si só, embora seja necessária, não é suficiente. Em síntese, a precificação pode ser definida a partir de três métodos diferentes e que se inter-relacionam: com base nos custos, no consumidor e na concorrência. (BRUNI; FAMÁ, 2012 apud PEREIRA, 2021).

**Objetivos:** Contribuir com as empresas de pequeno porte indicando a adequada precificação das mercadorias consubstanciada no desenvolvimento de planilha específica a ser utilizada como instrumento para a gestão de custos e preços.

**Relevância do Estudo** Geralmente, os gestores mantêm atuação superficial quando o tema é gestão dos custos para apuração do preço de venda, baseando-se apenas nos praticados pelos seus concorrentes, desconsiderando os elementos essenciais para a composição do preço de venda devidamente ajustado que produza resultado favorável. Embora haja inúmeras literaturas que abordam o assunto, percebeu-se a necessidade de agrupar e sintetizar os conhecimentos por meio do presente estudo. Assim, espera-se facilitar a compreensão e oferecer instrumentos para implementar e/ou melhorar o processo de precificação.

**Materiais e métodos:** Trata-se de pesquisa de natureza qualitativa. Segundo Gerhardt e Silveira (2009, p. 31), “a pesquisa qualitativa caracteriza-se pelo fato de não se preocupar “com representatividade numérica, mas sim, com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização”, proporcionando melhor visão e compreensão do contexto do problema. Quanto aos objetivos, pesquisa exploratória e descritiva: “Os estudos exploratórios não elaboram hipóteses a serem testadas no trabalho, restringindo-se a definir objetivos e buscar maiores informações sobre determinado assunto de estudo” (CERVO; BERVIAN, 2002, p. 69). De acordo com Gil (2010, p. 27), pesquisas descritivas estão voltadas à “descrição das características de determinada população”, e servem também, para “identificar possíveis relações entre variáveis”. Quanto aos meios, pesquisa

bibliográfica e estudo de caso. No que se refere à pesquisa bibliográfica, Gil (2010, p. 29) comenta que é elaborada com base em material já publicado e, tradicionalmente e inclui material impresso (livros, revistas, jornais, teses, dissertações e anais de eventos científicos, impressos ou disponibilizados pela internet). Estudo de caso consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento (GIL, 2002).

**Resultados e discussões:** Há muitos fatores que envolvem a precificação e que demandam de conhecimento técnico para sua identificação e apuração, revelando-se assim “gargalos” que impactam sobremaneira o preço de venda. Diante disso, é essencial que as empresas busquem o conhecimento de profissionais que possam auxiliá-las na verificação de todos os gastos envolvidos no processo de compra e venda, bem como possam orientá-las quanto a questões como os impostos incidentes na venda que demandam análise individualizada para a classificação fiscal adequada. Para auxiliar a alocação correta de todos os itens incidentes para a formação de preço, elaborou-se planilha que facilitará sobremaneira o custeamento dos produtos, por possibilitar o cálculo do preço de venda das mercadorias e fornecer informações importantes para a tomada de decisão, uma vez que foi construída de forma individualizada, cada componente do preço em um campo, clarificando ao gestor os elementos constitutivos de composição do custeamento de cada produto.

**Conclusão:** A elaboração da pesquisa bibliográfica permitiu-se identificar os pontos críticos a serem observados na formação do preço final de venda, que embasaram o desenvolvimento da Planilha de Precificação a ser utilizada como instrumento de gestão de custos, preços e tomada de decisão. Ressalta-se, por fim, que o estudo atingiu o objetivo proposto, ao desenvolver instrumento simplificado em planilha para que seja executada na prática pelos gestores de precificação. Contudo, a discussão do problema não se encerra por completo, devendo em momentos posteriores, com base em cenários diversos e a mutabilidade das frentes econômicas e financeiras ao qual as empresas de pequeno porte estão submetidas, a necessidade que outras pesquisas.

## Referências

CERVO, A. L. BERVIAN, P. A. **Metodologia científica**. 5.ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GERHARDT, T .E.; SILVEIRA, D. T. (orgs). **Métodos de Pesquisa**. Porto Alegre: UFRGS, 2009.

MARTINS, E. **Contabilidade de Custos**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

PEREIRA, M. L. **Gestão de custos e preços** [livro eletrônico]. Curitiba: Intersaberes, 2021. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/191709>. Acesso em: 11 jun. 2022.

## DESENVOLVIMENTO DO PROCESSO DE ANÁLISE PRELIMINAR PARA A CONCESSÃO DE CRÉDITO DA EMPRESA “DELTA”

Anamaria Rocha D'Oliveira<sup>1</sup>; Natalia de Alcantara Brito Nunes<sup>2</sup>; Carlos Henrique Carobino<sup>3</sup>; Maria Inês Scurachio Sales<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Aluna de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB - [anaroliveira@hotmail.com](mailto:anaroliveira@hotmail.com) ;

<sup>2</sup>Aluno de Administração – Faculdades Integradas de Bauru-FIB [natalianunes.m@gmail.com](mailto:natalianunes.m@gmail.com)

<sup>3</sup>Professor do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB [carobino@bol.com.br](mailto:carobino@bol.com.br)

<sup>4</sup>Professora do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB  
[mariasales1@mail.com](mailto:mariasales1@mail.com)

**Grupo de trabalho:** POS GRADUAÇÃO – MBA- AUDITORIA, CONTROLADORIA E FINANÇAS

**Palavras-chave:** análise de crédito; limite de crédito; critérios de análise de crédito.

**Introdução:** A administração financeira é fundamental em qualquer organização, visando evitar risco de crédito, equilibrar os objetivos de lucro com as necessidades do cliente. A meta é atingir um objetivo de lucro com ajuste de risco, e satisfazer os clientes, ao mesmo tempo em que se mantém um sólido portfólio de crédito. Define-se risco de crédito como “a possibilidade de perdas resultantes pelo não recebimento de valores contratados junto a clientes em decorrência da incapacidade econômico-financeira destes mesmos clientes” (SENDESKE, 2015, p. 7). O processo de análise de crédito, que é definido pelas políticas de crédito das empresas, delimita os indicadores de inadimplência a serem suportados pelas empresas. Para identificar a capacidade de pagamento de um tomador de crédito, o mercado utiliza-se dos fundamentos conceituais dos cinco Cs do crédito: caráter, capacidade, capital, garantias (collateral), condições (ASSAF NETO; LIMA, 1997). A indústria de instrumentos e equipamentos hospitalares “Delta” objeto do estudo, possui como negócio principal a industrialização de produtos médico-hospitalares que, embora industrialize e comercialize produtos essenciais voltado à saúde das pessoas, tem se sujeito a inadimplências comuns existentes no mercado onde atua.

**Objetivos:** Desenvolver processo de análise de crédito preliminar para uma indústria de instrumentos e equipamentos médico-hospitalares, com o intuito de mitigar a inadimplência.

**Relevância do Estudo:** A empresa objeto do presente estudo mantém nível não desejável de inadimplência para o segmento de atuação em sua carteira de recebíveis. Percebeu-se que, no processo de venda, inexistia análise de crédito preliminar dos clientes provocando dificuldades para reaver os créditos concedidos. O estudo permitirá à empresa rever o modelo atual adotado com a implantação de metodologia específica que, de forma preliminar, subsidiará os tomadores de decisão na aprovação cadastral dos clientes e na qualidade dos créditos concedidos.

**Materiais e métodos:** Pesquisa de natureza qualitativa que, para Raupp; Beuren (2003) é uma forma profunda a forma de tratar o fenômeno estudado e descreve a complexidade de um problema, analisando, compreendendo e classificando as variáveis com os processos dinâmicos ocorridos. Quanto aos objetivos, da pesquisa exploratória que, segundo Marconi e Lakatos (2006), são investigações empíricas que têm por objetivo formular questões ou problemas com as seguintes finalidades: clarificar e modificar conceitos, desenvolver hipóteses, e com vistas à uma futura pesquisa, aumentar a familiaridade com um fato, ambiente ou fenômeno. E por fim, “a pesquisa descritiva tem como característica a padronização da coleta de dados e busca entender a relação entre as variáveis que são estudadas. Tem-se a observação, o registro, a análise, a classificação e a interpretação,

sem a interferência do pesquisador, portanto, “os fenômenos do mundo físico e humano são estudados, mas não são manipulados pelo pesquisador” (ANDRADE, 2009, p. 114). Os procedimentos foram por meio de pesquisa bibliográfica e estudo de caso.

**Resultados e discussões:** Observa-se que, a empresa objeto do estudo, não possui processo definido para análise e concessão de crédito, o que motivou os pesquisadores a realizarem o diagnóstico situacional com registros e apontamentos dos *gaps* e, por fim, o desenvolvimento de processo atendeu às necessidades dos seus usuários internos e externos da organização. Foram efetuadas cinco análises, embasadas nos conceitos dos 5 Cs do crédito: de caráter, da capacidade financeira, de capital, de condições externas, e de análise colateral. Após, elaborou-se documento cadastral específico, com prazo de validade de seis meses, para permanente atualização.

**Conclusão:** A adoção de política de crédito simplificada, todavia pontual às necessidades atuais da empresa e amparada nos conceitos do (5Cs), permitirá reduzir sobremaneira os riscos assumidos pelas empresas na concessão de crédito com mitigação dos riscos. Com adoção de política de análise de crédito segura, as decisões nas concessões de crédito aos clientes serão assertivas e eficazes, fazendo com que a empresa mantenha sua solvência preservada e demonstre qualidade perante seus investidores e fornecedores e, o principal, que seus recebimentos sejam realizados em dia, refletindo diretamente no seu fluxo de caixa. Sugere-se aos gestores da organização envolvida no presente estudo mudanças de postura gerencial, como: maior conscientização e melhor execução das tarefas, utilização de instrumentos de gestão com recursos customizados operacionalizados pela WEB, treinamento dos funcionários envolvidos no novo processo e nos instrumentos elaborados, o que permitirá segurança para as tomadas de decisão no processo de concessão de crédito, mitigação dos riscos e liquidez no retorno do crédito concedido. Por fim, observar-se que o estudo atingiu na sua plenitude os objetivos traçados, todavia, devem ser relativizados para o momento de sua realização e, em cenários futuros, novos estudos devem ser direcionados para o processo desenvolvido, permitindo-se, assim, adequação às mudanças impostas pelo mercado.

#### **Referências:**

ASSAF NETO, Alexandre e Silva, César A. Tibúrcio. **Administração do Capital de Giro**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1997.

GIL, A.C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliografia, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos**. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2006.

RAUPP, Fabiano Maury; BEUREN, Ilse Maria. Metodologia da pesquisa aplicável às ciências sociais. In: **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade**. Teoria e prática. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

SENDESKE, Ana Paula. **Análise comparativa sobre implantação de método de análise de crédito em uma empresa no ramo de combustíveis**. 2015. Disponível em: [http://riut.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/22283/3/PB\\_EGCF\\_X\\_2015\\_02.pdf](http://riut.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/22283/3/PB_EGCF_X_2015_02.pdf). Acesso em: 20 ago. 2022.

---

## ESTUDO COMPARATIVO DOS IMPACTOS ECONÔMICOS E FINANCEIROS NA EMPRESA “ABC” NAS OPÇÕES DOS MODELOS TRIBUTÁRIOS: SIMPLES NACIONAL, LUCRO PRESUMIDO E LUCRO REAL

Anísio Xavier de Barros Neto<sup>1</sup>; Bruno Aparecido Rodrigues<sup>2</sup>; Maria Inês Scurachio Sales<sup>3</sup>; Carlos Henrique Carobino<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Aluna de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – [anisioxavier@hotmail.com](mailto:anisioxavier@hotmail.com);

<sup>2</sup>Aluno de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB [bruno.rodrigues01@hotmail.com](mailto:bruno.rodrigues01@hotmail.com);

<sup>3</sup>Professora do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB  
[mariasales1@mail.com](mailto:mariasales1@mail.com)

<sup>4</sup>Professora do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB  
[carobino@bol.com.br](mailto:carobino@bol.com.br)

**Grupo de trabalho:** Pós Graduação - MBA em Auditoria, Controladoria e Finanças

**Palavras-chave:** Simples Nacional, Lucro Presumido, Viabilidade.

**Introdução:** Na atual conjuntura de mercado, com elevação da competitividade e incertezas ambientais e acirramento concorrencial, o planejamento tributário possui papel relevante na melhor estratégia de negócio, uma vez que os encargos associados a impostos e taxas são geralmente, mais representativos do que o próprio custo de produção. Segundo Oliveira (2009), esclarece que o Planejamento Tributário auxilia no controle do ônus tributário e resulta em rentabilidade para a empresa. Porém, não deve ser confundido com sonegação fiscal, pois planejar é uma forma de escolher entre duas ou mais opções legais que busca a redução dos custos com tributos (OLIVEIRA, 2011). De modo geral, o que se pode evidenciar é que para determinadas atividades o Simples Nacional é a melhor opção enquanto, para outras atividades, seria o Lucro Presumido ou Lucro Real. O regime tributário é de responsabilidade dos empresários, que devem escolher o melhor para o próximo ano-calendário da empresa de acordo com uma análise realizada no último período. A empresa “ABC” do ramo comércio varejista, situada na cidade de Bauru/SP, optante pelo regime Simples Nacional, carece de orientações técnicas relacionada a apuração de imposto para redução de tributos e avaliar os impactos financeiros e econômicos. Com isso torna-se premente realizar um estudo referencial bibliográfico comparativo entre os sistemas de tributação para auxiliar a empresa “ABC” na melhor escolha quanto ao regime tributário.

**Objetivos:** Desenvolver estudo comparativo dos regimes tributários de empresa “ABC” que se enquadra no Simples Nacional, com o intuito de demonstrar a viabilidade econômica e financeira comparável com o regime do Lucro Presumido e Lucro Real.

**Relevância do Estudo:** As empresas optantes pelo regime tributário Simples Nacional ao atingirem teto de faturamento estipulado por lei, necessitam tomar decisão sobre a opção pelo regime a ser utilizado e percebe-se que inexistem estudos estratégicos para a tomada de decisão adequada.

**Materiais e métodos:** Trata-se de Pesquisa de abordagem qualitativa, exploratória e descritiva. Uma pesquisa exploratória, que de acordo com Belluzzo; Feres (2013) é realizada por meio de revisões bibliográficas, visitas a web sites, artigos e revistas que são pertinentes ao estudo. Descritiva, de acordo com Gil (2010, p. 27), estão voltadas à “descrição das características de determinada população”, e servem também, para “identificar possíveis relações entre variáveis”. Quanto aos meios técnicos, pesquisa bibliográfica que corresponde ao levantamento, seleção e documentação de material já elaborado a partir de bibliografia já publicada sobre o assunto que está sendo pesquisado (MARCONI; LAKATOS, 2006), pesquisa documental e estudo de caso. A característica da

pesquisa documental é que a fonte de coleta de dados está restrita a documentos, escritos ou não. [...] (MARCONI; LAKATOS, 2009, p. 176). e estudo de caso consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento (GIL, 2002).

**Resultados e discussões:** A empresa objeto do presente estudo apresentou o seu faturamento hipotético obtido no ano de 2021 com a finalidade de realizar estudo comparativo entre o atual regime da empresa com os demais regimes tributários. Assim, com fundamento em números hipotéticos os valores desembolsados com os impostos ICMS, PIS, CONFINS, CSLL, IRPJ, ISS e a CPP no regime Simples Nacional apurou-se o valor total pago no ano de exercício de 2021 de R\$ 361.612,80. Já pelo regime tributário do lucro presumido, com base o faturamento total do ano de 2021 em nível hipotético os valores desembolsados com os impostos ICMS, PIS, CONFINS, CSLL, IRPJ, ISS apurou-se o valor total pago no ano de exercício de 2021 de R\$ 532.763,26. E analisando o regime tributário lucro real com base o faturamento total do ano de 2021 em nível hipotético os valores desembolsados com os impostos ICMS, PIS, CONFINS, CSLL, IRPJ, ISS apurou-se o valor total pago no ano de exercício de 2021 de R\$ 694.603,23. Indicou-se que a melhor opção é a manutenção do regime atual (Simples Nacional), pois apresenta uma diferença de 32,13% com relação ao Lucro Presumido e 47,94% em relação ao Lucro Real.

**Conclusão:** Verificou-se a diferença entre os regimes tributários Simples Nacional, Lucro Presumido e Lucro Real, evidenciando as características de cada um, bem como as suas formas de cálculo e resultados diferentes entre si, evidenciando a manutenção do regime atual como o mais adequado. O estudo também evidenciou que, diante das constantes mudanças na legislação tributária, crise econômica, prejuízos sucessivos o planejamento tributário é a única forma lícita e necessária para se manter competitivo no ramo de atuação.

## Referências

- BELLUZO, R. C. B; FERES, G. G. **Guia para apresentação de monografias de pós graduação**. NBR 14724: trabalhos acadêmicos em vigor a partir de abril de 2011. 6. ed. Revista e atualizada. Bauru, 2013.
- GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliografia, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos**. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2006.
- MARCONI, M. A. e LAKATOS, E. M. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- OLIVEIRA, Gustavo Pedro de. **Contabilidade Tributária**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.
- OLIVEIRA, Luís Martins de *et al.* **Manual de contabilidade tributária: textos e testes com as respostas**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

---

**DESENVOLVIMENTO DO PROCESSO UNIFICADO DE COBRANÇA ADMINISTRATIVA DE “CRÉDITOS TRIBUTARIOS VENCIDOS”.**  
**ESTUDO DE CASO: PREFEITURA MUNICIPAL DO MUNICÍPIO “ALFA”**

Jaqueline Pereira de Souza<sup>1</sup>; João Carlos Brandão Junior<sup>2</sup>; Carlos Henrique Carobino <sup>3</sup> Maria Inês Scurachio Sales<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Aluna de Pós-Graduação Auditoria Controladoria e Finanças – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – [jaqueline.diasmj89@gmail.com](mailto:jaqueline.diasmj89@gmail.com);

<sup>2</sup>Aluno de Pós-Graduação Auditoria Controladoria e Finanças – Faculdades Integradas de Bauru – FIB [juninho14601@hotmail.com](mailto:juninho14601@hotmail.com);

<sup>3</sup>Professor do curso Pós-Graduação Auditoria Controladoria e Finanças – Faculdades Integradas de Bauru – FIB [carobino@bol.com.br](mailto:carobino@bol.com.br).

<sup>4</sup>Professora do curso Pós-Graduação Auditoria Controladoria e Finanças – Faculdades Integradas de Bauru – FIB- [mariasales1@mail.com](mailto:mariasales1@mail.com)

**Grupo de trabalho:** Pós-Graduação Auditoria Controladoria e Finanças – Faculdades Integradas de Bauru – FIB

**Palavras-chave:** Processo unificado de cobrança. Pré-execução fiscal. Administração Pública.

**Introdução:** O presente estudo motivou-se pela ausência de controle efetivo da Prefeitura do município “Alfa” Atualmente, a prefeitura não dispõe de processo e de área específica para realizar a gestão administrativa de cobranças e negociações dirigidas a devedores de tributos municipais, Tal fato tem gerado custos desnecessários, visto que, a totalidade dos inadimplentes é posta à execução de suas dívidas, no prazo prescricional limite de cinco anos, com custos processuais que poderiam ter sido evitados se houvesse um programa específico antecipado de cobrança administrativa.

**Objetivo:** Desenvolver processo unificado de cobrança administrativa de tributos lançados e vencidos da Prefeitura Municipal do município “Alfa”, com o intuito de contribuir com a elevação no fluxo de ingressos financeiros, redução da inadimplência e das execuções fiscais

**Relevância do Estudo:** A criação do processo de cobrança efetiva anterior à fase executiva possibilitará ganhos financeiros efetivos na construção do fluxo de caixa da entidade. Justifica-se o presente estudo face às possibilidades reais e efetivas de redução dos custos financeiros das execuções fiscais e antecipação de ingressos de receitas com a adoção do processo proposto.

**Materiais e métodos:** Trata-se de pesquisa: quanto à natureza, qualitativa; quanto aos objetivos, exploratória e descritiva; quanto aos procedimentos técnicos, pesquisa bibliográfica e estudo de caso. Pesquisa qualitativa não se preocupa “com representatividade numérica, mas sim, com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização” [...] (GERHARDT; SILVEIRA, 2009, p. 31). Para Belluzzo; Feres (2013) pesquisa exploratória é realizada por meio de revisões bibliográficas, visitas a *web sites*, artigos e revistas que são pertinentes ao estudo. Gil (2010, p. 27) comenta que pesquisas descritivas estão voltadas à “descrição das características de determinada população”, e servem também, para “identificar possíveis relações entre variáveis”. A pesquisa bibliográfica, para Gil (2010, p. 29), é elaborada com base em material já publicado e, tradicionalmente e inclui material impresso (livros, revistas, jornais, teses, dissertações e anais de eventos científicos, impressos ou disponibilizados pela internet). Estudo de caso consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos,

de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento (GIL, 2002). O objeto de estudo constituiu-se nas dívidas tributárias municipais vencidas em períodos pré-processuais de execução.

**Resultados e discussões:** A prefeitura do município “Alfa”, não dispõe de processo e de área específica para realizar a gestão administrativa de cobranças. A cobrança administrativa, pré-processual é sintetizada por um único ato que é iniciado pelo setor de dívida ativa da prefeitura, utilizando-se de notificação/resposta padrão, enviada aos correios com AR. Pode-se entender Dívida ativa como “o crédito devido ao Estado, vencido e não pago, com força executiva, seja de natureza tributária (nas relações com tributos) ou não tributária (oriundas de outras relações com o Estado) (MADEIRA, 1971, p. 9). “O contribuinte que tiver dívida ativa em aberto sendo proveniente de impostos, taxas, contribuições de melhoria e multas de qualquer natureza junto ao fisco, deve ser cobrado judicialmente”. “[...] Denomina-se execução fiscal a ação de que dispõe a Fazenda Pública para a cobrança de seus créditos, sejam tributários ou não, desde que inscritos como Dívida Ativa” (MACHADO, 2013, p. 424, 425). Propôs-se para a Prefeitura do Município “Alfa”, a construção de um processo unificado de cobrança pré-execução fiscal para o controle mensal e anual com a criação da “régua do tempo de cobrança”, com três etapas de cobranças e o Programa Permanente de Recuperação de Créditos Tributários - PPRC inserido na régua do tempo, aliados a tecnologias adquiridas para o melhor desempenho das cobranças de débitos vencidos não pagos. O estudo teórico pode contribuir com melhorias para o município, com a elevação no fluxo de ingressos financeiros, redução da inadimplência e das execuções fiscais.

**Conclusão:** O estudo apresenta proposta de adoção da “régua de cobrança pré-processual” com indicação em três etapas: envio de SMS, notificação via correio A/R e cobrança administrativa cartorária. A utilização dos canais tecnológicos como a internet com o uso do *site* da Prefeitura Alfa e do *Short Message Service (SMS- Serviço de Mensagens Curtas)*, proporcionará agilidade no processo de cobrança administrativa atual e reconhecimento de forma instantânea dos débitos vencidos e não pagos. A idealização do Programa Permanente de Recuperação de Créditos Tributários - PPRC trará benefícios diretos à entidade pública com a possibilidade do parcelamento *online*, descontos nas condições à vista e a prazo, com indução de benefícios ao contribuinte da entidade municipal.

## Referências

- BELLUZO, R.C.B; FERES, G.G. **Guia para apresentação de monografias de pós graduação**. NBR 14724: trabalhos acadêmicos em vigor a partir de abril de 2011. 6. ed. Revista e atualizada. Bauru, 2013.
- GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo (orgs). **Métodos de Pesquisa**. Porto Alegre: UFRGS, 2009.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- MACHADO, H.B. M. **Curso de direito tributário**. 22. ed. São Paulo: Malheiros, 2003.
- MADEIRA, A. S. **Lei de Execução Fiscal** (Lei nº 6830 de 22 de setembro de 1980) anotado e comentada sob a égide jurisprudencial do Superior Tribunal de Justiça / Anderson Soares Madeira – 2 ed. rev., atual e ampl. – Rio de Janeiro: Freitas Bastos, 2013.

---

**INTEGRAÇÃO DO PROCESSO RELACIONAL DAS ÁREAS DE PRODUÇÃO,  
FINANÇAS E VENDAS “SOB A ÓRBITA FINANCEIRA”.  
ESTUDO DE CASO: EMPRESA BAURUENSE “K”**

Maria Rita Lopes Picoloto<sup>1</sup>; Pedro Almeida Prado Junior<sup>2</sup>; Carlos Henrique Carobino<sup>3</sup>; Maria Inês Scurachio Sales<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Aluna de Pós Graduação – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – [mariarita\\_lopez@hotmail.com.br](mailto:mariarita_lopez@hotmail.com.br)

<sup>2</sup>Aluno de Pós-Graduação – Faculdades Integradas de Bauru – FIB –  
[papradojr@hotmail.com.br](mailto:papradojr@hotmail.com.br)

<sup>3</sup>Professor de Pós Graduação – Faculdades Integradas de Bauru – FIB [carobino@bol.com.br](mailto:carobino@bol.com.br)

<sup>4</sup>Professora de Pós Graduação – Faculdades Integradas de Bauru – FIB [mariasales1@mail.com](mailto:mariasales1@mail.com)

**Grupo de trabalho:** PÓS-GRADUAÇÃO – MBA- AUDITORIA, CONTROLADORIA E FINANÇAS.

**Palavras-chave:** Sistema Integrado de Gestão (SIG), *Enterprise Resource Planning (ERP)*, Fluxo de Caixa, Planejamento de Recursos.

**Introdução:** Apresenta-se o estudo para integração relacional das áreas de produção, finanças e vendas, por meio de reestruturação do processo atual da empresa bauruense “K”, propondo a implementação de um Sistema Integrado de Gestão, com a interação e a sistematização do fluxo de caixa.

**Objetivo:** Propor a reestruturação do processo relacional sob o aspecto financeiro, no que tange às áreas de produção, finanças e vendas, viabilizando a integração sistêmica e interação entre os usuários.

**Relevância do Estudo:** a empresa foco deste estudo tem comprometido o gerenciamento em nível global das finanças da empresa pela os *gaps* de comunicação e desintegração dos processos relacionais entre as áreas de produção, finanças e vendas, com impacto negativo no fluxo de caixa. A proposta de integração sistêmica entre as áreas citadas terá impactos diretos na construção do fluxo de caixa e, por consequência, nos resultados finais da empresa.

**Materiais e métodos:** Trata-se de pesquisa de natureza qualitativa que, de acordo com Oliveira (2020), é um processo de reflexão e análise da realidade que pode ser desenvolvido por observações, aplicação de questionários, entrevistas e análise de dados, que deve ser apresentada de forma descritiva. Quanto aos objetivos, pesquisa exploratória e descritiva. Segundo Severino (2007), a pesquisa exploratória busca levantar informações sobre um determinado objeto, delimita um campo de trabalho, mapeia as condições de manifestação desse objeto. Segundo Gil (2017) a pesquisa descritiva tem por objetivo alçar opiniões, crenças de uma população e atitudes e descreve características populacionais e fenômenos.

Quanto aos procedimentos técnicos caracteriza-se por pesquisa bibliográfica e estudo de caso. Pesquisa bibliográfica é realizada com base em material já publicado e, inclui material impresso e outros tipos de fontes, como o material disponibilizado pela Internet (GIL, 2017). O estudo de caso, de acordo com Farias Filho; Arruda Filho (2015) é usado na construção de hipóteses e na reformulação de problema, envolve o estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos e permite o seu amplo e detalhado conhecimento. Teve como objeto de estudo o processo relacional sob o aspecto financeiro, no que tange às áreas de produção, finanças e vendas da empresa bauruense “K”.

**Resultados e discussões:** Foi proposto no estudo reavaliar e remodelar o formato de integração relacional e sistêmica entre as áreas de vendas, produção e finanças. Segundo Hoji e Eleutério (2019) a integração por meio de *Enterprise Resource Planning- ERP* facilita a utilização de informações para todas as áreas, criando uma sinergia entre elas e proporciona maior rapidez nas tomadas de decisões pelo acesso mais rápido às informações. Enfatizam os autores que, para o sucesso da gestão empresarial é necessário que a integração das informações seja adequada às características da empresa e que haja o engajamento de todos os colaboradores. Como o centro da discussão é o impacto negativo que o fluxo de caixa recebia por não ter um canal relacional sistêmico entre as três áreas, foi proposto também neste estudo dar maior atenção a essa ferramenta de gestão. De acordo com Zdanowicz (2004, p. 19), o fluxo de caixa é um instrumento fundamental ao administrador financeiro que lhe permitirá “planejar, organizar, coordenar, dirigir e controlar os recursos financeiros da empresa”, e com isso melhor controlar e monitorar as transações e os recursos financeiros, desde as despesas decorrentes do cumprimento das obrigações até a receita obtida pela venda de produtos.

**Conclusão:** Como forma de solucionar os problemas detectados propôs-se no estudo: a implantação de um Sistema Integrado de Gestão - SIG para customizar o módulo financeiro, com *interface* direta com as demais áreas envolvidas no estudo, o desenvolvimento um novo macro fluxo relacional, o controle do fluxo de caixa com acesso em *real time* via sistema integrado e a interação relacional entre as áreas envolvidas. Ressalta-se que os objetivos do estudo foram atingidos em sua plenitude e, frente à complexidade dos ambientes a que a empresa está submetida torna-se indispensável que estudos futuros sejam realizados com intuito de revisar a presente proposta.

## Referências

- FARIAS FILHO, M. C.; ARRUDA FILHO, E. J. M. **Planejamento da pesquisa científica**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2015.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2017.
- HOJI, M.; LUZ, E. A. **Gestão financeira e econômica**: Didática, objetiva e prática. São Paulo: Atlas, 2019.
- OLIVEIRA, M. M. de. **Como fazer pesquisa qualitativa**. Rio de Janeiro: Vozes, 2016.
- SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Cortez, 2007.
- ZDANOWICZ, J. E. **Fluxo de caixa**: uma decisão de planejamento e controle financeiro. 10 ed. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2004.

---

## A IMPORTÂNCIA DA PADRONIZAÇÃO DE PROCESSOS NAS EMPRESAS

Tascila Geovana Cardoso dos Santos<sup>1</sup>; Tatiene Martins Coelho Trevisanuto<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Aluna do 4º Ano de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB  
tascilageovana@hotmail.com;

<sup>2</sup>Professora do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB  
tatiencoelho@hotmail.com.

**Grupo de trabalho:** ADMINISTRAÇÃO

**Palavras-chave:** definição de processos, padronização, processos, procedimentos, qualidade.

**Introdução:** Os processos que segundo Adair (1996) significa “uma série de tarefas ou etapas que recebem insumos (materiais, informações, pessoas, máquinas, métodos) e geram produtos (produto físico, informação, serviço), usados para fins específicos por seu receptor” estão intrínsecos em todas as empresas de alguma maneira, no entanto, nem todas possuem padronização em seus processos, bem como a consciência da importância e benefícios dela. De acordo com Silva e Silva (2017), com o objetivo de buscar melhoria, a padronização reúne as equipes de trabalho e gera-se uma discussão sobre os processos executados e assim colabora para empresa se destacar no mercado por meio do seu desenvolvimento. Silva e Silva (2017) ressalta que os processos produtivos e administrativos estão passando por mudanças contínuas e também se tornam mais difíceis. Diante disso, a padronização é vista como uma necessidade de que as empresas a tenham como prioridade.

**Objetivos:** Demonstrar a importância e a necessidade de padronizar processos e descrever quais são os impactos dessa ação.

**Relevância do Estudo:** A padronização de processos tem como objetivo normatizar e organizar fluxos de trabalho a fim de aumentar a produtividade e efetivar os lucros. As empresas que desejam ter melhoria contínua, desenvolvimento do negócio e/ou diminuição de gargalos, convém ter processos definidos e padronizados para um funcionamento eficiente a fim de atingir seus objetivos com êxito.

**Materiais e métodos:** A metodologia utilizada no estudo trata-se de pesquisa bibliográfica, descritiva e bibliográfica que segundo Andrade (2006) possibilita obter mais informação de determinado assunto, com base nos conceitos e práticas apresentadas e de acordo.

**Resultados e discussões:** A importância de as empresas possuírem padronização de seus processos, é aplicável a todas, independentemente de porte e segmento, dado os benefícios que trarão desenvolvimento para a empresa. Segundo Silva e Silva (2017) a padronização promove melhor atendimento aos clientes e também permite que os funcionários passem por capacitação do que foi estabelecido, bem como facilita para os novos empregados nos desenvolvimentos de suas atividades.

Para a TOTVS (2020), as vantagens da padronização estão relacionadas as atividades executadas com êxito, ou seja, as tarefas são feitas de maneira consistente, com o nível qualidade constante, independentemente do colaborador que a realizou. Dessa forma, os resultados não são prejudicados em casos de troca de equipe.

Além disso, a TOTVS (2020) também aponta a redução de falhas como um benefício da padronização, pois, ao definir um padrão para cada atividade, o resultado sairá como esperado independente do horário e de quem faça. Outro impacto positivo da padronização

é o aumento da produtividade e a redução de custos. Dada a efetividade da padronização, provavelmente não haverá desperdícios e terá investimentos certos, assim, os lucros podem aumentar (TOTVS, 2020).

Ainda, Corrêa (2019) enfatiza os processos sem padrões ou rotinas obsoletas que não são cumpridas ou questionadas, não há previsibilidade para os resultados da empresa.

**Conclusão:** Os benefícios e vantagens da padronização de processos revelam a importância de tal, o que promove a percepção da necessidade das empresas regularizarem seus processos e obterem a percepção de que eles vão além da própria atividade executada. A padronização promove a formalização para os todos os envolvidos e define qual é a melhor forma de executar um processo. Nesse sentido, a empresa tem maior garantia de que o serviço executado terá uniformidade, independente de quem a execute. A partir da padronização dos processos é possível ter uma maior previsibilidade em prazos e qualidade, além de um serviço executado com o melhor custo benefício.

### Referências

ADAIR, CHARLENE B., MURRAY, BRUCE A. **Revolução total dos processos:** estratégias para maximizar o valor do cliente. São Paulo: Nobel, 1996.

ANDRADE, M.M. **Introdução à metodologia do trabalho científico.** 7. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

CORRÊA, FERNANDO RAMOS. **Gestão da qualidade.** Rio de Janeiro: Fundação Cecierj, 2019.

SILVA, ROSINDA ANGELA DA., SAILVA, OLGA ROSA DA. **Qualidade, padronização e certificação.** 1. ed. Curitiba: Intersaberes, 2017.

TOTVS. **Padronização de processos:** O que é e como implementar?. Disponível em: <https://www.totvs.com/blog/negocios/padronizacao-de-processos/>. Acesso em: 16 out. 2022.

---

## SALÃO DE BELEZA MÓVEL: UM ESTUDO DE VIABILIDADE COM O APOIO DE UM PLANO DE NEGÓCIO

Ariadine C. Linhares Cunha<sup>1</sup>; Tatiene Martins Coelho Trevisanuto<sup>2</sup>; Clemlilton Luís Bassetto<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Aluna de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – [ariadinelinhares@yahoo.com.br](mailto:ariadinelinhares@yahoo.com.br)

<sup>2</sup>Professora do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB

<sup>2</sup>Professor do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB

**Grupo de trabalho:** ADMINISTRAÇÃO

**Palavras-chave:** plano de negócios, empreendedorismo, mercado de beleza

**Introdução:** O Brasil é quarto maior mercado de beleza e cuidados pessoais do mundo. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o brasileiro gasta mais com beleza do que com comida, o que, juntamente com outras pesquisas faz com que se conclua que a indústria de estética é um mercado amplo e em grande expansão, onde se pode considerar o crescimento dos consumidores de produtos e serviços oferecidos pelo mercado de beleza. Além disso, sabe-se da importância de um plano de negócios quando se pretende colocar em prática a ideia de um novo empreendimento para que suas chances de sucesso aumentem, pois, um plano de negócios é um instrumento de planejamento, apresentando todas as etapas envolvidas na implementação de uma ideia de forma organizada.

**Objetivos:** Apresentar um estudo de viabilidade para abertura de um salão de beleza móvel.

**Relevância do Estudo:** Um plano de negócios é um instrumento de planejamento, apresentando todas as etapas envolvidas na implementação de uma ideia de forma organizada. Pensando nisso, e também na inovação do mercado de beleza, este trabalho traz um estudo de viabilidade utilizando-se de um plano de negócios para implementar uma nova ideia a fim de modernizar e expandir o mercado de beleza.

**Materiais e métodos:** Trata-se de estudo de revisão de literatura que utilizou material bibliográfico sobre o tema abordado, tais como artigos científicos e periódicos, que apresentam definições e principais aplicações de um plano de negócios e da elaboração de um plano de negócios como estudo de viabilidade de uma nova empresa.

**Resultados e discussões:** O mercado de beleza se tornou uma das áreas de maior expansão no mundo atual, isso se dá principalmente pelas mudanças de valores da humanidade ao longo dos anos, e que continua mudando. Castro (2007 apud GELAIN; OLIVEIRA, 2014) descreve que grande parte das mudanças advém da estética e como esta influencia na vida e no comportamento dos indivíduos. Isso acontece a partir dos anos 90, ou seja, ao final do século XX e início do século XXI onde a economia para bens e serviços de beleza teve um “boom” de crescimento. O novo negócio se trata de um salão de beleza móvel montado em um veículo estilo furgão, totalmente equipado e estruturado para atender as clientes em suas residências ou próximas às residências, como em um condomínio, por exemplo. Além de poder estar presente em eventos, como casamentos, formaturas e outras festas. Os principais serviços oferecidos serão: corte de cabelo, hidratação, penteado e maquiagem. Conforme Quadro 1 foi realizada uma avaliação sobre os pontos fortes e fracos, tanto dos fatores internos quanto externos da implementação do novo negócio.

Quadro 1 - Avaliação dos pontos fortes e fracos, tanto dos fatores internos quanto externos.

	Fatores internos (controláveis)	Fatores externos (incontroláveis)
Pontos Fortes	<p>Força:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Localização itinerante</li> <li>- Preço competitivo</li> <li>- Divulgação</li> <li>- Produtos à pronta entrega</li> </ul>	<p>Oportunidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Parcerias com influencers, empresas e fornecedores</li> <li>- Inovação do mercado da beleza na região</li> </ul>
Pontos Fracos	<p>Fraquezas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Profissionais de recepção ainda não treinados como motoristas</li> </ul>	<p>Ameaças:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Preferências atuais dos concorrentes</li> <li>- Importação de produtos mais baratos</li> </ul>

Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

**Conclusão:** O mercado de beleza está em constante crescimento, onde uma nova empresa no ramo pode ser muito bem vinda, ainda mais com a inovação trazida para a cidade de Bauru e região. Com um investimento inicial de R\$ 143.000,00 advindo de capital próprio será possível abrir a empresa itinerante totalmente focada no mercado da beleza, com climatização e um ambiente agradável e confortável para atender todas as necessidades dos clientes. Os móveis e equipamentos do salão itinerante serão de primeira linha totalizando um valor de R\$ 23.000,00, como pode ser observado no item 3.15 deste plano. A empresa espera ter um faturamento mensal de R\$ 41.500,00, sendo que, em meses com maiores índices de festividades, como formaturas e festas de final de ano, o faturamento poderá aumentar muito. Com isso, o lucro líquido mensal será de mais de R\$ 6.207,94, depois de pagas todas as despesas incluindo o pró-labore da empresária. Ao final de um ano a rentabilidade será de 52,08%, e após 23 meses de atividade da empresa a empresária terá recuperado como forma de lucro, todo o valor investido na estrutura do Beleza em Movimento. Portanto, foi possível concluir que a empresa “BELEZA EM MOVIMENTO” é um negócio viável na cidade de Bauru-SP.

### Referências

- GELAIN, Isabelli Anizelli; OLIVEIRA, Edi Carlos. A vaidade feminina enquanto nicho de mercado: uma análise da mulher empreendedora pela oportunidade e exploração do segmento de salão de beleza. **Caderno de Administração**: Maringá (UEM - Departamento de Administração), v. 22, n. 2, 2014. Disponível em: <<https://periodicos.uem.br/ojs/index.php/CadAdm/article/view/30712/16076>>. Acesso em 10 jun. 2022.
- LACRUZ, Adonai José. **Plano de negócios passo a passo**: transformando sonhos em negócios. 4. ed. Rio de Janeiro: Alta Books, 2021.
- PEIXOTO, Dionefer Perim; FREITAS, Rodrigo. Randow de. Análise de um projeto de negócio de um salão de beleza - um estudo de caso. **Brazilian Journal of Production Engineering**, 3(2), 113–127, 2017. Disponível em: <[https://doi.org/10.0001/v3n2\\_9](https://doi.org/10.0001/v3n2_9)>. Acesso em 10 jun. 2022.
- SANTOS, Pedro Vieira Souza; PINHEIRO, Francisco Alves. O plano de negócios como ferramenta estratégica para o empreendedor: um estudo de caso. **Revista Latino-Americana de Inovação e Engenharia de Produção**, [S.l.], v. 5, n. 8, p. 150-165, dez. 2017. ISSN 2317-6792. Disponível em: <<https://revistas.ufpr.br/relainep/article/view/55161>>. Acesso em: 10 jun. 2022.
- SEBRAE. **Como elaborar um plano de negócios**. Brasília, 2013. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/RN/Anexos/gestao-e-comercializacao-como-elaborar-um-plano-de-negocios.pdf>>. Acesso em: 04 set. 2022.