

REFLEXÕES SOBRE A DIVERSIDADE E INCLUSÃO NO AMBIENTE CORPORATIVO

Kleber Luiz N. Millaneze¹; Alexandre Silva Santos²; Marco Antonio Gandolfo Rodrigues³; José Paulo Nardone⁴; Luís Carlos Gonçalves⁵

¹ Professor Dr. do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB
administração@fibbauru.br;

² Professor do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB
ssalexandre@hotmail.com@hotmail.com;

³ Professor do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB
prof.gandolfo@hotmail.com;

⁴ Professor Ms do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB
jpnardone@hotmail.com;

⁵ Professor Ms do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB lcg1954@hotmail.com.

Grupo de trabalho: ADMINISTRAÇÃO

Palavras-chave: Cultura Organizacional, Diversidade, Ambiente de negócios.

Introdução: Nos últimos anos, as discussões envolvendo o tema diversidade e inclusão vem ganhando espaço entre os profissionais de recursos humanos. É necessário promover transformações na cultura organizacional para que os ambientes corporativos estejam preparados para promover cada vez mais integração da diversidade e da inclusão em seus ambientes de trabalho. Trata-se de um processo que deve ser feito de forma estruturada para que não gere desconforto entre os funcionários e diferenças entre os membros das equipes. Portanto, líderes e gestões deverão se preparar para apoiar essa transformação e conseguirem acolher em seus ambientes empresariais as diferentes culturas.

Cox (1994) refere-se à diversidade como uma representação de pessoas que possuem diferentes identidades vindas de diferentes núcleos e vivências grupais dentro de um sistema social. E a inclusão, pode ser vista como uma forma de promover a valorização dessas diferenças através do reconhecimento e da potencialização das capacidades de todas essas pessoas nos mais diversos níveis hierárquicos dentro de uma organização (HAYES, 2002).

Objetivos: O objetivo deste estudo é apresentar a importância da diversidade e da inclusão no ambiente corporativo.

Relevância do Estudo: Estudar e compreender as formas de se promover a inclusão das pessoas nas organizações no sentido de buscar enxergar o potencial que existe entre as diferenças nas visões de mundo e de relação entre as pessoas podem contribuir para incrementar processos de inovação e de busca pela produtividade dentro das empresas (IRIGARAY; SARAIVA; CARRIERI, 2010).

O tema diversidade e inclusão no ano de 2019 cresceram 71% e 24% respectivamente, segundo informações do G1 (2020).

Materiais e métodos: Foi desenvolvida pesquisa bibliográfica (GIL, 2019) junto a renomados autores sobre cultura, diversidade e inclusão, bem como pesquisa em sites e páginas de empresas para verificar ações de diversidade e inclusão praticadas por elas.

Resultados e discussões: Foi verificado no estudo que investir em ações de diversidade e inclusão está na pauta das maiores empresas do mundo. O quadro a seguir apresenta algumas ações realizadas pelas empresas neste sentido.

Quadro 1 – Ações de diversidade e inclusão praticadas por empresas no mundo todo

Empresa	Ação(es) realizada(s)
Sodexo	25% dos bônus dos executivos e até 15% dos bônus dos gerentes estão associados a metas ligadas a diversidade. Mais de 55 mil funcionários e gestores já passaram por treinamentos sobre diversidade e inclusão.
PwC	Seu Chief Diversity Officer reporta que quase metade das atividades filantrópicas propostas pela empresa está relacionada a ONGs diversas, como: Inroads (desenvolvimento e profissionalização de jovens desfavorecidos), Ascend (desenvolvimento e profissionalização de asiáticos), Associação Nacional de Contadores Negros e a ALPFA (desenvolvimento de líderes latinos).

Kaiser Permanete	A empresa tem por sua principal característica a larga variedade de etnias entre seus funcionários (da base ao topo). Entre os 14 executivos que dirigem a empresa, temos três negros, dois latinos, dois asiáticos e cinco mulheres.
Ernst & Young	A empresa luta para que haja uma melhor infraestrutura para o desenvolvimento de talentos de origens desfavorecidas. Um recente programa, intitulado "Liderança Importa" foi conduzido por profissionais mais jovens em parceria com a equipe de diversidade e inclusão. A empresa enfatizou a exposição de grupos pouco representados e as diferenças geracionais.
Mastercard	A empresa se esforça em desenvolver seus talentos e criar um ambiente de trabalho inclusivo, no board de 12 membros executivos, tem-se duas mulheres, dois latinos e quatro asiáticos.
Novartis	A Novartis tem aumentado a participação das mulheres em cargos de gestão através de uma política de metas de diversidade e inclusão.
Johnson & Johnson	Na empresa todos os fornecedores e empresas terceirizadas têm de provar seus investimentos na promoção da diversidade, o que inclui, fornecedores de empresas de propriedade de veteranos ou membros da comunidade LGBT. Dos 13 executivos em cargos diretivos, há três mulheres, três negros e um latino.
Merck	Os planos de sucessão também incluem esforços específicos para negros, latinos, asiáticos e, também mulheres. Há grupos abertos a todos os funcionários sobre diversas temáticas, como pessoas com necessidades especiais, gays e religiosos. A companhia oferece mentoria e educação financeira também para os fornecedores.

Fonte: Adaptado Ladeia, 2016

Conclusão: A diversidade é uma tendência no mundo dos negócios e não deve ser vista como um modismo, pois traz consigo a inovação, algo que, hoje em dia no mundo dos negócios, é fundamental para qualquer empreendimento. De acordo com uma pesquisa realizada pela McKinsey & Company, empresas com diversidade étnica apresentam 33% mais chances de sucesso, e as com diversidade de gênero costumam ser 21% mais lucrativas. Em empresas onde se desenvolvem ações de diversidade e inclusão, os colaboradores se mostram 17% mais dispostos, enquanto a ocorrência de conflitos é 50% menor.

A imagem pública projetada por empresas que promovem a diversidade e a inclusão reflete um maior compromisso da instituição com valores e responsabilidade social.

Referências

COX, Jr. T. Cultural diversity in organizations: Theory, research and practice. San Francisco, CA: Berrett-Koehler Publishers. 1994.

G1. **Diversidade e inclusão nas empresas: por que é importante pensar sobre.** Disponível em: <https://g1.globo.com/pr/parana/especial-publicitario/fae-business-school/carreira-e-futuro/noticia/2020/01/21/diversidade-e-inclusao-nas-empresas-por-que-e-importante-pensar-sobre.gh.html>. Acesso em 20 de novembro de 2020.

HAYES, B. C. Creating inclusive organizations: its meaning and measurement. Dissertation submitted to the Faculty of Old Dominion University in Partial Fulfillment of the requirement for the degree of doctor of philosophy. 2002.

IRIGARAY, H. A. R.; SARAIVA, L. A. S.; CARRIERI, A. P. Humor e discriminação por orientação sexual no ambiente organizacional. Revista de Administração Contemporânea, v.14, n. 5, 2010.

LADEIA, Barbara. **As 15 melhores empresas em diversidade e inclusão.** Disponível em: <https://exame.com/negocios/as-15-melhores-empresas-em-diversidade-e-inclusao/>. Acesso em: 20 de novembro de 2020.

MOTTA, F.C.P e CALDAS, M.P. **Cultura Organizacional e Cultura Brasileira.** São Paulo: Atlas, 1997.

PROJECT FINANCE COMO FERRAMENTA DE OPERACIONALIZAÇÃO NAS PARCERIAS-PÚBLICO-PRIVADAS

Alexandre Silva Santos¹; Kleber Luiz N. Millaneze²; Marco Antonio Gandolfo Rodrigues³; José Paulo Nardone⁴; Luís Carlos Gonçalves⁵

¹ Professor do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB ssalexandre@hotmail.com;

² Professor Dr. do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB
administração@fibbauru.br;

³ Professor do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB
prof.gandolfo@hotmail.com;

⁴ Professor Ms do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB
jpnardone@hotmail.com;

⁵ Professor Ms do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB lcg1954@hotmail.com.

Grupo de trabalho: ADMINISTRAÇÃO

Palavras-chave: *Project Finance*, Parcerias Público Privadas, Concessões, Licitações.

Introdução: O Brasil, devido à falta de recursos públicos, problemas fiscais e endividamento público, é um país com deficiência na geração investimentos em infraestrutura. Apesar de o Estado buscar satisfazer às necessidades da população não possui condições financeiras e orçamentárias para estes investimentos. Por estes motivos os investimentos em infraestrutura a partir de meados dos anos de 1990 passam a ser transferidos à iniciativa privada através de concessões de serviços públicos, antecedidos por licitações e contratos administrativos, como prevê o artigo 175 da Constituição Federal de 1988. Ferreira e Azzoni (2011) afirmam que o governo criou um ambiente institucional para estimular os investimentos privados, e assim trazendo à tona a Lei de Concessões como marco fundamental no início das privatizações neste setor, autorizando a iniciativa privada a operar em serviços públicos. O Estado passou a legislar de forma mais consistente através da Lei no 8.987/1995, que regula o regime de concessão e da Lei no 11.079/2004, que regula as normas de parcerias público privada (PPP's). O instrumento financeiro de gerenciamento destes financiamentos de grande vulto e complexidade é o *Project Finance*, sendo operacionalizada por uma rede de contratos.

Objetivos: O objetivo deste estudo é apresentar o *Project Finance* como ferramenta na operacionalização de concessões de serviços públicos através de Parcerias Público Privadas (PPP's).

Relevância do Estudo: O *Project Finance* é uma metodologia de engenharia financeira e contratual já utilizada por muito tempo na operacionalização de grandes projetos, obras e contratos. Assim, apresentar este método é um incentivo ao conhecimento e a busca de novas abordagens nos cursos de Administração e Ciências Contábeis.

Materiais e métodos: Para a realização deste trabalho utilizamos do método de revisão bibliografia de obras produzidas por autores de renome e conteúdo veiculados em periódicos de prestígio.

Resultados e discussões: As PPP's são definidas como um sistema de contratação de serviços públicos que regula as relações negociais, em contratos de longo prazo, entre o setor público e o privado ou um consórcio de empresas privadas, visando ao fornecimento de serviços públicos. Assumem a responsabilidade pelo projeto de engenharia, construção, operação e financiamento do empreendimento, com uma estrutura de alocação de riscos otimizadora dos recursos financeiros alocados. (SANTANA, RODRIGUES, 2006). Dentre os aspectos gerais que constituem um projeto de PPP destaca-se, primeiramente, a elaboração de intervenções baseadas no modelo de *project finance* e rede de contratos. Este modelo estrutura-se a partir da proposta de que os próprios

retornos advindos do projeto de intervenção serão responsáveis por remunerar o investidor e honrar os possíveis empréstimos realizados durante a fase de construção, bem como define a participação do setor público na remuneração do agente privado (FAUSTINO, 2019). Outro aspecto a ser ressaltado é a criação de uma empresa gestora do projeto, a Sociedade de Propósito Específico (SPE), como forma de não impactar os balanços das empresas originais com os pesados financiamentos. *Project Finance*, segundo Finnerty (2007), pode ser definido como “a captação de recursos para financiar um projeto de investimento de capital economicamente separável, no qual os provedores de recursos veem o fluxo de caixa do projeto como fonte primária de recursos para atender ao serviço de seus empréstimos e fornecer o retorno sobre o capital investido do projeto”. Borges e Faria (2002), definem como uma modalidade de financiamento cujo processo de avaliação, estruturação e concessão de recursos se baseia na capacidade financeira do projeto. No Quadro 1 segue à composição contratual e de relacionamentos financeiros no projeto:



Fonte: Borges e Faria, 2002

Conclusão: O *Project Finance* é uma ferramenta para projetos públicos e privados de grande porte e longo prazo determinado por uma engenharia contratual e financeira para a capitalização de recursos e sua futura amortização. Podem ser utilizadas em instalações existentes ou para serem construídas, executadas e geridas por uma SPE com fluxo de caixa único originado pelo próprio projeto e funcionando como sua principal garantia.

Referências

- BONOMI, C A; MALVESSI, O. **Project Finance no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2018
- BORGES, L.F.X., FARIA, V.C.S., 2002, “**Project Finance: Considerações sobre a aplicação em Infraestrutura no Brasil**”, Revista do BNDES, v.9, n.18 (Dez), pp. 241-280.
- FERREIRA, T T; AZZONI, C R. **Arranjos institucionais e investimento em infraestrutura no Brasil**. Revista do BNDES, Rio de Janeiro, n.35, p. 37-85, jun. 2011.
- FINNERTY, J.D., 1999, **Project Finance: Engenharia Financeira Baseada em Ativos**. 1 ed. Rio de Janeiro, Qualitymark.
- FAUSTINO, R B, **Parcerias Público Privadas e a Financeirização da Infraestrutura Urbana no Brasil**, Anais do XVI Simpósio Nacional de Geografia Urbana - XVI SIMPURB - v. 1 (2019): Anais do XVI SIMPURB –
<http://periodicos.ufes.br/?journal=simpurb2019&page=article&op=view&path%5B%5D=26069>
Acesso em: 25 nov 2020.
- SANTANA, G D, RODRIGUES, H S Jr, Prismas: **As Parcerias Público-Privadas: Solução ou Problema?**, Dir., Pol. Pub. e Mundial., Brasília, v. 3, n. 1, p. 148-181, jan./jun. 2006

AS MUDANÇAS NA GESTÃO PÚBLICA DURANTE A PANDEMIA E SUA CONTRIBUIÇÃO PARA O FUTURO DA GOVERNANÇA DO ESTADO BRASILEIRO

José Paulo Nardone¹; Alexandre Silva Santos²; Kleber Luiz Nardoto Milaneze³; Luis Carlos Gonçalves⁴, Marco Antonio Gandolfo Rodrigues⁵

¹ Professor do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB jpnardone@hotmail.com;

² Professor do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB ssalexandre@hotmail.com

³ Professor do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB administracao@fibbauru.br;

⁴ Professor do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB lcg1954@hotmail.com;

⁵ Professor do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB prof.gandolfo@hotmail.com

Grupo de trabalho: ADMINISTRAÇÃO

Palavras-chave: pós-pandemia, Covid-19, gestão pública, flexibilização.

Introdução: A pandemia da Covid-19 teve como uma das primeiras consequências a necessidade de que o poder público produzisse resultados de modo praticamente imediato, já que a velocidade de propagação do vírus causador da doença exigiu ações de uma urgência e efetividade jamais experimentada na trajetória da gestão pública brasileira e mundial. A governança pública no nosso país nunca esteve preparada para produzir respostas como se necessitou neste período, daí que as mudanças às quais teve de se submeter foram muito agudas e impactantes, basicamente abrindo mão da segurança e legalidade, correndo riscos, em benefício de resultados e eficiência.

Objetivos: Analisar o cenário de pandemia no qual ainda nos encontramos, buscando avaliar se a flexibilização das regras de gestão pública poderão ser mantidas e em que dimensão possam ser recebidas como uma herança positiva para o período pós-pandemia.

Relevância do Estudo: Toda tragédia sempre oferece algum aprendizado oportuno, algo de bom a se aproveitar. A pandemia da Covid-19 não deverá ser diferente. Cumpre-nos avaliar em quais aspectos as mudanças de atitudes podem se desdobrar em aspectos positivos. Neste trabalho, tal avaliação se restringirá a avaliar tais consequências no âmbito da gestão pública, notadamente a partir das mudanças que foram provocadas na atuação que o Estado precisou realizar no nível de calamidade pública que se instalou no país e como de resto, no mundo todo. As flexibilizações nas regras de gestão trouxeram maior agilidade às contratações públicas, ao passo que reduziram a segurança da sua legalidade. Até que ponto essas flexibilizações foram positivas e há a possibilidade de serem adotadas definitivamente sob a justificativa de elevar os níveis de eficiência da governança pública.

Materiais e métodos: O tema é extremamente atual. Este trabalho é resultado de uma pesquisa bibliográfica, de publicações de trabalhos recentemente divulgados, do acompanhamento de resultados de gestão durante a pandemia, de situações com indícios de irregularidades ou mesmo eventuais contratações mal conduzidas, com resultados bastante distantes daquilo que se pretendia. Segundo CERVO e BERVIAN (2007), a pesquisa bibliográfica, independentemente do tipo e área, supõe-se uma busca prévia, seja para o levantamento do estado da arte do tema, ou para a fundamentação teórica, no sentido de identificar e justificar os limites e contribuições da própria pesquisa para o conhecimento sobre o assunto. Neste estudo, a pesquisa foi conduzida a partir de textos tratando da responsabilidade civil do estado na pandemia, contratações públicas, legislações específicas e sua aplicação, crimes praticados contra a administração pública, responsabilidade do estado de garantir o direito à saúde, entre outros.

Resultados e discussões: Em princípio, a primeira consideração a ser feita nos remete à concepção de que dificuldades promovem oportunidades. São inúmeros os registros históricos que dão conta que após guerras, pandemias, grandes crises e convulsões sociais, a sociedade acaba se movendo em busca de soluções que aliviem os danos e dificuldades geradas a partir de eventos nefastos, que desarranjam estruturas estabelecidas e nos tiram de eventuais zonas de conforto, a fim de nos mover na direção de uma inadiável mudança de comportamento, postura,

entendimento da realidade, enfim, somos obrigados a nos movimentar e encontrar soluções. Na administração pública não acontece de forma diferente. De um modelo gerencial-burocrático, onde a busca pela segurança das ações se vê pautada no legalismo, buscando obedecer modelos pré-definidos procedimentalmente, sempre com o objetivo de restringir ações dos gestores, os quais, tal qual descreve Maquiavel (2010), os administradores públicos, recordando “o Príncipe”, são vistos como alguém a ser monitorado e limitado em suas ações, acabam se vendo com liberdade de ação bastante adstrita a regras procedimentais, as quais, num primeiro momento proporcionaram tecnicidade, impessoalidade, e outros atributos bem vindos, mas por um outro lado, limitam ações que exigem maior agilidade do gestor, maior liberdade de decidir e agir, num contrapondo entre a legalidade e a eficiência da gestão. Neste cenário, da mesma forma que descrito por Lima (2020), a pandemia exigiu ações que proporcionassem rápidas respostas em defesa da saúde das pessoas e por esse motivo foram editados novos regramentos que flexibilizaram restrições fiscais, liberando o gestor do rigor do equilíbrio fiscal, dos gastos com pessoal, da elevação do endividamento público e mesmo nas contratações públicas, suavizando exigências relacionadas à regra de licitação para adquirir, contratar serviços ou obras relacionadas ao combate da pandemia. Conforme também mencionado por Canelas (2020) e defendido por Novo (2020), assim que superado o período da pandemia, será o momento de se avaliar os resultados, identificarmos eventuais desvios promovidos por maus gestores que tenham se aproveitado de regras mais suaves para agir não voltados ao atendimento do interesse público, mas outros menos defensáveis e refletir sobre eventuais benefícios que uma maior agilidade obtida a partir da atenuação de regras possam ter produzido no sentido de tornar mais eficiente as entregas de serviços públicos oferecidos à comunidade e assim, quem sabe, caminharmos num equilíbrio entre segurança e resultados, com o fortalecimento do controle externo, tanto institucional quanto social, a fim de, sem perder a segurança na regularidade das ações, proporcionarmos maior desenvoltura aos gestores, a fim de alcançarem resultados concretos e no devido tempo.

Conclusão: O objetivo dessa reflexão é que avaliemos os resultados decorrentes de um período tão atípico e não deixemos de aproveitar os ensinamentos que possam ser proveitosos para uma evolução da governança pública em nosso país.

Referências:

CANELAS, Eduardo César Travassos. **Crimes contra a administração pública em época de pandemia causada pelo covid-19**. Rev. Jus Navigandi, ISSN 1518-4862, Teresina, ano 25, n.6180, 2 jun. 2020. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/82616>. Acesso em 17/11/20.

CERVO, A; L; BERVIAN, Pedro Alcino. **Metodologia científica**; 5ª edição. São Paulo: Ed. Prentice Hall, 2002.

LIMA, Edcarlos Alves. In **Contratações públicas para o enfrentamento da situação de emergência em saúde pública decorrente da pandemia do novo Coronavírus Covid-19**. Soluções em Licitações e Contratos – SGP. Nº 25, abr./2020, p. 33-36.

MAQUIAVEL, Nicolau. **O príncipe**. São Paulo: Penguin Classics Companhia das Letras, 2010.

NOVO, Benigno Nuñez. **Pandemia, seus efeitos na gestão pública e no ano eleitoral**. Revista Direitonet. 2020. Disponível em <https://www.direitonet.com.br/artigos/exibir/11632/Pandemia-seus-efeitos-na-gestao-publica-e-no-ano-eleitoral>. Acesso em 20 nov. 2020.

CRIAÇÃO DE UM STUDIO DE BELEZA: UM ESTUDO DE VIABILIDADE COM APOIO DE UM PLANO DE NEGÓCIO

Gabriela Simabuku¹; Mayra Fernanda Medina Gaspar²; Clemilton Luiz Bassetto³; Tatiene Martins Coelho⁴.

¹Aluna de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB –
gabisimabuku@icloud.com

²Aluno de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB
mayrafernanda98@hotmail.com

³Professor do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB
clemiltonbassetto@gmail.com

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

Grupo de trabalho: Administração

Palavras-chave: Beleza. Plano de negócio. Studio de Beleza.

Introdução: A busca por tratamentos faciais e corporais está crescendo cada vez mais. O mercado de beleza está sempre inovando nos produtos e serviços, fazendo com que as mulheres procurem por atendimentos especializados, assim garantindo a satisfação e o bem estar. O presente trabalho tem como proposta um plano de negócio no segmento de beleza. Será localizado na cidade de Bauru- SP o primeiro Studio de Beleza especializado em atendimentos personalizado para festas e eventos.

Objetivos: Apresentar a proposta da abertura de um Studio de Beleza na cidade de Bauru- SP especializado em atendimento personalizado.

Relevância do Estudo: O principal motivo para realizar o estudo para abertura de um Studio de Beleza, é tornar momentos de relaxamento e abstração para mulheres com tempo limitados, com serviço especializado e produtos de referência no mercado de beleza, assim garantindo a satisfação dos clientes. O Studio apresenta tratamentos faciais e corporais em diferentes áreas. A organização contará com um espaço gourmet, com um ambiente sofisticado e agradável, assim garantindo a necessidade e a satisfação dos clientes. O diferencial da empresa será o atendimento especializado em festas e eventos, tornando esse momento mais especial.

Materiais e métodos A metodologia utilizada para elaboração do trabalho foram pesquisas bibliográficas, utilizando livros e materiais de internet relacionados ao segmento de beleza.

Resultados e discussões: O trabalho realizado é o estudo de viabilidade da abertura de um Studio de Beleza com o objetivo de descobrir se o empreendimento é viável através de um plano de negócio. De acordo com (CECCONELLO, 2017) plano de negócio é um estudo onde se descobre a viabilidade, descrevendo os planos para alcançar seus objetivos. Para Saraiva (2015) empreendimento é a criação de algo novo com seu valor. No trabalho temos esse objetivo, não oferecer o valor mais barato e sim um serviço de qualidade com um preço justo e podendo também oferecer um serviço de exclusividade para os nossos clientes.

Mesmo em meio a uma pandemia o ramo de beleza e bem estar teve um crescimento de 10% segundo Diário do Comercio (2020) nos últimos 10 anos. O mercado de beleza está sempre buscando a inovação. Com os avanços tecnológicos, o público alvo procura por produtos e serviços diferenciados e exclusivos. O Studio de Beleza contará com diferentes serviços relacionados a estética facial e corporal, em um ambiente sofisticado e agradável, mantendo o bom relacionamento entre clientes e colaboradores, assim garantindo a satisfação. Com base no estudo realizado, há viabilidade no investimento do plano de negócio. O retorno de investimento será dentro de 13 meses, apesar de alguns meses a procura por esse serviço ser maior e outros não.

Conclusão: Concluímos que com base nos estudos realizados e pesquisas bibliográficas podemos observar que o ramo de beleza e festas sempre se encontra em crescimento mesmo com as crises econômicas. Nesse estudo podemos observar que o Studio de Beleza é viável e terá um ótimo crescimento e bons resultados, devolvendo seu valor investido em 15 meses.

Referências –

CECCONELLO, Antonio Renato, ALZENTAL, Alberto. **A construção do plano de negócio**. São Paulo: Saraiva, 2017. Disponível em:

<[https://books.google.com.br/books?id=PStrDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=a+construcao+do+plano+de+negocio&hl=pt-](https://books.google.com.br/books?id=PStrDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=a+construcao+do+plano+de+negocio&hl=pt-BR&sa=X&ved=2ahUKEwiMkpHog7DrAhVvD7kGHYkKBtQQ6AEwAHoECAEQAg#v=onepage&q=a%20construcao%20do%20plano%20de%20negocio&f=false)

[BR&sa=X&ved=2ahUKEwiMkpHog7DrAhVvD7kGHYkKBtQQ6AEwAHoECAEQAg#v=onepage&q=a%20construcao%20do%20plano%20de%20negocio&f=false](https://books.google.com.br/books?id=PStrDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=a+construcao+do+plano+de+negocio&hl=pt-BR&sa=X&ved=2ahUKEwiMkpHog7DrAhVvD7kGHYkKBtQQ6AEwAHoECAEQAg#v=onepage&q=a%20construcao%20do%20plano%20de%20negocio&f=false)>. Acesso: 29 de nov 2020.

SARAIVA, Pedro. **Empreendedorismo**: do conceito a aplicação, da ideia ao negócio, da tecnologia ao valor. 3 ed. São Paulo; Imprensa da Universidade de Coimbra, 2015. 690p. Disponível em: <[https://books.google.com.br/books?id=wtWICwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=empreendedorismo&hl=pt-](https://books.google.com.br/books?id=wtWICwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=empreendedorismo&hl=pt-BR&sa=X&ved=2ahUKEwintf2GhLDrAhUUF7kGHQRYD98Q6AEwBHoECAUQAg#v=onepage&q=empreendedorismo&f=false)

[BR&sa=X&ved=2ahUKEwintf2GhLDrAhUUF7kGHQRYD98Q6AEwBHoECAUQAg#v=onepage&q=empreendedorismo&f=false](https://books.google.com.br/books?id=wtWICwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=empreendedorismo&hl=pt-BR&sa=X&ved=2ahUKEwintf2GhLDrAhUUF7kGHQRYD98Q6AEwBHoECAUQAg#v=onepage&q=empreendedorismo&f=false)>. Acesso: 29 de nov 2020.

MACIEL, Daniela. **Mercado de beleza tem demanda na vida virtual**. Diário do comercio. 2020. Disponível em: < [https://diariodocomercio.com.br/negocios/mercado-da-beleza-tem-demanda-na-vida-](https://diariodocomercio.com.br/negocios/mercado-da-beleza-tem-demanda-na-vida-virtual/#:~:text=De%20acordo%20com%20dados%20da,mesmo%20per%C3%ADodo%20do%20ano%20anterior.>)

[virtual/#:~:text=De%20acordo%20com%20dados%20da,mesmo%20per%C3%ADodo%20do%20ano%20anterior.>](https://diariodocomercio.com.br/negocios/mercado-da-beleza-tem-demanda-na-vida-virtual/#:~:text=De%20acordo%20com%20dados%20da,mesmo%20per%C3%ADodo%20do%20ano%20anterior.>) Acesso: 29 de nov 2020.

ESTUDO DE VIABILIDADE DE ELABORAÇÃO DE APLICATIVO NA ÁREA DE TRANSPORTE E HOSPEDAGEM COM APOIO DE PLANO DE NEGÓCIOS

Luiz Gustavo Anholetto¹; Otávio Picoloto Neto²; Tatiene Martins Coelho³; Clemliton Luiz Bassetto⁴

¹Aluno de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – luiz-sp-lp@hotmail.com

²Aluno de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – otavio_picoloto@hotmail.com

³Professora do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – tatienecoelho@hotmail.com

⁴Professor do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – clemlitonbassetto@gmail.com

Grupo de trabalho: Administração

Palavras-chave: Transporte; Hospedagem; Aplicativo.

Introdução: O mundo tem passado por uma constante evolução tecnológica, em que as pessoas sempre buscam estar atualizadas. Neste processo vê-se a utilização de aplicativos alternativos se destacarem, diante da variedade de serviços disponíveis, da facilidade de acesso e dos benefícios que o consumidor obtém.

Diante deste cenário pode-se observar principalmente nas grandes cidades do nosso país, o aumento de aplicativos com relação à transporte e à hospedagem. No caso do transporte, além do custo ser inferior ao cobrado por taxistas, o consumidor dispõe de conforto e agilidade para chegar ao seu destino. A ideia deste estudo é utilização de um aplicativo que abranja transporte e hospedagem para quaisquer pessoas. Com relação ao transporte, sempre visando a segurança, conforto, agilidade e praticidade no dia a dia. E à hospedagem, locais com boa localização e de fácil acesso aos pontos principais da cidade, segurança e serviços diversos ao cliente.

Objetivos: Avaliar a viabilidade de desenvolvimento de um aplicativo para o oferecimento de serviço de transporte e hospedagem, para tornar o acesso ágil e manter o controle em uma única plataforma, oferecendo melhorias em relação aos dois serviços.

Relevância do Estudo: O Empreendedorismo é a criação de algo inovador, que necessita de planejamento e desenvolvimento para um projeto que se diferencie dos outros no mercado. Para Chiavenato (2012), o espírito empreendedor envolve emoção, paixão, impulso, inovação, risco e intuição. Mas também deve reservar um amplo espaço para racionalidade. O balanceamento entre aspectos racionais e emocionais para o desenvolvimento do negócio é indispensável.

A empresa Veneti tecnologia tem a proposta de um empreendimento no ramo de transporte e hospedagem. Os motivos que trouxeram essa ideia foram baseados em Aplicativos já existentes no mercado. Por exemplo: Uber, Airbnb, entre outros. Porém, agregando diferenciais, principalmente para turistas e pessoas que viajam com frequência, podendo com apenas um Aplicativo, se deslocar para diferentes lugares e, além disso, garantir sua hospedagem. Essas funcionalidades trarão facilidade com custos acessíveis.

A Veneti tecnologia visa o atual mercado como oportunidade, principalmente com uso de aplicativos que facilitam a vida das pessoas no cotidiano. Pretendemos atender como público-alvo os turistas, pessoas com frequências em viagens, sendo para trabalho ou diversão. Portanto, o principal serviço oferecido pela empresa Veneti será o transporte e hospedagem em apenas um aplicativo, facilitando a locomoção e oferecendo mais facilidade no cotidiano das pessoas.

Materiais e métodos: Trata-se da elaboração de um plano negócios. Para Thomsen (2009), um plano de negócios é uma descrição do negócio a ser iniciado. Também é um plano de como realizar a gestão e desenvolver a organização. O plano de negócios reúne fatores desde a preparação e até mesmo experiências de vida que sejam relevantes para o negócio.

Resultados e discussões: O conceito de compartilhamento levou ao desenvolvimento de aplicativos de transporte e hospedagem. Esses aplicativos buscam atender às necessidades das

peças e afetam positivamente o setor de turismo (BASTOS; PINHEIRO, 2019). Portanto, a ideia é focar no mercado de aplicativos em relação à transporte e à hospedagem, mercado que cresce a cada ano no Brasil e no mundo.

O mercado de aplicativos está em constante crescimento no mundo inteiro, e apresenta altos níveis em países emergentes. Segundo estudo da empresa Adjust (2018), Brasil, Indonésia e Coréia do Sul foram os mercados com crescimento mais rápidos de utilização de aplicativos em 2018, seguidos por Malásia, Turquia e China. Os mercados de Brasil e Turquia são os que apresentam maior crescimento em de instalações de aplicativos pontuando: 6,67 Brasil e 3,04 Turquia.

Com base nos dados, vemos um ótimo crescimento de aplicativos e chegamos a ideia da Veneti tecnologia, que abrange o segmento de mercado de aplicativos, sendo uma startup relacionada a transporte e hospedagem. Segundo Serra (2017), uma oportunidade é um conjunto de circunstâncias favoráveis que cria a necessidade de um novo produto ou serviço. Uma ideia é um pensamento, impressão ou noção, que pode ter, as qualidades de uma oportunidade.

Conclusão: Portanto, a ideia da elaboração de um aplicativo teve fundamento principalmente a partir do avanço tecnológico e da praticidade que traz para as pessoas no dia-dia, dispendo de oportunidades mercado para o crescimento e atingindo as metas estipuladas o pela empresa.

Referências:

BASTOS, P. PINHEIRO, A. **Inovação em serviços na economia do compartilhamento**. São Paulo: Saraiva. 2019. Disponível em: < <https://books.google.com.br/books>>. Acesso em: 22 ago. 2020.

WAKKA, W. **Brasil é o segundo mercado de Apps que mais cresce no mundo**. Canaltech. 2018. Disponível em: <<https://canaltech.com.br/apps/brasil-e-o-segundo-mercado-de-apps-que-mais-cresce-no-mundo-13924>>. Acesso em: 08 mar. 2020.

CHIAVENATO, I; **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 4 ed. Barueri, SP: Manole. 2012. Disponível em: < <https://books.google.com.br/books>>. Acesso em: 13 ago. 2020.

THOMSEN, M; **O plano de negócio dinâmico**. Dinamarca: Business information. 2009. Disponível em: < <https://books.google.com.br/books>>. Acesso em 16 ago. 2020.

SERRA, F. **Ser empreendedor: pensar, criar e moldar a nova empresa**. São Paulo. Saraiva. 2017. Disponível em: < <https://books.google.com.br/books>>. Acesso em: 14 ago. 2020.

RELACIONAMENTO JOVENS-STARTUPS: INSERÇÃO NO MERCADO DE TRABALHO

Bárbara Freitas Andreoli¹; Cintia Kaori Nakamoto²; Clemliton Luiz Bassetto³; Tascila Geovana Cardoso dos Santos⁴; Maria Inês Scurachio Sales⁵

¹Aluna de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – andreoli.barbara@hotmail.com;

²Aluna de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB - cintia.k.nakamoto@gmail.com;

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

⁴Aluna de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB - tascilageovana@hotmail.com;

⁵Professora do Curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – mariasales1@mail.com

Grupo de trabalho: ADMINISTRAÇÃO

Palavras-chave: *startup*, jovem, mercado de trabalho.

Introdução: Esse artigo trata-se da emergência do surgimento cada vez maior das *startups* e do relacionamento dessas com os jovens. As *startups* ganham espaço no mercado empreendedor já que seu modelo aborda inovação, modernidade e brevidade em processos, atraindo mais interessados nesse ramo, pela visibilidade que está alcançando no mercado. Observa-se que maior parte dessas empresas é administrada por jovens, o que também colabora para a popularidade dessas, visto que, os ideais dos mais novos estão coincidindo com esse recente tipo de negócio que têm obtido sucesso. “O ambiente descontraído e inovador, a liberdade para criar e impactar nas estratégias, e a possibilidade de uma ascensão profissional mais rápida são algumas das características das startups que atraem a atenção dos jovens [...] (LAMOUNIER, 2018, p.1).

Objetivo: Discutir sobre a inserção do jovem no mercado de trabalho por meio das *startups*, para auxiliar o público juvenil interessado em ingressar nesse meio, demonstrando a identificação do mesmo com esse tipo de negócio.

Relevância do Estudo: Esse estudo justifica-se pois, na atualidade, há a percepção do ganho de interesse por parte do público jovem em ingressar nas *startups*, tanto como funcionário ou como proprietário. As propostas contidas nesse modelo correspondem aos desejos da nova geração, sendo um deles o alto índice de desenvolvimento profissional, o que torna essa relação mais atrativa e oportuna.

Materiais e métodos: Este artigo é uma pesquisa de revisão bibliográfica que “[...] abrange toda bibliografia já tomada 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). Envolveu literatura nacional em fontes primárias e secundárias, impressas e eletrônicas, num período retrospectivo de dez anos.

Resultados e discussões: Segundo o Sebrae (2020) o termo *startup*, sem uma tradução oficial, vem da língua inglesa. Começou a ser utilizado no Brasil entre 1996 e 2001, vindo dos Estados Unidos na década de 1990 e se tornaram populares em virtude das empresas ligadas ao segmento da tecnologia criadas no Vale do Silício (Califórnia) durante aquela época. Quando surgiu, “significava um grupo de pessoas trabalhando com uma ideia diferente que, aparentemente, poderia fazer dinheiro” (SEBRAE, s.d., p.1). Atualmente entende-se *startup* como “um grupo de pessoas à procura de um modelo de negócios repetível e escalável, trabalhando em condições de extrema incerteza” (SEBRAE, 2020, p.1).

Pode-se dizer que uma *startup*

[...] se caracteriza pela inovação do serviço produzido, geralmente de base tecnológica, desenvolvido a custos menores e processos mais ágeis. O termo também é sinônimo de pequenas empresas que estão no período inicial de desenvolvimento em condições de alto risco e incerteza (BRITO, 2018, p.1).

E pesquisas demonstram que, “As *startups* estão atraindo cada vez mais os jovens, de acordo com levantamento da Associação Brasileira de *Startups* (ABStartups). Das empresas cadastradas na base de dados da entidade, 72% são lideradas por empreendedores de 25 anos a 40 anos de idade” (GONTIJO, 2018, p.1). Em conformidade com Sebrae (2018), as *startups* vem sendo uma opção para os empreendedores devido a incentivos como: crescimento e resultados rápidos através de um planejamento estrutural da empresa, que facilita na execução de procedimentos de forma precisa e ágil

em um curto período de tempo. Outros fatores que chamam a atenção dos empreendedores são: o menor nível de burocracia obtendo maior facilidade em se reinventar, baixo investimento em sua fase inicial e custo para manutenção do negócio, liberdade para executar sua bagagem de conhecimentos e ideias de forma inovadora e original, apresentando um diferencial no mercado de trabalho. Para os jovens que se interessam em compor o quadro de funcionários, de acordo com Cunha (2016), a atração ocorre por algumas razões, um exemplo é a maior abertura para aprender e experimentar, já que eles buscam trabalhar com o que se interessam, ganhando experiência e novos aprendizados, e o modelo nas empresas tradicionais são considerados repetitivos e muito específicos o que diminui o interesse do público juvenil. Outro motivo que consideram vantajoso são os horários flexíveis, que proporcionam um maior equilíbrio entre a vida profissional e pessoal, com a ajuda da tecnologia conseguem trabalhar de forma remota nos horários disponíveis. Segundo Bettha (2019), além desses atrativos, nas *startups* encontra-se também um ambiente agradável, pois as equipes são pequenas então é possível manter relações próximas com todos, favorecendo a comunicação. Assim como, por trabalharem com um quadro reduzido, possuem muito contato direto com os colaboradores, tanto internos quanto externos, ocasionando um maior aprendizado sobre como atender as necessidades dos clientes e adquirindo mais conhecimento das diversas áreas existentes no mercado. Além dessas vantagens e a identidade que se encontra com esse tipo de negócio, as quais impulsionam o relacionamento dos jovens com as *startups*, essas atendem o que eles almejam no momento de se inserir no mercado: o espaço e a liberdade na empresa. “O que o jovem quer é sentir que faz a diferença, e para isso precisa ter liberdade para se expressar abertamente [...]” (FERRAZ, 2015, p.1), por isso a ligação das *startups* com a juventude está sendo um relacionamento de sucesso, pois acha-se vantagens, encontra-se identidade e atende os requisitos desejáveis de uma empresa na visão comum entre eles.

Conclusão: Conclui-se que a relação das *startups* com os jovens tem apresentado êxito, pois essas empresas estão proporcionando oportunidades de inserção no mercado de trabalho de formas que a juventude encontre identidade e realização profissional. Esse relacionamento tende a crescer gradativamente, visto que há possibilidade de novos incentivos, o que contribuiria para o interesse em vivenciar esse método inovador.

Referências

- BETTHA. **14 vantagens de trabalhar em uma startup**. Disponível em: <<https://blog.bettha.com/trabalhar-em-uma-startup/>> Acesso em: 28 de ago. de 2020
- CUNHA, Renato. STYLO URBANO. Disponível em: <<https://www.stylourbano.com.br/startup-x-corporativo-onde-os-jovens-da-geracao-y-preferem-trabalhar/>> Acesso em : 16 de ago. 2020
- FERRAZ, Eduardo. LUGAR DE GENTE SISTEMAS HUMANOS. Disponível em : <<https://www.lg.com.br/blog/lideranca-e-os-jovens-nas-empresas/>> Acesso em: 16 de ago. 2020.
- GONTIJO, Juliana. JORNAL O TEMPO. Disponível em: <<https://www.otempo.com.br/economia/jovens-comandam-72-das-startups-brasileiras-1.2023119>> Acesso em: 12 de ago. de 2020
- LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia do trabalho científico**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2001.
- LAMOUNIER, Karla. AGÊNCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS. Disponível em: <<http://www.mg.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/MG/jovens-se-destacam-no-comando-das-startups,8785fcde098d5610VgnVCM1000004c00210aRCRD>> Acesso em: 14 de maio. 2020.
- SEBRAE. **O que é uma startup**. 2020. Disponível em: <<https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-e-uma-startup,6979b2a178c83410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em: 04 de ago. 2020.
- SEBRAE. **Você sabe o que é uma startup e o que ela faz?**. S.d. Disponível em: <<https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pi/artigos/voce-sabe-o-que-e-uma-startup-e-o-que-ela-faz,e15ca719a0ea1710VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 21 de ago. 2020.

UTILIZAÇÃO DE INDICADORES DE DESEMPENHO KPIs

Amanda Rodrigues Calasa Lopes¹, Fernando Coutinho dos Santos², Gabriela Sampaio³, Marco Antônio Gandolfo Rodrigues⁴

¹Aluna do Curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB calasa60@gmail.com

²Aluno do Curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB fernando_8358@hotmail.com

³Aluna do Curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB gabi.sampaio2096@gmail.com

⁴Professor do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB prof.gandolfo@hotmail.com

Grupo de trabalho: ADMINISTRAÇÃO

Palavras-chave: Negócios, otimização, indicadores, análise, resultados.

Introdução: A maioria das empresas precisam otimizar seu tempo, obter resultados num período de tempo cada vez mais curto, com eficácia e com menos chances de erros ou gargalos. Com a implementação dessa ferramenta de INDICADOR-CHAVE DE DESEMPENHO, como o próprio nome já diz, é como um medidor de desempenho que visa apresentar aos gestores os reais problemas de sua empresa de forma bem precisa, para que assim os líderes enxerguem com mais detalhes e seja possível trabalhar diretamente nas estratégias para eliminar os problemas que vierem à tona, resultando portanto, em melhoras nas rotinas internas, no desenvolvimento das áreas já existentes e até mesmo na criação de outras.

Objetivos: Este trabalho tem por objetivo demonstrar a importância da utilização de medidores de desempenho para melhoria da empresa. Segundo Gabriel (2018), a escolha do indicador correto é um dos métodos mais utilizados para facilitar a visualização de possíveis falhas, auxiliando de forma clara os gestores.

Relevância do Estudo: As empresas estão buscando cada vez mais uma otimização de todo o seu ciclo, para Gomes (2019), o *KPI* ou *KEY- Performance Indicator* auxilia nesse processo, sendo uma ferramenta para medidor desempenho, o que facilita para os gestores a visualização de problemas e erros, podendo tomar a melhor decisão. Lembrando também que uma empresa otimizada com menos problemas gera um clima organizacional satisfatório, maiores resultados e colaboradores motivados, tanto internamente como também em seu ambiente familiar.

Materiais e métodos: Para a realização deste trabalho utilizamos do método de revisão bibliográfica de obras produzidas por autores de renome e conteúdo veiculados em sites disponíveis na internet. Para CERVO; BERVIAN (2007), a pesquisa bibliográfica, independentemente do tipo e área, supõe-se uma busca prévia, para a fundamentação teórica, no sentido de identificar e justificar os limites e contribuições da própria pesquisa para o conhecimento sobre o assunto.

Resultados e discussões: Cumprir as metas e objetivos no menor tempo e com menos gastos é essencial para maior eficiência de uma empresa e consequentemente chegar à um melhor resultado em menor tempo. Na maioria das vezes para se alcançar este desafio e cumprir seu propósito com sucesso, é necessário o auxílio de ferramentas que conduzam o caminho, os indicadores de desempenho nos mostra as falhas em uma organização, por meio de uma avaliação mais precisa e profunda dos dados de apontamento onde precisa de melhoria. Endeavor (2015), cita que através da utilização dos KPIs é possível monitorar os processos e saber o que está funcionando e o que não está, adquirindo subsídios necessários para as devidas correções para atingir as metas. Este processo de análise é amplo e de certa forma complicado, por esta razão, muitas vezes apenas os processos manuais e convencionais, como planilhas não são os mais indicados, deste modo os gestores optam para utilização dos KPIs com a finalidade

de facilitar a definição dos passos necessários para a empresa seguir, com um acompanhamento de forma sistemática dos mesmos, de modo que passa, a focar e investir nas atividades relevantes ao seu *core business*.

Existem KPIs de diferentes áreas, como por exemplo na área de desenvolvimento, que trabalha com:

- Número de horas para correção de bugs;
- Número de horas para correção de bugs críticos;
- Atualizações de software lançadas dentro do prazo;
- Número de bugs por versões lançadas;
- Número de bugs críticos por versões lançadas;
- Divisão do período trabalhado (atividades de integração, suporte e análise de eventos, melhoria de software, correções).

Os KPIs de Service Desk que visa:

- Índice de chamados encerrados dentro do SLA;
- Média de horas por chamado;
- Média de custo por chamado;
- Média de atendimentos por atendente;
- Média de ociosidade por atendente.

Os indicadores de infraestrutura que têm foco nos ativos, se estão disponíveis e em sua capacidade, enfatizando o de TI, como exemplo: *Uptime* dos principais serviços; Tempo médio entre falhas - MTBF; Tempo médio para reparo - MTTR. Veyrat (2015), enfatiza que os indicadores de desempenho de processos são de fundamental importância na gestão, com eles é possível reunir informações básicas para análise e como melhorar continuamente para alcançar os objetivos estratégicos corporativos.

Conclusão: As empresas que aderem aos indicadores de desempenho, apresentam uma melhora significativa em relação à otimização de tempo, organização nas áreas internas, descartando atividades “obsoletas” e incentivando ou até mesmo criando áreas de desenvolvimento que façam a instituição crescer com alta qualidade, gerando menores custos.

Referências

CERVO, A. L.; BERVIAN, P.A.; SILVA, R. **Metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Pearson, 2007. (Acervo virtual)

ENDEAVOR. **KPI: como medir o que importa no seu negócio**. 22 jul. 2018. Endeavor Brasil. Disponível em <https://endeavor.org.br/estrategia-e-gestao/kpi/>. Acesso em 14 nov. 2020.

GABRIEL, L. **Entenda o que é KPI e descubra como ele pode ajudar a medir os seus resultados de marketing**. 14 set. 2018. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/kpi/>. Acesso em 14 nov. 2020.

GOMES, P. C. T. **KPI: O que é e como definir indicadores-chaves de desempenho**. 22 set 2016. OP Services. Disponível em: <https://www.opservices.com.br/kpi/>. Acesso em: 15 nov. 2020.

VEYRAT, P. **Conheça 10 indicadores de desempenho de processos (KPI)**. Venki. 01 abr. 2015. Disponível em <https://www.venki.com.br/blog/indicadores-de-desempenho-de-processos/>. Acesso em 12 nov. 2020.

UTILIZAÇÃO DA ANÁLISE SWOT COMO FERRAMENTA PARA ABERTURA DE UMA PADARIA PÃO DRIVEWAY

Bruna Ferreira de Toledo Soares¹; Elaine Cristiane Ferreira²; Tatiene Martins Coelho³; Clemliton Luiz Bassetto⁴

¹Aluna do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB brunaferrerasoares@hotmail.com

²Aluna do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB
elainecristianeferreira@hotmail.com

³Professora do curso de Administração de Empresas – Faculdades Integradas de Bauru – FIB
tatiene Coelho@hotmail.com

⁴Professor do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – clemlitonbassetto@gmail.com

Grupo de trabalho: Administração de Empresas

Palavras-chave: Plano de negócios; Empreendedorismo; Inovação, Análise SWOT.

Introdução: A Análise SWOT é uma ferramenta utilizada nas empresas com o intuito de realizar um diagnóstico completo dos fatores que implementam no funcionamento da empresa. Ela auxilia em qualquer tipo de planejamento, tanto na tomada de decisão quanto no lançamento de produtos/serviços e otimização de recursos. A análise SWOT é dividida em quatro quadrantes, sendo forças e fraquezas que são observados, recursos, atividades, vantagens. Já as oportunidades e as ameaças são fatores externos, estão ligados a concorrências, pirataria de produtos, legislação, entre outros. Para Hofrichter (2017), a SWOT ajuda a identificar onde pode ser encontrado o forte e vulnerável, ela defende e ataca. O resultado é um plano de ação, ou plano de atuação. A análise pode ser realizada em produto, serviço, empresa ou até mesmo em um indivíduo. Se corretamente utilizada, a análise SWOT fornece fatores importantes na prosperidade como um plano de atuação. Citado por Daychouw (2007), a análise SWOT é uma ferramenta utilizada para exercer análise de ambiente, utilizada para gestão e planejamento estratégico. A sua importância é a formulação de promover um confronto entre as variáveis externas e internas facilitando a geração de alternativas de escolhas estratégicas.

Objetivos: Abordar a importância da análise SWOT, com o propósito de apresentar para os empreendedores que não conhecem essa ferramenta, a sua eficácia dentro de uma organização.

Relevância do Estudo: Este estudo é relevante no sentido de mostrar a profissionais da área administrativa a importância de utilizarem a Análise SWOT para o bom desempenho e crescimento da empresa. Auxiliando nos tipos de planejamento que devem ser realizados na organização.

Materiais e métodos: A metodologia utilizada para elaborar esse trabalho foi a pesquisa bibliográfica sobre o tema do questionamento, utilizando-se de livros, matérias da internet, artigos e outras fontes. Independentemente do tipo de área da pesquisa, supõe-se e exige-se uma pesquisa bibliográfica prévia, seja ela para o levantamento do estado da arte do tema, ou para a fundamentação teórica, justificando os limites e contribuição da própria pesquisa.

Resultados e discussões: Estamos vivendo em um tempo repleto de desenfreadas mudanças, rápidas, profundas e descontinuas que afetam de uma certa forma as organizações, pessoas e até mesmo a sociedade. Por um lado, as mudanças são provocadas por agentes que simultaneamente formam um intenso e caótico campo de forças e as decorrências são incertas e imprescindíveis. Chiavenato (2004).

A análise SWOT é dividida em dois ambientes, internos e externos. O ambiente interno da empresa é formado pela comunidade de recursos humanos, financeiros, físicos, os quais são possíveis exercer o maior controle, porque os resultados das estratégias são definidas pela direção. Dentro do ambiente interno os gestores controlam, dominam e compreendem as forças e fraquezas.

As forças são as questões que se destacam sob a concorrência. Além disso as forças também cabem como união da equipe, quantidade de ativos, modelos de cobranças e um excelente

relacionamento. Já as fraquezas não ajudam na realização da missão empresarial, apesar de estar dentro do controle, sendo as equipes mal qualificadas, tecnologia ultrapassada, dificuldade no processo de entrega, ou seja, o oposto das forças.

O ambiente externo é bem diferente do interno, a empresa não controla os fatores. Dentro do ambiente externo na análise SWOT, deve ter as considerações como juros, câmbio, legislação, crises econômicas, políticas ambientais, desastres naturais, clima. As oportunidades são cenários que enriquecem a empresa, são as leis que favorecem a empresa, acesso a nova tecnologia, lançamento de produtos complementares, mesmo não podendo ser controladas tem a possibilidade de planejar e se preparar com mínimos detalhes para aproveitar todas as oportunidades.

As ameaças é o oposto das oportunidades tudo que cria um ambiente desfavorável para a empresa. Cabe a cada gestão de não acatar as ameaças e prevê-las ao máximo da melhor forma possível.

Conclusão: Através dessa pesquisa ficou claro que a análise SWOT representa basicamente uma balança, onde é possível comparar os fatores internos e externos de cada empresa, serviço ou produto e dessa forma manter o foco do que precisa ser melhorado ou modificado. Porém nada adianta se não for realizado planos de ação e contingência ou utilizarem uma sinergia com o seu planejamento estratégico.

Referências:

CHIAVENATO, Idalberto, **Planejamento estratégico**, 413 páginas, Elsevier Brasil, 2004.

CORDOVIL, Andressa, **Hidro Consultoria**. 2016. Disponível em: <https://www.hidroconsultoria.com.br/artigo-analise-swot/?gclid=EAlaIqobChMlifXjwfn67AIVhRGRCh2gewjsEAAYAyAAEgleG_D_BwE/>_Acesso em: 11 nov. 2020.

DAYCHOUW, Merhi, **40 Ferramentas e Técnicas de Gerenciamento**, 245 páginas, Brasport, 2007

GONÇALVEZ, Benjamin, ed tal, **Responsabilidade social das empresas: A contribuição das universidades vol. 7, Volume 7**, 288 páginas, Editora Peirópolis LTDA, 2009.

HOFRICHTER, Markus, **Análise SWOT: quando usar e como fazer**, 26 páginas, Simplissimo Livros Ltda, 2017.

ANÁLISE DE VIABILIDADE DE DESENVOLVIMENTO DE UM PROJETO DE *FOOD TRUCK* DE SUCOS COM O APOIO DE UM PLANO DE NEGÓCIO

Lucas Cogo dos Santos¹; Osmar Wellington Thomaz da Silva²; Tatiene Martins Coelho³; Clemliton Luiz Bassetto⁴

^{1,2}Alunos de Administração de Empresas – Faculdades Integradas de Bauru – FIB lucas.cogo84@gmail.com
wtswellington1@icloud.com

³Professora do curso de Administração de Empresas – Faculdades Integradas de Bauru – FIB
tatienecoelho@hotmail.com

⁴Professor do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – clemlitonbassetto@gmail.com

Grupo de trabalho: Administração de Empresas

Palavras-chave: Empreendedorismo; *Food Truck*; Plano de Negócios.

Introdução: Analisando as tendências do mercado atual, observa-se, no cotidiano, uma alta preocupação das pessoas com a qualidade de vida, no cuidado de sua saúde física, mental e autoestima. A alimentação, incluindo-se os sucos, colaboram com isso, pois auxiliam no cuidado à saúde do corpo como um todo. Ao introduzir sucos naturais na dieta diária, percebe-se melhora na saúde. Entre os benefícios do suco de fruta, pode-se citar a melhora do desempenho físico e cardiovascular, diminuição da pressão arterial, sono com mais qualidade, mais energia e menos estresse, controle da temperatura corporal, transporte das fibras que estimulam o trabalho do intestino, auxílio no funcionamento dos rins e favorecimento da digestão, pele mais bonita e viçosa, pois os líquidos ajudam a varrer as toxinas que se acumulam no organismo e a melhora do sistema imunológico (BELEZA & SAÚDE, 2019). Os sucos devem fazer parte de uma dieta balanceada, rica em fibras e com alimentos integrais. Os sucos extraídos não devem substituir completamente as frutas e legumes, pois a suas fibras são importantes para eliminar toxinas e prevenir alguns tipos de câncer. Neste sentido surgiu a ideia do *Truck Sucos*, uma estrutura, cujo diferencial será de estar em lugares estratégicos oferecendo todos estes benefícios aos consumidores.

Objetivos: Analisar a viabilidade da implantação de um *Truck Sucos*, com intuito de auxiliar as pessoas numa dieta mais saudável por meio de um desenvolvimento de um plano de negócios.

Relevância do Estudo: A ideia deste empreendimento nasceu da percepção de que há vários serviços do mesmo segmento na cidade, porém todos em lugares fixos. Diante desta problemática, nasceu a ideia de se oferecer produtos saudáveis que irão contribuir e auxiliar para uma melhor qualidade de vida, visando levar o mais próximo possível esse produto até os apreciadores de sucos em lugares estratégicos.

Materiais e métodos: A metodologia utilizada neste estudo tem como alicerce a pesquisa do tipo qualitativa exploratória, no qual a exploratória foi fundamentada em livros, monografias, sites e outras fontes que buscou discorrer sobre o tema empreendedorismo e a viabilidade da abertura de um *food truck*.

Resultados e discussões: O estudo abordou fundamentações teóricas de pesquisadores e estudiosos do assunto, tendo em mente a viabilidade do plano de negócios de um *food truck* na cidade de Bauru/SP que traz conceitos diferenciados dos concorrentes, agregando seu valor na cultura de simplicidade e qualidade. O potencial público-alvo do negócio são pessoas de ambos os sexos de todas as faixas etárias, residentes da cidade de Bauru e região, pertencentes à todas as classes sociais que pretendem adotar um estilo de vida saudável e se interessam em adquirir serviços do ramo de saúde e bem-estar.

Segundo Crocker (2015), o suco tem importante papel em garantir uma dieta saudável, pois torna mais fácil consumir as recomendadas 5 a 8 porções diárias de frutas e legumes. Um copo grande de suco fresco por dia, puro e integral, poderá melhorar o sistema imunológico, aumentar a energia, fortalecer os ossos, limpar a pele e reduzir o risco de doenças. Para obter o máximo de benefício,

deve-se consumir uma grande variedade de sucos, feitos com diferentes tipos de ervas, frutas e legumes orgânicos (CROCKER, 2015). A dimensão do principal mercado é ampla, devido à possibilidade de deslocamento, visto que o negócio vai funcionar em um *Truck*, portanto o alcance de atuação torna-se muito maior, possibilitando cobrir toda a área da cidade de Bauru e, futuramente, também a região. Já em relação à sazonalidade no consumo dos clientes, as demandas dos serviços de cuidados com a saúde e bem-estar são comuns, pois a ingestão de sucos tornou-se algo imprescindível no dia a dia dos mesmos. No mundo moderno pode-se notar o grande crescimento de pessoas que se preocupam com a alimentação, pois sabem que, de certa forma, isso impactará no seu estilo de vida futuramente. Segundo a Agência Brasil (2018), a maioria dos brasileiros esforça-se para manter uma alimentação saudável, buscando consumir produtos mais frescos e nutricionalmente ricos. O resultado faz parte de levantamento da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP, 2018). Oito em cada dez brasileiros, afirmam que se esforçam para ter uma alimentação saudável e 71% dos entrevistados apontam que preferem produtos mais saudáveis, mesmo que tenham que pagar caro por eles.

Conclusão: Com base nestes estudos, concluímos que empreendedorismo não consiste apenas em gerir uma empresa, mas sim em ter consciência da responsabilidade de produzir produtos de qualidade, ter iniciativa, criatividade para suportar e ter plena consciência dos riscos que a empresa enfrenta. Buscar sempre a excelência no nosso atendimento e na qualidade dos produtos será o diferencial. Considerando a implantação da *Truck Sucos* na cidade de Bauru / SP, as chances de sucesso são maiores devido o perfil dos consumidores cidade.

Referências

- ADMINISTRADORES.COM. **Qual é o conceito de empreendedorismo?** Disponível em: <<https://administradores.com.br/noticias/qual-e-o-conceito-de-empendedorismo#:~:text=Muito%20se%20fala%20em%20empendedorismo,sua%20teoria%20da%20Destru%C3%A7%C3%A3o%20criativa>>. Acesso em: 15 ago. 2020.
- AGENCIA BRASIL. **Pesquisa mostra que 80% dos brasileiros buscam alimentação saudável.** Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2018-05/pesquisa-mostra-que-80-dos-brasileiros-buscam-alimentacao-saudavel>>. Acesso em: 16 ago. 2020.
- AMAZON.COM.BR. **O grande livro dos sucos.** Disponível em: <https://www.amazon.com.br/Grande-Livro-dos-Sucos/dp/8578812670/ref=sr_1_2?_encoding=UTF8&qid=1586034889&refinements=p_27%3APat+Crocker&s=books&sr=1-2>. Acesso em: 16 ago. 2020.
- BELEZA E SAUDE. **Benefícios dos sucos de fruta.** Disponível em: <<https://belezaesauade.com/beneficios-suco/>>. Acesso em: 16 ago. 2020.

ANÁLISE DE VIABILIDADE DE ABERTURA DE ACADEMIA DE MUSCULAÇÃO COM APOIO DE UM PLANO DE NEGÓCIOS

Danúbia Cristina da Silva Godoy¹; Lidiane Ferreira Batista da Silva²; Clemliton Luiz Bassetto³ Tatiene Martins Coelho Trevisanuto⁴

¹Aluna do Curso de Administração - Faculdades Integradas de Bauru – FIB – danubia.godoy1902@gmail.com

²Aluna do Curso de Administração - Faculdades Integradas de Bauru – FIB – lidianebatista@bauru.sp.gov.br

³Professor do Curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – clemiltonbassetto@gmail.com

⁴Professora do Curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – tatiene Coelho@hotmail.com

Grupo de trabalho: Administração

Palavras-chave: Academia, musculação, plano de negócio.

Introdução: A busca por academias de musculação é decorrente do desejo ou necessidade das pessoas de alcançar objetivos como emagrecimento, tonificação, melhoria na saúde, melhoria no condicionamento físico, ficar forte e até a socialização (SILVA, 2020). Com a facilidade de acesso à informação, grande parte da população pode obter conhecimento sobre os benefícios alcançados por meio da realização de várias atividades físicas, não apenas da musculação. De acordo com Daniels (2013, p. 198) “os benefícios da atividade física regular são muitos, desde combater doenças e obesidade até reduzir os custos médicos ou simplesmente proporcionar às pessoas bem-estar”.

Objetivos: Apresentar a proposta da abertura de uma academia de musculação e atividades infantis para a cidade de Borebi/SP.

Relevância do Estudo: A principal motivação para sustentar este estudo é que esse tipo de negócio não é explorado na cidade de Borebi/SP, e que proporcionará oportunidade de atender a um determinado grupo da população que se desloca da cidade em busca desse serviço ainda não ofertado. Pensou-se, também, na qualidade de vida e melhoria da saúde dos moradores de Borebi, e nos benefícios àqueles que tem o desejo ou a necessidade, mas não tem como se deslocar diariamente para outra cidade afim de realizar as atividades físicas promovidas pela abertura de uma academia.

Materiais e métodos: A metodologia utilizada para elaborar o trabalho foi uma pesquisa bibliográfica, utilizando-se de livros e materiais de internet. Conforme Cervo; Bervian, (2002), independentemente do tipo e área da pesquisa, supõe-se e exige-se uma pesquisa bibliográfica prévia, seja ela para o levantamento do estado da arte do tema, ou para a fundamentação teórica, justificando os limites e contribuição da própria pesquisa.

Resultados e Discussão: De acordo Dornelas (2008, p. 79), “a principal utilização do plano de negócios é a de prover uma ferramenta de gestão para o planejamento e desenvolvimento inicial de uma start-up”. A partir desta ideia, podemos dizer que o planejamento é essencial para a criação e desenvolvimento de qualquer empreendimento.

Ao identificar-se a necessidade de oferecer serviços de atividades físicas para a população Borebiense e, observar-se um mercado potencial entre as classes A, B e C, aberta ao público de todas as idades, surgiu a oportunidade de ofertar, em um mesmo estabelecimento, mas em ambientes distintos, atividades ao público adulto e infantil. Em razão do município ainda ser pequeno e, basicamente toda área comercial estar localizada em uma única região da cidade, o local ideal para instalação desta empresa é o centro da cidade de Borebi-SP.

Com o apoio da análise de mercado foi possível identificar não apenas os potenciais clientes e necessidades dos mesmos, mas também os concorrentes e ainda definir os fornecedores. Além

disso, utilizou-se a análise SWOT para identificar os pontos fortes e pontos fracos, relacionados ao ambiente interno e, oportunidades e ameaças, que se trata do ambiente externo.

Conclusão: Com base nos dados obtidos em pesquisas e fontes bibliográficas, e avaliação dos aspectos relevantes a abertura de uma empresa, observa-se que existe a necessidade e um mercado de academias ainda não explorado na cidade. Além disso, será proporcionado aos borbienenses, a possibilidade de ter uma vida mais saudável com o incentivo a prática de atividades físicas, benéficas a saúde. Desta forma, conclui-se que o negócio tem potencial para que se torne viável devido as oportunidades ainda exploradas e recursos disponíveis.

Referências:

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

DANIELS, Jack. **Fórmula de Corrida de Daniels**. 2 ed. Porto Alegre: Artmed, 2013. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?id=6AifOzr9cuMC&pg=PA198&dq=beneficios+da+atividade+f%C3%ADsica&hl=pt-BR&sa=X&ved=2ahUKEwj83pPx1MXrAhXmLLkGHQKsD2o4ChDoATAFegQIBhAC#v=onepage&q=beneficios%20da%20atividade%20f%C3%ADsica&f=false>>. Acesso em: 31 ago. 2020.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: Transformando Ideias em Negócio. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier Brasil, 2008. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?id=oKlayz7rBVIC&printsec=frontcover&dq=empreendedorismo&hl=pt-BR&sa=X&ved=2ahUKEwj14MyPi7DrAhVRH7kGHZU7DUwQ6AEwAXoECAEQAg#v=onepage&q=empreendedorismo&f=false>>. Acesso em: 28 jul. 2020.

SILVA, Marcos Ruiz da. **Empreendedorismo**. Curitiba: Contentus, 2020. Disponível em: <<https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/183997/pdf/0?code=vmT3+/e7W9DrgoSINfnuvDuj+TZZlowZ3usL+OjdlQY2tUs/yoCqr1T54t7mv6qGAR4cOtO6BEiiX6CZqi5Ww>>. Acesso em: 31 ago. 2020.

DESENVOLVIMENTO DE COMPETÊNCIAS NO NOVO MODELO DE GERENTES DE NEGÓCIOS E SERVIÇOS DE UMA INSTITUIÇÃO FINANCEIRA BRASILEIRA

Gabriela Fernanda Passamani¹; Talita dos Santos Anjolim²; Maria Inês Scurachio Sales³; Carlos Henrique Carobino⁴.

¹Aluna do Curso de Pós-graduação em Gestão Empresarial- Faculdades Integradas de Bauru – FIB – gabiferpassa@hotmail.com

Aluna do Curso de Pós-graduação em Gestão Empresarial- Faculdades Integradas de Bauru – FIB – talita_anjolim@hotmail.com

³Professora do curso de Pós-graduação em Gestão Empresarial – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – mariasales1@mail.com

⁴Professor do curso de Pós-graduação em Gestão Empresarial – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – carobino@bol.com.br

Grupo de trabalho: PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO EMPRESARIAL- MBA

Palavras-chave: Treinamento. Desenvolvimento de pessoas. Competências.

Introdução: Apresenta-se no presente artigo, projeto de aplicação sobre o tema treinamento e desenvolvimento para uma instituição financeira privada brasileira que implementou um novo modelo de gestão de pessoas e negócios, modificando as funções de seus colaboradores que demandam, além de realizar atividades administrativas, atuar no atendimento aos clientes e na área comercial. Para tanto faz-se importante propiciar a formação dos colaboradores, com o intuito de que resultem num melhor ambiente de trabalho, melhor atendimento ao cliente e otimização de resultados.

Objetivo: Desenvolver um Plano de Treinamento para Gerente de Negócios e Serviços de uma instituição financeira privada brasileira, com intuito de formar os colaboradores para as novas funções atribuídas.

Relevância do Estudo: Pretende-se contribuir, para os profissionais envolvidos com: a compreensão do novo modelo implementado pela instituição; o desenvolvimento de novas competências para atuar nos novos cargos atribuídos; diminuição do stress no trabalho e a desmotivação decorrente da mudança de cargo; o aumento da remuneração dos profissionais envolvidos, no sentido de que as vendas efetivadas no novo cargo possibilitarão gerar remuneração variável. Para os clientes: atender mais pontualmente às necessidades, ao permitir a melhoria da qualidade das vendas, pela possibilidade de uma melhor explanação dos serviços e produtos fornecidos pelos profissionais, de acordo com cada perfil de cliente. Para a instituição: otimização de resultados.

Materiais e métodos: trata-se de pesquisa de natureza qualitativa e, quanto aos objetivos, de pesquisa exploratória e descritiva, que, de acordo com Gil (2010), busca proporcionar maior familiaridade com o problema. Quanto aos procedimentos técnicos, trata-se de estudo de caso, que, segundo Marconi; Lakatos (2017), tem o objetivo de apreender determinada situação e descrever a complexidade de um fato. O estudo é apoiado em pesquisa bibliográfica, desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos.

Resultados e discussões: com o desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação (TICs) os negócios bancários se transformam cada vez mais em digitais, o que não exclui, ainda, a importância do atendimento presencial e, “seja em uma agência bancária reconfigurada, seja por meio de uma experiência digital em um aplicativo de celular, a essência é a mesma: garantir que o cliente tenha acesso a serviços de qualidade, com a agilidade e o dinamismo que o mundo contemporâneo exige” (FEBRABAN, 2019, p. 4). O novo modelo de trabalho implantado unificou cargos ora implicam em atividades voltadas à negócios, o que demanda competências para vendas. Gobe (2007) enfatiza que vender bem se dá através de planejamento e estratégias aliados ao esforço e à motivação, proporcionando ao profissional segurança para o alcance de suas metas. Sobre a motivação, cada um possui suas próprias motivações de acordo com o que considera importante ou significativo para si (MARQUES, 2015, p. 1). Um profissional motivado, treinado e em um cargo adequado levará a um resultado de sucesso. No cenário atual, o papel do profissional bancário é atuar como consultor financeiro com novas competências. “A competência é um entendimento tático de situações que se apoia em conhecimentos adquiridos e os transforma na medida em que aumenta a diversidade das situações” (ZARIFIAN, 2011, p. 72), fato que se apresenta com a atuação das novas funções, na

instituição em questão. A instituição não tem um portfólio que atenda às demandas do novo cargo. Isto posto, para este estudo, inicialmente realizou-se o mapeamento de competências técnicas e comportamentais necessárias com o propósito de identificar os indicadores de competências comportamentais da nova função. Apresentam-se as propostas de treinamento.

Planilha de treinamentos técnicos existentes e propostos.

Existentes <i>on line</i>	Propostos
1- Programa de formação de gerente de negócios e serviços: desenvolver novas habilidades no atendimento ao cliente 2- Gestão de Manifestação: metodologia para auxiliar no processo de recebimento dos registros e no acompanhamento das reclamações dos clientes.	1- Conhecendo o programa de formação de gerentes de negócios e serviços <ul style="list-style-type: none"> Conteúdo: sobre o cargo de gerente de negócios e serviços, modelo de incentivos, gestão do fluxo de atendimento e produtos das carteiras. Metodologia: explanação oral- (simples ou com apoio áudio visual), debate cruzado, painel e universidade aberta.
3- Conheça seu cliente: desenvolver competências para avaliar seu cliente, contribuindo com a prevenção a lavagem de dinheiro e combate ao financiamento do terrorismo.	2- Ser um Gerente de Negócios e Serviços: <ul style="list-style-type: none"> Conteúdo: um dia de <i>benchmarking</i> com gerentes já especializados em atendimento e produtos. Metodologia: Treinamento <i>in Job</i>; Estágio.
4- Produtos: ensinar o gerente de negócios e serviços, realizar a gestão da carteira identificando as necessidades dos clientes e propondo a realização de negócios com os produtos e serviços disponibilizados pelo banco.	3- Reciclagem de produtos/serviços. <ul style="list-style-type: none"> Conteúdo: Atualização de produtos e serviços Metodologia: Cursos <i>on-line</i> e presenciais.

Planilha de treinamentos comportamentais propostos

Competências comportamentais a serem desenvolvidas	Metodologia
Integração e desinibição grupal	Dinâmica de grupo; t- grupo, jogos e exercícios diversos e jogos de empresa, propiciando o aprendizado cada vez mais atraente e menos desgastante.
Resiliência	Principais técnicas relacionadas com o desenvolvimento psicológico; psicodrama, socio análise, proporcionando desenvolvimento de uma consciência social, ampliação da auto percepção, incentiva estimula a criatividade.
Autoconhecimento	Aconselhamento psicológico, universidade aberta, técnicas para adaptação ao grupo, proporcionando assim uma autoimagem permitindo conhecer suas qualidades, sua capacidade e os pontos que devem ser melhorados.
Trabalho em equipe	Delegação de técnica de aprendizagem e role- <i>playing</i> ocasiona prática administrativa destinada a aprendizagem de comportamentos de supervisão ou gerencia.
Foco em resultados	Alcances e limitações do método aprender fazendo; que ressalta a economia de tempo, espaço e investimento.

Conclusão: O treinamento teve a missão de possibilitar a modificação do ambiente de trabalho da instituição financeira, trazendo benefícios aos colaboradores envolvidos e aos clientes. Esperou-se desenvolver nos profissionais envolvidos competências para a nova função, otimizando resultados para o profissional, para a empresa e para os clientes. Diante dessa situação surgiu a necessidade de complementarmos os treinamentos *online* existentes, com cursos presenciais incluindo dinâmicas de grupo, e acompanhamento dos gestores. Espera-se ter contribuído para desenvolver nos Gerentes de Negócios e Serviços competências para o desenvolvimento da nova função, otimizando resultados para o profissional, para a empresa e para os clientes.

Referências

- GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
 MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. Metodologia científica. São Paulo: Atlas, 2017.
FEBRABAN. Pesquisa FEBRABAN de Tecnologia Bancária 2019. Disponível em: <https://ciab.com.br/assets/download/researches/research-2019_pt.pdf>. Acesso em: 01 fev.2020.
 GOBE, Antonio Carlos *et al.* **Administração de vendas.** 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2007.
 MARQUES, Jose. Roberto. **O que é a psicologia motivacional e como ela funciona?** 2015 Disponível em: <<http://www.jrmcoaching.com.br/blog/o-que-e-a-psicologia-motivacional-e-como-ela-funciona/>>. Acesso em: 14 out. 2019.
 ZARIFIAN, Philippe. **Objetivo competência:** por uma nova lógica. São Paulo: Atlas, 2011.

REMODELAGEM DO PROCESSO DE FATURAMENTO DA EMPRESA BAURUENSE “ABC” DO SEGMENTO HOSPITALAR

Kalina Aparecida Radigueri Ligeiro¹; Patrícia Adriana dos Santos Silva Fernandes²; Maria Inês Scurachio Sales³; Carlos Henrique Carobino⁴

¹Aluna do Curso de Pós-graduação em Gestão Empresarial- Faculdades Integradas de Bauru – FIB – kalinaradlig@gmail.com

Aluna do Curso de Pós-graduação em Gestão Empresarial- Faculdades Integradas de Bauru – FIB- patricia775@gmail.com

³Professora do curso de Pós-graduação em Gestão Empresarial – Faculdades Integradas de Bauru – FIB - mariasales1@mail.com

⁴Professor do curso de Pós-graduação em Gestão Empresarial – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – carobino@bol.com.br

Grupo de trabalho: PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO EMPRESARIAL- MBA

Palavras-chave: Faturamento. Administração financeira hospitalar. Faturista *In loco*.

Introdução: Apresenta-se projeto de aplicação que envolve a reestruturação do processo de faturamento de contas em aberto durante a internação, na busca de eficiência produtiva na finalização do processo de fechamento de contas hospitalares. Atualmente a empresa apresenta um processo de fechamento de contas em aberto que é realizado somente na Área de Faturamento, em que as contas só são conferidas a partir da alta hospitalar do cliente. Com a remodelagem implementada será adotada a figura do “faturista *in loco*”, que terá entre as atribuições a de acompanhar o andamento da internação, verificando se processo está devido, para minimizar falhas no processo e concluir o fechamento da conta na alta hospitalar do cliente.

Objetivos: Remodelar “o processo de faturamento de contas em aberto” com a busca da otimização de recursos e ganhos nos resultados financeiros obtidos, no sentido de contribuir com a empresa hospitalar bauruense “ABC”.

Relevância do Estudo: Atualmente, na empresa, o processo de faturamento inicia-se somente após a alta do paciente, quando das internações ou emergências médicas hospitalares, o que acarreta morosidade no fechamento das contas. Com a remodelagem adotada há a possibilidade de ganhos substanciais de eficiência em todas as fases do processo de faturamento, o que propicia a antecipação dos valores relativos às faturas envolvidas, otimizando o fluxo de caixa.

Materiais e métodos: trata-se de pesquisa e natureza qualitativa e, quanto aos objetivos, de pesquisa exploratória e descritiva, que, de acordo com Gil (2010), busca proporcionar maior familiaridade com o problema. Quanto aos procedimentos técnicos, trata-se de estudo de caso, que, segundo Marconi; Lakatos, tem o objetivo de apreender determinada situação e descrever a complexidade de um fato. O estudo é apoiado em pesquisa bibliográfica, desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos.

Resultados e discussões: A principal fonte originária de receita dos hospitais está nos convênios. O faturamento, na administração financeira hospitalar, constitui-se em um processo que permite aos gestores conhecerem a rentabilidade dos serviços de saúde e gerir seus custos, qualidade e receitas, e através dele, a prestação de serviços e o consumo de materiais e de medicamentos originarão a conta hospitalar e se transformarão em moeda corrente (ZUNTA; LIMA, 2017). Permite delimitar e especificar os fatores críticos de sucesso para a gestão financeira e contábil, inclusive quanto aos tributos que incidem direta ou indiretamente sobre os produtos e serviços comprados e oferecidos por um hospital. Sua missão é processar as contas hospitalares dos pacientes atendidos nos diversos serviços do hospital de forma a garantir o correspondente fluxo de recursos (SANTOS; ROSA, 2013). O setor de faturamento atua na captura de dados do prontuário do paciente para cobrança, para o fechamento da fatura. Inicia-se com a admissão do paciente no hospital e a captura adequada gerará a cobrança; em vista disso, deve haver fluidez destas informações para facilitar o fechamento da fatura (MAURIZ *et al.* 2012). Neste sentido, as propostas deste estudo são a criação do faturista “*in loco*” que deverá ser alocado na unidade de internação na qual fará o acompanhamento das internações da unidade, auxiliando nos serviços administrativos, com atribuições específicas como: atendimento

de contatos pelos médicos; acompanhantes em geral, em caso de demandas e dúvidas; documentos (descrição de cirurgias, anestesia, relato de enfermagem, evolução médica) a serem preenchidos ou finalizados no PEP (prontuário eletrônico) e solicitação ao médico ou enfermagem o preenchimento durante a internação, caso necessário; providenciar a justificativa ou relatório para a solicitação/inclusão ou mudança de procedimentos, para posterior envio a área Central de Guias, para solicitar autorização à empresa ou origem. Apresenta-se, no quadro 1, a remodelagem proposta.

QUADRO 1 - RESUMO DA REMODELAGEM DO PROCESSO DE FATURAMENTO DA EMPRESA ABC”

PROCEDIMENTOS ALTERADOS	PROPOSTA DE MELHORIA	GANHOS OBTIDOS
Realocar 01 funcionário faturista da área de Faturamento para a unidade de Internação.	Verificação diária das contas dos pacientes.	Agilidade no trânsito de documentos médicos e assistenciais, administrativos e financeiros relativos ao prontuário do paciente.
Faturista acompanhara a conta do paciente, realizando a conferência, lançamento e devidos ajustes diariamente até a alta médica.	Otimizar tempo entre alta do paciente e fechamento da fatura.	Controle efetivo real time das ocorrências de divergências nas contas individuais dos pacientes, com correção imediata dos desvios e redução do lead time do processo de fechamento da fatura.
Fechamento da conta do Paciente diretamente na Unidade de Internação.	Reduzir o estoque de contas em abertas dos clientes e melhorias das metas estabelecidas.	Eliminação de lead time do fechamento das faturas; Satisfação completa dos clientes; Elevação das quantidades de contas faturadas e ingresso antecipado dos recursos financeiros.

Conclusão: com a implementação do “faturista in loco”, será possível minimizar falhas no processo, conseguindo concluir o fechamento da conta na alta hospitalar do cliente. O estudo não esgota a necessidade permanente da empresa analisada efetuar revisões periódicas em seus processos, considerando-se a constante mutabilidade imposta pelas inovações tecnológicas e as necessidades de atender, sempre e por completo, a experiência dos clientes usuários dos serviços hospitalares. Neste sentido, o resultado do estudo deve ser visto com relatividade frente à necessidade atual da empresa, contudo, torna-se essencial que estudos posteriores, se demandados pela empresa, sigam na mesma linha de inovações para enfrentamento das condições ambientais de competitividade da época.

Referências

- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2017.
- MAURIZ, C. Et al. Faturamento hospitalar: um passo a mais. **Revista Inova Ação**. Teresina, v. 1, n. 1, art. 4, p. 38-44, jan./jun. 2012. Disponível em :
<<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=2ahUKEwiD2PHUy4DoAhUwuqQKHdsDCeAQFjAAegQIBRAB&url=http%3A%2F%2Fwww4.fsnet.com.br%2Frevista%2Findex.php%2Finovaacao%2Farticle%2Fdownload%2F479%2Fpdf&usg=AOvVaw1UK2Qdi4ey7ueP2wqILJtA>>. Acesso em: 10 dez. 2019.
- SANTOS, M.P.; ROSA, C.D.P. Auditoria de contas hospitalares: análise dos principais motivos de glosas em uma instituição privada. **Revista da Faculdade de Ciências Médicas**. Sorocaba, v. 15, n. 4, p. 125 - 132, 2013. Disponível em:
<<https://revistas.pucsp.br/index.php/RFCMS/article/view/17653>>. Acesso em: 12 dez. 2019.
- ZUNTA, R.S.B.; LIMA, A.F.C. Processo de auditoria e faturamento de contas em hospital geral privado: um estudo de caso. **Revista Eletrônica Enfermagem**. 2017 Disponível em:
<<http://dx.doi.org/10.5216/ree.v19.42082>>. Acesso em: 20 ago. 2019.

TREINAMENTO DE INTEGRAÇÃO PARA OPERADORES INICIANTES DE PRESTADORA DE SERVIÇOS DE RECUPERAÇÃO DE CRÉDITO DA CIDADE DE BAURU-SP

Bruna Silvério Fortunato¹; Angela Tatiana da Silva Gonçalves²; Maria Inês Scurachio Sales³; Carlos Henrique Carobino⁴

¹Aluna do Curso de Pós-graduação em Gestão Empresarial- Faculdades Integradas de Bauru – FIB – brunasilveriofortunato@yahoo.com.br

Aluna do Curso de Pós-graduação em Gestão Empresarial- Faculdades Integradas de Bauru – FIB- angela.tatiana.silva@gmail.com

³Professora do curso de Pós-graduação em Gestão Empresarial – Faculdades Integradas de Bauru – FIB - mariasales1@mail.com

⁴Professor do curso de Pós-graduação em Gestão Empresarial – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – carobino@bol.com.br

Grupo de trabalho: PÓS-GRADUAÇÃO -MBA- EM GESTÃO EMPRESARIAL

Palavras-chave: Treinamento de Integração. Desenvolvimento de pessoas. Recuperação de Crédito.

Introdução: O presente estudo trata-se de um Projeto de Aplicação de MBA. Percebeu-se que o processo de recrutamento e seleção para recuperadores de crédito da empresa foco deste estudo apresentava-se ineficaz e ineficiente, sendo realizado apenas pelo preenchimento de um questionário padrão desenvolvido pela empresa com itens básicos que não avaliavam as competências tanto técnicas como comportamentais, necessárias para o cargo. Propôs-se desenvolver o colaborador iniciante, após o processo de recrutamento e seleção, por meio de específico treinamento de integração, de modo a alcançar o aperfeiçoamento dos profissionais e, assim, atingir os objetivos quantitativos e qualitativos juntamente a equipe.

Objetivos: Aperfeiçoar o treinamento de integração de novos operadores de uma assessoria de cobrança (recuperação de crédito via telemarketing), com intuito de desenvolver competências técnicas e comportamentais básicas para otimização dos resultados.

Relevância do Estudo: faz-se importante pois, como a empresa não pretende mudar a forma de fazer seu processo seletivo, a reestruturação do treinamento de integração com a inserção do desenvolvimento de assuntos técnicos e competências comportamentais auxiliará na otimização dos resultados pessoais e organizacionais, pela adequação entre as características dos empregados e as exigências dos papéis funcionais.

Materiais e métodos trata-se de pesquisa de natureza qualitativa e, quanto aos objetivos, de pesquisa exploratória e descritiva, que, de acordo com Gil (2010), busca proporcionar maior familiaridade com o problema. Quanto aos procedimentos técnicos, trata-se de estudo de caso, apoiado em pesquisa bibliográfica, desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos.

Resultados e discussões: As organizações são grupos sociais criados para resolver problemas de seus usuários e das pessoas que as criaram e, para isso, transforma recursos no sentido de oferecer produtos e serviços e satisfazer clientes, usuários, funcionários, acionistas e a sociedade em geral (MAXIMIANO, 2012). Neste contexto, um desempenho satisfatório é requisito para gerar vantagem competitiva e, para isso é necessário competência. No que se refere às pessoas, Fleury (2011, p. 34) define competência como “um agir responsável e reconhecido, que implica mobilizar, integrar, transferir conhecimentos, recursos, habilidades, que agreguem valor econômico à organização e valor social ao indivíduo”. A geração de competências nas organizações é influenciada por vários processos da Gestão de Pessoas, porém, o marco inicial é o processo de Captação (recrutamento) e Seleção. “Ambos – recrutamento e seleção – fazem parte de um processo maior que é o de suprir e prover a organização de talentos e competências necessários à

sua continuidade e sucesso em um contexto altamente dinâmico e competitivo” (CHIAVENATO, 2009, p. 68). Na empresa foco deste estudo, houve um crescimento de admissão nos últimos anos, sem a adequada evolução no processo de seleção, que tem como base entrevistas tradicionais que não validam a existência do perfil do candidato exigido para o cargo, principalmente com relação a conhecimentos de informática (digitação) e competências comportamentais para abordagem ao cliente. Como a empresa não pretende modificar o processo de seleção e seus instrumentos propôs-se, neste estudo, reestruturar o Treinamento de Integração, para sanar o *gap* deixado no processo seletivo com relação a conhecimentos de informática, especificamente digitação, e desenvolvimento de competências comportamentais. “Um programa de integração tem o objetivo de adaptar o novo funcionário à empresa contratante, facilitando seu processo de socialização no novo cenário de aprendizado no qual ele inicia suas atividades profissionais” (BOOG, 2006, p. 117). Para a reestruturação do treinamento de integração proposto neste estudo, sugeriu-se a redefinição das competências técnicas e comportamentais adequadas para o cargo, tendo como base a Classificação Brasileira de Ocupações (CBO), do Ministério do Trabalho e Emprego (BRASIL, 2010). Com base na CBO, as atividades do cargo de operador de cobrança definidos para a empresa são: cobrar valores devidos, preparar cobrança, comunicar-se com o devedor, informar ao devedor, atualizar o cadastro do devedor e identificar cobranças indevidas. Neste sentido, o treinamento de integração proposto por este estudo deve apresentar conteúdos que atendam aos seguintes objetivos: integrar profissional à empresa; conhecer o equipamento de trabalho, sistema operacional e digitação; entender a inadimplência e o passo a passo das atividades a serem desenvolvidas; compreender a diferença entre tipos de clientes e formas de argumentação; fechar acordo; conhecer e lidar com objeções e conflitos; conhecer técnicas de negociação; desenvolver as competências de : comunicação, envolvimento interpessoal, trabalho em equipe e foco em resultados.

Conclusão: este estudo propôs um treinamento de integração com o intuito de capacitar, aperfeiçoar e desenvolver os profissionais em busca de resultados profissionais e organizacionais e diminuição de rotatividade. Observa-se que, o desenvolvimento dos negócios da empresa e a contratação de seus serviços por novos clientes fazem que com este estudo não se esgote nesta proposta de treinamento. O cargo de recuperador de crédito poderá agregar outras atividades não contempladas neste estudo, o que demandará, por parte da empresa, efetuar revisões periódicas nos processos de recrutamento, seleção, readequando o treinamento de integração ora proposto para enfrentar competitivamente o mercado em que atua.

Referências

- BOOG, Gustavo G., Madalena T. **Manual de treinamento e desenvolvimento:** processos e operações. ed. Pearson Prentice Hall. São Paulo, 2006.
- BRASIL. **Classificação Brasileira de Ocupações:** CBO. 3. ed. Brasília: MTE, SPPE, 2010.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Planejamento, recrutamento e seleção de pessoal:** como agregar talentos à empresa. 7. ed. Barueri: Manole, 2009.
- FLEURY, M. T. L.; FLEURY, A. **Estratégias empresariais e formação de competências:** um quebra cabeça caleidoscópico da indústria brasileira. 3. ed. 6^o reimp. São Paulo: Atlas, 2011.
- MARCONI, M. da; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa.** 7 ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- MAXIMIANO, A. C. A. **Teoria Geral da Administração.** São Paulo: Atlas, 2012.