
IMIGRAÇÃO VIRTUAL: EFEITO DA GLOBALIZAÇÃO E OPORTUNIDADE PARA PAÍSES EMERGENTES

Vinicius Pereira dos Santos
Professor do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB –
vinicsantos@gmail.com

Grupo de Trabalho: Administração

Palavras-chave: Revolução 4.0, Imigração Virtual, Negócios Internacionais

Introdução: A Globalização e os avanços tecnológicos proporcionaram inúmeros benefícios para as organizações em termos de produtividade e proximidade com mercados de todas as nações. Segundo Siqueira (2016), além do intercâmbio comercial, a Globalização promoveu o intercâmbio cultural devido a facilitação do movimento dos fatores de produção, proporcionando movimentos migratórios físicos de trabalhadores de país emergentes ou em desenvolvimento para os países desenvolvidos. Entretanto, atualmente, devido ao crescente avanço nas tecnologias de comunicações e de softwares de colaboração uma nova onda migratória começa a surgir, mas dessa vez é o trabalho que migra em busca do trabalhador que não mais precisa deixar seu país de origem, proporcionando uma imigração virtual.

Objetivos: Este trabalho tem por objetivo identificar tendências no mercado de trabalho internacional diante dos avanços tecnológicos proporcionados pela Revolução 4.0

Relevância do Estudo: Com o rápido avanço tecnológico faz-se necessário entender o impacto nas relações de trabalho e as inovações possíveis para a facilitação da movimentação do fator de produção mão-de-obra e as vantagens disso para os estudos de negócios internacionais.

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: Podemos acreditar que o processo de Globalização é relativamente recente, mas conforme Siqueira (2016) se observamos a história perceberemos o início da globalização já era mercantilista, quando as trocas comerciais e a descoberta de novos territórios propiciaram, também, a troca cultural.

Também é conhecido que a globalização proporcionou crescimento econômico em todas as nações. Segundo o Banco Mundial (2003) os países desenvolvidos apresentaram um crescimento 3 vezes superior aos países em desenvolvimento e essa expansão econômica proporcionou os movimentos migratórios de trabalhadores dos países em desenvolvimento para os desenvolvidos em busca de melhores condições de trabalho e qualidade de vida.

Para Schwab (2016), os avanços tecnológicos provocaram transformações profundas em nossa sociedade. Desde 1760 com o advento da primeira Revolução Industrial, que introduziu a máquina a vapor, até os dias atuais com a chamada Revolução 4.0 que não apenas está proporcionando inovações tecnológicas, mas novas formas de interação e no modo vida das pessoas. Algumas dessas inovações no modo de vida das pessoas estão relacionadas a forma de comunicação, interação e colaboração entre os indivíduos que criaram forma de relacionamento a distância, mas com uma proximidade nunca vista devido a tecnologia. Inclusive nas relações de trabalho onde o fator presença física vem sendo reduzido a cada dia e alterando a forma de imigração tradicional para uma imigração virtual.

De acordo com Baldwin (2019), imigração virtual pode ser melhor compreendida se pensarmos que atualmente é possível estar fisicamente em um país e trabalhar em outro com grande eficiência, interagindo, coordenando e executando atividades através da rede de computadores e de softwares de colaboração online. Para o autor imigração virtual é mais comum em alguns setores da economia como o tecnologia e desenvolvimento de softwares, por exemplo, em que trabalhadores são contratados em diversos países para desenvolverem uma parte do código de um software para uma empresa.

Diante disso, Baldwin (2019) considera que a tendência futura é que a imigração virtual reduza significativa o volume de pessoas transitando de um país para outro em busca de melhores condições de trabalho. Agora será o trabalho que irá imigrar em busca dos trabalhadores. Para o autor, no passado os trabalhadores de países em desenvolvimento imigravam para países desenvolvidos, agora a tendência é que o trabalho migra dos países desenvolvidos em busca de trabalhadores em países em desenvolvimento devido a diferença de preços dos serviços entre as nações e diz que tal diferença chega a 10 a 20 vezes. O autor ainda afirma que “veremos muitos profissionais de Brasil, Argentina, Quênia, Ucrânia, Índia trabalhando para empresas em Nova York e Londres.”

Conclusão: Apesar de promissor e de já conseguirmos encontrar inúmeros casos que demonstram que a imigração virtual é um fato, ainda é cedo para compreendermos suas vantagens e desvantagens. Baldwin (2019) diz que a nova onda migratória representará enorme oportunidade para trabalhadores das nações emergentes, mas também vai gerar mais revolta nos países ricos, favorecendo movimentos populistas. Mesmo assim, considera que tal movimento ganhará cada vez mais força, pois com os avanços tecnológicos proporcionados pela Revolução 4.0 outros fenômenos estão se originando e criando tal incentivo como por exemplo: o home-office, a experiência de trabalho em casa, que já comum nos Estados Unidos da América; a grande facilidade de se utilizar softwares de comunicação para reuniões e conversas a longas-distâncias e a redução das barreiras linguísticas em que softwares já realizam tradução instantânea das conversas escritas ou faladas. Muito ainda está por vir, mas fica evidente para os estudos de Negócios Internacionais que mais uma barreira a livre movimentação do fator de produção mão-de-obra parece estar caindo.

Referências

BALDWIN, R. *The Globotics Upheaval: Globalization, Robotics, and the Future of Work*. London. Oxford University Press. 2019

BAGETTI, J. Os Impactos da Globalização. Disponível em:<<https://administradores.com.br/artigos/os-impactos-da-globalizacao>>. Acesso em 15 de maio de 2019.

Banco Mundial. *Globalização, Crescimento e Pobreza*. São Paulo: Editora Futura, 2003

LANDIM, R. *Imigração virtual inaugura nova fase da globalização e vai beneficiar emergentes*. Disponível em:< <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2019/04/imigracao-virtual-inaugura-nova-fase-da-globalizacao-e-vai-beneficiar-emergentes-diz-especialista.shtml>> Acesso em: 06 de abril de 2019

SIQUEIRA, I.C. *Globalização*. Disponível em:< <https://portogente.com.br/portopedia/73980-globalizacao>>. Acesso em: 15 de maior de 2019

SCHWAB, K. “A quarta revolução industrial”. Tradução Daniel Moreira Miranda. - São Paulo: Edpiro, 2016.

CONSIDERAÇÕES SOBRE A TAXA INTERNA DE RETORNO - TIR

Luís Carlos Gonçalves¹; José Paulo Nardone²; Kleber Luiz Nardoto Milaneze³; Marco Antonio Gandolfo Rodrigues⁴; Alexandre Silva Santos⁵

¹ Professor Ms do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB
lcg1954@hotmail.com.;

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

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

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

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

Grupo de trabalho: ADMINISTRAÇÃO

Palavras-chave: Taxa interna de retorno, fluxos de caixa, desconto, investimento.

Introdução: A taxa interna de retorno (TIR) é uma das metodologias de análise de viabilidade econômica de projetos de investimentos. Apesar de ser apontada como uma das técnicas mais complexas para se analisar um projeto, apresenta suas limitações. Seu cálculo complexo é facilmente realizado através de calculadoras eletrônicas e planilhas eletrônicas, o que facilita sobremaneira sua utilização. Sua conceituação, no entanto, faz com que seja uma metodologia bastante útil no processo de avaliação de projetos de investimentos.

Objetivos: Apresentar o conceito de Taxa Interna de Retorno (TIR).

Relevância do Estudo: O método da taxa interna de retorno é utilizado como uma das técnicas preferenciais na avaliação de projetos de investimentos. Dessa forma, rever o conceito é um estímulo à busca de respostas para aprimorar o método.

Materiais e métodos: **Materiais e métodos:** este trabalho é resultado de uma pesquisa bibliográfica junto a diversos autores sobre o assunto. A pesquisa bibliográfica, de acordo com CERVO e BERVIAN (2002), independentemente do tipo e área da pesquisa, supõe-se e exige-se uma pesquisa bibliográfica prévia, seja para o levantamento do estado da arte do tema, ou para a fundamentação teórica, justificando os limites e contribuição da própria pesquisa para o conhecimento do assunto. Neste caso, a pesquisa foi sobre o campo dos métodos de avaliação econômica de projetos de investimentos. Objetivou-se identificar pontos discordantes e pontos convergentes entre os diversos autores pesquisados.

Resultados e discussões: A taxa interna de desconto (TIR), segundo CURY (2018, Pág. 122), “é a taxa de desconto que iguala o valor presente das entradas e saídas de um projeto de investimento”. Para HOJI (2017, pág. 174), “este método assume implicitamente que os fluxos de caixa líquidos periódicos são reinvestidos à própria TIR calculada para todo o investimento”. O método da TIR leva em consideração o conceito de valor do dinheiro no tempo. Assim, considerando-se os fluxos de caixa produzidos por um investimento, durante sua vida, a TIR será a taxa de desconto que faz com que a soma dos valores presentes destes fluxos de caixa, descontados até o momento inicial, produzam um valor igual ao investimento inicial. Como base para a tomada de decisão a respeito de um projeto de investimento, se a TIR for superior, ou igual, à taxa mínima de retorno, exigida pelo investidor, o projeto deverá ser aceito. Caso contrário, deverá ser rejeitado (ASSAF NETO, 2010). De acordo com ASSAF NETO (2010), mesmo projetos que se apresentem lucrativos

em um determinado período, poderão deixar de ser ao longo de sua vida útil. Nesta situação, a empresa deverá absorver a redução da rentabilidade. Ainda segundo este autor, se a decisão de aceitar o projeto de investimento se basear exclusivamente na TIR, os fluxos intermediários de caixa deverão ser reinvestidos. O autor sugere, ainda, a utilização do método da TIR modificada, quando não houver plenas possibilidades de reaplicação dos fluxos intermediários. Nesse método são levadas em conta as taxas possíveis de reaplicação dos fluxos intermediários de caixa.

Nesta abordagem, conclui-se que a análise de um investimento depende não apenas das projeções de seus fluxos de caixa, mas, também das taxas de reinvestimentos destes.

Conclusão: Pelo conceito de taxa interna de retorno (TIR), ao serem descontados os fluxos de caixa previstos no projeto de investimentos, a soma dos mesmos deverá ser igual ao do valor do investimento. A TIR, portanto, é a taxa de rentabilidade periódica do projeto de investimento. Os autores pesquisados concordam com esse modelo conceitual de forma que, não há discordância entre os mesmos.

Referências:

ASSAF NETO, Alexandre. **Finanças Corporativas e Valor**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.

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

CURY, Marcus Vinicius Quintela. **Finanças Corporativas**. 12ª ed. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2018.

HOJI, Masakazu. **Administração financeira e orçamentária: matemática financeira aplicada, estratégias financeiras, orçamento empresarial**. 12ª ed. São Paulo: Atlas, 2017.

ANÁLISE DE VIABILIDADE DE IMPLANTAÇÃO DE UMA LOJA DE E-COMMERCE DE VESTUÁRIO INFANTIL COM APOIO DE UM PLANO DE NEGÓCIOS

Lucas Marques Carvalho¹; Paulo Cesar Machado²; Tatiene Martins Coelho Trevisanuto³; Clemlilton Luís Bassetto⁴

¹Aluno de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB –
lucas_marques_carvalho@hotmail.com;

²Aluno de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB paulinho15.paulo@gmail.com;

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

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

Grupo de trabalho: ADMINISTRAÇÃO

Palavras-chave: Empreendedorismo, vestuário, infantil, Mamãe Coruja, e-commerce;

Introdução: Com a crise financeira instalada no Brasil, muitos adotam a prática do trabalho sem registro, ou seja, buscam sucesso trabalhando como autônomo. Pesquisas mais recentes realizadas pelo Jornal O GLOBO (2017), apontam um crescimento de mais de 10% no trabalho autônomo, apenas com regularização do CNPJ. Com isso, tem sido grande a procura pela comercialização de vestuário de ambos os gêneros, onde futuros comerciantes têm buscado a importação de roupas de outros estados para abrir um negócio em sua região. Fica claro que com a correria e tarefas do cotidiano, os pais tem cada vez menos tempo e paciência para ir até lojas em busca de produtos, ainda mais no ramo infantil, que com a demora em filas e no trânsito, acabam estressando crianças, causando um desgaste no passeio. Aproveitando esse movimento, foi criada a Mamãe Coruja, uma loja virtual especializada em vendas de roupas de crianças de 01 a 12 anos, que apresenta como diferencial o atendimento à domicílio e peças com marcas reconhecidas pela qualidade das malhas, sempre facilitando na forma de pagamento de acordo com a necessidade do cliente.

Objetivos: Avaliar a oportunidade de abertura de uma empresa especializada em roupas infantis, através de um plano de negócio, aplicando melhorias em busca de melhores resultados.

Relevância do Estudo: Em um mundo consumista, onde andar sempre bem vestido virou sinônimo de status, isto é, em todos os cantos do mundo, todos procuram acompanhar a moda do momento, que muda diariamente. Com isso quem tem a ganhar é o comércio de vestuário que anualmente vem subindo gradativamente. O lojista que deseja atuar nesse ramo, pode optar por atender gênero que ainda é pouco trabalhado no país, o infantil. Um levantamento realizado pela Associação Brasileira de Indústria Têxtil e de Confecções (ABIT, 2018), mostrou que o segmento vem tendo um crescimento de 6% ao ano, movimentando quase 30 bilhões, fazendo girar o comércio. Com a correria do dia a dia, muitas mães não conseguem tempo para ir as compras com seus filhos. Lojas sempre cheias com longas filas, e aquela velha insegurança de sair com crianças em lugares públicos, acabam afastando as mães das lojas. Pensando nisso, foi desenvolvido um plano de negócios para a criação Mamãe Coruja. Uma loja virtual especializada em comércio de roupas infanto-juvenil que atende a todos os gêneros, e o melhor, leva conforto e qualidade até sua casa.

Materiais e métodos: O trabalho foi desenvolvido através de pesquisa exploratória em livros e artigos, e também com base em pesquisas bibliográficas onde utilizou-se a pesquisa de artigos de revistas físicas e digitais. De acordo com Gil (2008), pesquisa exploratória tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema. Ainda de acordo com Gil (2008), a pesquisa bibliográfica é desenvolvida baseada no material já elaborado, composto essencialmente por livros e artigos científicos.

Resultados e discussões: O trabalho em questão trata-se de um plano de negócio que buscou explorar o segmento de vestuário infantil, e teve como objetivo analisar se o plano é viável. Após estudos identificou-se que o delivery de vestuário infantil possui pouca, ou quase nenhuma atuação na cidade, sendo assim encontrou-se um mercado em potencial, no qual a empresa pretende atuar. Durante alguns dos estudos realizados, abordou-se sobre o empreendedorismo como termo fundamental para o negócio. Biagio (2012), ressalta que empreender é colocar em prática, executar ou dar continuidade a uma ideia com o objetivo de alcançar objetivos e resultados estabelecidos pelo empreendedor. Para que o plano de negócio saia do papel, utilizou-se da ferramenta análise SWOT, que de acordo com Kotler e Keller (2007) define como essencial na organização pois nos mostra o potencial e as ameaças que estão dentro e fora do ambiente. Através de pesquisas realizadas, obteve-se como resultado parcial a viabilidade do plano de negócios.

Conclusão: Com base nos dados obtidos em pesquisas e fontes bibliográficas, observa-se que, mesmo o país apresentando instabilidade financeira, o comércio de roupas infantis tem demonstrado crescimento. Desta forma, conclui-se que o negócio tem potencial para que se torne viável devido as oportunidades exploradas e recursos disponíveis.

Referências

ABIT TÊXTIL E CONFECÇÃO. **Setor têxtil e de confecção encerra 2018 com queda, mas próximo ano traz retomada.** Disponível em: <https://www.abit.org.br/noticias/setor-textil-e-de-confeccao-encerra-2018-com-queda-mas-proximo-ano-traz-retomada>. Acesso em: 18 out. 2019.

BIAGIO, L. A. **Empreendedorismo: construindo seu projeto de vida.** Barueri, SP: Manole, 2012.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

KOTLER, P.; e KELLER, K. L. **Administração de marketing.** São Paulo: Pearson, 2007.

PORTAL G1. **7 em cada 10 trabalhadores autônomos não tem CNPJ, diz IBGE.** Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/7-em-cada-10-trabalhadores-autonomos-nao-tem-cnpj-diz-ibge.ghtml>. Acesso em: 18 out. 2019.

A HISTÓRIA DAS FERROVIAS NO BRASIL

Maria Gabriela Soares Bergamo¹; Gabriela Simabuku²; Mayra Fernanda Medina Gaspar³; Thiago Seiti Asito⁴; Marco Antonio Gandolfo Rodrigues⁵

¹ Aluna de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – gabysoares05@gmail.com;

² Aluna de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – gabisimabuku@icloud.com;

³ Aluna de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – mayrafernanda98@hotmail.com;

⁴ Aluno de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – thiago.asito@outlook.com;

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

Grupo de trabalho: ADMINISTRAÇÃO

Palavras-chave: logística, brasil, história das ferrovias, estradas de ferro, modal ferroviário

Introdução: No Brasil, o objetivo da implantação das estradas de ferro, em plano nacional, era a integração territorial. Para o Estado de São Paulo a razão teve origens econômicas: facilitar o transporte do café do interior para o litoral, uma vez que o tradicional sistema de carregar mercadorias em lombo de burros em estradas carroçáveis já não supria as distâncias e as necessidades de seus produtores. As estações ferroviárias começaram a concentrar as primeiras atividades urbanas ao abrigar as famílias dos cafeicultores; além de propagar caminhos que interligam povoados. Deste modo, conforme Silveira (2002), os sistemas ferroviários formaram verdadeiros corredores de exportação e consolidaram, ainda, a cidade de São Paulo como centro de industrialização.

Objetivos: Conhecer a história das ferrovias no Brasil, desde a implantação da Estrada de Ferro Mauá até os dias atuais.

Relevância do Estudo: Para a adequada análise das vantagens e desvantagens no que se refere à utilização de qualquer tipo de modal de transporte, deter conhecimento acerca do trajeto histórico de sua implantação e desenvolvimento é de grande relevância. No Brasil, o conhecimento acerca da história das ferrovias, ainda, é essencial para a compreensão do desenvolvimento socioeconômico do País.

Materiais e métodos: O presente artigo foi desenvolvido por meio de pesquisa bibliográfica com base em livros, artigos e sites específicos; que, de acordo com Gil (2002), tem como vantagem possibilitar ao investigador "a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente" e que "torna-se particularmente importante quando o problema de pesquisa requer dados muitos dispersos pelo espaço."

Resultados e discussões: De acordo com informações do Portal do Departamento Nacional de Infraestrutura de Transportes – DNIT (2015), a Estrada de Ferro Mauá – a primeira Estrada de Ferro do Brasil, ligando a Baía de Guanabara à Petrópolis – permitiu a integração dos modais ferroviário e aquaviário e introduziu a primeira operação intermodal no país. Contudo, centenas de quilômetros de trilhos surgiram de maneira desordenada e fragmentada após sua inauguração, em 1854, o que, segundo Luceno e Laroque (2011), ocorreu devido à falta de um Plano Nacional de Viação. Conforme os autores, aos investidores estrangeiros interessava apenas a garantia de lucro rápido uma vez que, a partir de 1873, o governo imperial passou a oferecer juros e verbas para cada quilômetro construído – o que levou o país ao endividamento externo e ao sucateamento rápido de sua malha ferroviária.

A estatização da malha férrea nacional a fim de viabilizar sua eficiência, dada a fase de estagnação do setor, foi iniciada pelo presidente Getúlio Vargas na década de 1930. Na década de 1970, entretanto, começaram a entrar em decadência em virtude da grande concorrência do modal rodoviário que, segundo Silveira (2002), “passa a eliminar as barreiras regionais, iniciando a formação de um mercado nacional, com novos espaços comerciais para o capital industrial”. A partir da segunda metade dos anos 1990, então, a Rede Ferroviária Federal S/A – RFFSA compôs o grupo das empresas públicas que entraram no processo de desestatização.

As doze superintendências regionais da extinta RFFSA foram divididas em seis malhas, compostas pela Estrada de Ferro Tereza Cristina, pela Malha Centro-Leste, pela Malha Nordeste, pela Malha Oeste, pela Malha Sudeste e pela Malha Sul. De acordo com Silveira (2002), as concessões resultaram em uma série de modificações na estrutura ferroviária nacional, levando algumas ao sucateamento e “contribuindo muito pouco para o desenvolvimento das regiões onde exercem influência.” Segundo informações disponíveis no site da MRS Logística S/A (s.d.), administradora da Malha Sudeste, o transporte ferroviário de cargas possui, em comparação a outros modais, índices muito elevados de produtividade e eficiência energética; maior segurança operacional e índices nulos de roubos de carga; custos 20% inferiores em relação às outras soluções; além de menor impacto sobre o trânsito das cidades e ao meio ambiente. A concessionária possui, atualmente, cerca de 16% da frota ferroviária nacional, incluindo mais de 18 mil vagões e quase 800 locomotivas.

Conclusão: Os recorrentes problemas na administração das ferrovias, levantados durante as pesquisas, não impedem a constatação dos avanços ocorridos em razão de sua implantação e funcionamento no Brasil. Devido à resistência no que diz respeito à revalorização e ressignificação deste modal, o sistema ferroviário carrega a conotação de “antigo e precário”. Contudo, o setor permanece apresentando inovações e proporcionando cada vez mais segurança a um baixo custo, mostrando-se como excelente alternativa nas operações logísticas em larga escala.

Referências:

DNIT. Histórico. 2015. Disponível em: <<https://189.9.128.64/ferrovias/historico/historico>>. Acesso em: 20 out. 2019.

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

LUCENO, C.S.; LAROQUE; L. F. da S. **A ferrovia como agente de progresso e desenvolvimento:** a inserção em ambiente mundial, brasileiro e sul-riograndense. Revista Destaques Acadêmicos, Lajeado, v. 3, n. 2, p. 83-97. 2011. Disponível em: <<http://www.univates.br/revistas/index.php/destaques/article/view/100>>. Acesso em: 19 out. 2019.

MRS Logística S/A. Disponível em:<<https://www.mrs.com.br/>>. Acesso em: 24 set. 2019.

SILVEIRA, M. R. **Transporte e logística:** as ferrovias no Brasil. Geosul, Florianópolis, v. 17, n. 34, p. 63-86, jul./dez. 2002. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/geosul/article/viewFile/13658/12523>>. Acesso em: 19 out. 2019

A METODOLOGIA DO CUSTO PADRÃO INTEGRADO AO PLANEJAMENTO E CONTROLE DE PRODUÇÃO

Alexandre Silva Santos¹; José Paulo Nardone²; Kleber Luiz Nardoto Milaneze³; Luís Carlos Gonçalves⁴; Marco Antônio Gandolfo Rodrigues⁵

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

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

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

⁴ Professor Ms 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: Planejamento e Controle de Produção, Contabilidade de Custos, Métodos de Custeio, Custeio Variável e Custeio por Absorção, Custo Padrão.

Introdução: A forma de contabilização da produção leva em consideração o método de custeio adotado em detrimento das informações geradas pelo planejamento e controle. Não se leva em consideração a estrutura produtiva, recursos empregados e tampouco o planejamento da produção. Da mesma forma os custos gerados pela Contabilidade de Custos não são considerados pela produção para determinação do custeio de recursos e seu planejamento. As informações geradas pelo Planejamento e Controle de Produção podem não ser utilizadas pela Contabilidade de Custos no cálculo do custo dos produtos devido a sua metodologia específica. Nesse trabalho abordamos três metodologias: custeio por absorção, custeio variável e custo padrão.

Objetivos: Apresentar a variação entre estas metodologias com a finalidade de evidenciar que cada uma delas é conceitualmente diferente com resultados diferentes levando possivelmente a decisões diferentes.

Relevância do Estudo: As metodologias de cálculo de custos de produção são variantes em seu resultado e aplicação. Este trabalho torna-se importante em comparar estes métodos e sua aplicação na produção em relação às informações do planejamento de controle de produção.

Materiais e métodos: este trabalho é resultado de uma pesquisa bibliográfica junto a diversos autores sobre o assunto. A pesquisa bibliográfica, de acordo com Cervo e Bervian (2002), independentemente do tipo e área da pesquisa, supõe-se e exige-se uma pesquisa bibliográfica prévia, seja para o levantamento do estado da arte do tema, ou para a fundamentação teórica, justificando os limites e contribuição da própria pesquisa para o conhecimento do assunto.

Resultados e discussões: A organização do sistema de produção é de responsabilidade da chamada função Planejamento e Controle de Produção. Segundo (Fernandes, Godinho, 2010) o PCP tem o propósito de garantir que a produção ocorra eficazmente e produza produtos e serviços como deve através de recursos disponíveis na quantidade adequada, no momento adequado e no nível de qualidade adequado. Segundo Martins (2010) o objetivo principal do PCP é comandar os processos produtivos, transformando informações de vários setores em ordens de produção e ordens de compra, para tanto exercendo funções de planejamento e controle de forma a satisfazer os consumidores com produtos e serviços e

os acionistas com lucros. A gestão estratégica de custos, por meio de informações com qualidade, planejamento, direção e controle no processo de produção, geradas pelo Planejamento e Controle da Produção – PCP é essencial para controle dos custos. Pode-se dizer que a empresa tem controle dos seus custos e despesas, quando esta conhece os que estão sendo incorridos, verificando se estão dentro do que era esperado, analisando as divergências e tomando medidas para correção de tais desvios (Martins, 2010). Com relação aos métodos de custeio, Padoveze (2010) afirma que o método chamado absorção leva aos produtos todos os custos, tanto fixos quanto variáveis. Assim, para classificação e rateios leva-se em consideração na sua apropriação ao produto o conceito de custo direto e indireto. Os custos indiretos são arbitrariamente reconhecidos aos produtos através de rateios. Já o custeio variável embora não aceito pelo fisco, mas muito utilizado gerencialmente, leva ao produto final os valores apenas associados aos custos e despesas variáveis, sendo que os custos e despesas fixas não fazem parte do custo do produto. O custeio padrão tem como objetivo, portanto, fixar uma base de comparação entre o que ocorreu de custo e o que deveria ter ocorrido, levando-nos à conclusão de que o custo padrão não é outra forma de custeio, mas uma técnica auxiliar ao método de custeio adotado pela empresa, absorção, variável, ABC etc. Ou seja, o custo padrão pode ser utilizado tanto como auxiliar ao custeio por absorção, variável ou outro utilizado pela empresa (Martins, 2010). A metodologia está em levantar todos os recursos e materiais utilizados em produção, tempos de movimentação de recursos, setups, até o final da produção e especificá-los como modelo corrente para comparação com a produção em período subsequente. Esse a finalidade de se obter o máximo de precisão no custeio da empresa. Embora haja informações contábeis sobre esses eventos, o ideal é utilizar-se de informações geradas pela Engenharia de Produção devido a sua precisão e confiabilidade (Leone, 2000). As informações prestadas pelo PCP são mais precisas do que a contábil, tendo em vista a contábil levar em consideração informações passadas e presentes, enquanto o PCP leva em consideração informações presentes e futuras, devido ao planejamento da produção. Assim, a fixação final do custo padrão depende de um trabalho conjunto entre Engenharia de Produção e a Contabilidade de Custos; aquela responsável pela determinação das quantidades físicas de horas de mão-de-obra, de máquina, de energia, de materiais, etc., e esta pela transformação destes em reais (Martins, 2010).

Conclusão: Analisando as metodologias verificamos que cada uma delas tem uma sistemática com relação aos custos fixos e variáveis, porém o PCP é o detentor das informações mais próximas da realidade e que devem ser utilizadas como parâmetros pela Contabilidade. A utilização do custo padrão como técnica auxiliar do custeamento de produtos coadjuvante a um dos modelos citados (absorção, variável) nos mostra a possibilidade de melhoria nas informações geradas pela produção baseadas no custo padrão corrente. Outro aspecto é a utilização das informações de planejamento de produção do PCP como base para o cálculo do custo padrão e a elaboração e fixação de um padrão.

Referências:

- CERVO, A; L; BERVIAN, Pedro Alcino. **Metodologia científica**; 5. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.
- FERNANDES, F.C.F., GODINHO Filho. **Planejamento e Controle de Produção** São Paulo: Atlas 2010.
- LEONE, G. S. G. **Custos: planejamento, implantação e controle**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2000.
- MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de Custos**, 10 ed. São Paulo: Atlas 2010.
- PADOVEZE, C. L. **Contabilidade gerencial: um enfoque em sistema de informação contábil**. Sao Paulo: Atlas, 2010

COMPLIANCE E PLANOS DE INTEGRIDADE, UMA TENDÊNCIA IRREVERSÍVEL

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

¹ Professor Ms 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@hotmail.com;

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

⁴ Professor Ms. 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: Compliance, Planos de Integridade, Accountability

Introdução: Os recentes eventos relacionados a práticas irregulares, ilegais e até mesmo criminosas envolvendo empresas de destacada posição em termos de faturamento, de volume de recursos movimentados no Brasil ou em outros países, nas mais diferentes áreas de atuação, como construtoras, empreiteiras, prestadoras de serviços, assessorias, logísticas, entre outras, remeteram o contexto empresarial e estatal a uma condição de absoluta necessidade de uma revisão de condutas, reavaliação de objetivos e de reposicionamento frente ao mercado e à sociedade. O fato de que em recente publicação indicando o ranking de produtividade do Fórum Econômico Mundial, no critério “ética e corrupção” o Brasil ocupa o 133º lugar, com apenas 2,1 pontos em 7 possíveis, conforme Petian (2018), inegavelmente aponta para a urgência de que órgãos públicos, empresas privadas e mesmo organizações da sociedade civil adotem o “Compliance” como uma ferramenta de incentivo à cultura da integridade, buscando o combate a práticas ilegais e o fortalecimento da imagem das instituições a partir da adoção de uma cultura de integridade.

Objetivos: promover a melhoria da atividade de controle prévio, concomitante e posterior, reduzindo a ocorrência de desvios e contribuindo para a ampliação da eficiência de gestão, conquista de credibilidade e valorização da imagem da instituição.

Relevância do Estudo: Utilização da ferramenta de gestão composta por ações voltadas à elevação dos padrões de governança a partir da prevenção e detecção de desvios e a remediação da sua ocorrência, criando um ambiente institucional de integridade extensivo a todos os componentes da instituição e a seus parceiros externos, auxiliando a entidade a cumprir sua função social a partir de valores e princípios éticos que a impulsionem a uma imagem de confiabilidade que contribua com o seu desempenho no ambiente de atuação.

Materiais e métodos: Considerando a exigência de uma pesquisa bibliográfica prévia, tanto para o levantamento da condição em que se considera o tema, quanto para a sua fundamentação teórica, foi utilizada como metodologia para elaboração do trabalho uma pesquisa bibliográfica sobre o tema, utilizando-se de livros, materiais de internet, artigos e outras fontes, a partir do que se leciona a obra de Cervo; Bervian (2002).

Resultados e discussões: A adoção de planos de compliance envolve o comprometimento com princípios de honestidade (do inglês, “to comply” = cumprir), observados a partir da adoção de um Código de Conduta ética e transparente para as instituições, onde todos os

atores estarão informados e treinados a adotar uma conduta aderente à conformidade legal e a observar o regulamento de princípios da instituição, que busque mitigar a ocorrência de desvios, atos de corrupção ou fraudes, extensivo a terceiros e a órgãos públicos que com a instituição guardem relações. Importante registrar que a construção de um Plano de Integridade se faz a partir do comprometimento da alta direção, treinamento e divulgação do código de conduta, bem como a criação de canais denúncias, isso tudo aliado ao comportamento probo, íntegro, transparente e resiliente do gestor e equipe, mas sobretudo a partir de um Mapeamento e Análise dos Riscos inerentes à atuação daquela instituição de forma bastante específica, pois cada ente enfrenta riscos de não conformidade peculiares à sua seara de atuação. A identificação de situações e fatores que possam induzir à ocorrência de desvios de conduta é o passo inicial a ser considerado no processo, a partir do qual desenhará os planos de combate, prevenção e remediação, num processo de monitoramento permanente que deverá apresentar seus resultados no momento da prestação de contas, o Accountability institucional.

Conclusão: O grande desafio a ser enfrentado na utilização de tal ferramenta de gestão envolve a incorporação de uma cultura ética e comprometida em conectar toda a instituição à conduta de integridade em suas relações internas e externas. Nesse sentido, o Compliance acaba por funcionar como uma verdadeira “vacina” contra a anacrônica ideia de que pequenos ou grandes desvios são justificáveis desde que impliquem na obtenção de vantagens, ainda que indevidas. De forma prática, um bom programa de integridade busca mitigar a ocorrência de desvios que venham a comprometer a imagem da empresa e que provoquem prejuízos aos negócios. Nesse sentido, a função principal do compliance é a de garantir que a própria pessoa jurídica atinja a sua função social, mantendo intactas a sua imagem e confiabilidade, garantindo a própria sobrevivência (longevidade), de forma sustentável. Se observados todos estes passos, a ferramenta do compliance poderá gerar importantes resultados, envolvendo ganhos de financiamento e oportunidades de negócios, elevação do valor de mercado e sobretudo conquista de reputação frente à sociedade e ao mercado, representando uma inegável valorização de ativos intangíveis e de alguma forma, imensuráveis.

Referências

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

CARNEIRO, Cláudio. **Compliance na Administração Pública: Uma necessidade para o Brasil**. RDFG – Revista de Direito da Faculdade Guanambi, v.3. nº1. 2016.

NASCIMENTO, Juliana O. **O panorama da importância do Compliance e os seus reflexos no mercado e economia brasileira**. LEC artigos. 2017.

PETIAN, Angélica. **Governança e integridade para o setor público**. São Paulo: Conjur, 2018.

PLETI, Ricardo P; DE FREITAS, Paulo C. **A pessoa jurídica de direito privado como titular de direitos fundamentais e a obrigatoriedade de implementação dos sistemas de compliance pelo ordenamento jurídico brasileiro**. XXIV Encontro Nacional do CONPEDI – UFS Direito, Constituição e Cidadania. Acesso em outubro 2019.

A CULTURA ORGANIZACIONAL PRESENTE NO MC DONALDS

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, Crenças, Valores, Mc Donald's

Introdução: A cultura organizacional ou cultura corporativa é o conjunto de hábitos e crenças estabelecidos através de normas, valores, atitudes e expectativas compartilhadas por os membros da organização, o que a distingue das demais organizações. Para Carvalho e Ronchi (2005) Toda cultura é fundamentada em um conjunto que crenças que significa o que pode ser considera bom, correto, desejável etc. os valores traduzem as crenças em regras específicas para o comportamento. Segundo Chiavenato (1999) a cultura constitui o modo institucionalizado de pensar e agir que existe em uma organização. A essência da cultura em uma empresa é expressa pela maneira como ela faz seus negócios, trata seus funcionários e clientes, determina o grau de autonomia ou liberdade que existe que existe em suas unidades ou escritórios e o grau de lealdade expresso por seus funcionários com relação à empresa. Cada organização cultiva e matem a sua própria cultura e acaba condicionando sua gestão de pessoas (DIAS, 2003).

Objetivos: O objetivo deste estudo é apresentar a cultura organizacional presente na empresa MC Donald's por meio de sua missão, valores e ações.

Relevância do Estudo: Estudar e compreender as formas de interação, as relações no interior das organizações e suas expressões são aspectos fundamentais para a discussão de como acontece o processo de desenvolvimento e formação da cultura e a origem de suas dificuldades para implantar mudanças (MOTA, 1997).

A cultura organizacional de acordo com Tachizawa e Rocha (2006), se bem delineada, influencia de forma consistente o comportamento dos seus indivíduos, fortalecendo-os e orientando-os para que saibam o que verdadeiramente a organização espera deles e qual a importância do seu papel na obtenção dos resultados planejados.

Materiais e métodos: Foi desenvolvida pesquisa bibliográfica junto a renomados autores sobre cultura organizacional e seus elementos, bem como pesquisa em sites e página da empresa analisada.

Resultados e discussões: A rede de fast food Mc Donalds foi fundada na década de 1950 nos Estados Unidos, no Brasil, o grupo chegou em 1979 (primeira lanchonete da rede na América Latina). Como missão (crenças) a empresa busca trabalhar diariamente para se tornarem o restaurante favorito de seus consumidores. Essa missão é traduzida em valores

para seus funcionários, dentre eles podem ser destacados: o compromisso da empresa buscar oferecer produtos de qualidade, serviços de qualidade, espaço limpo e acolhedor. Com relação aos seus funcionários, a empresa busca proporcionar oportunidades de desenvolvimento e crescimento dentro da empresa (vale ressaltar que a empresa muitas vezes é a porta de entrada para pessoas que procuram o primeiro emprego). A empresa possui um reconhecido programa de desenvolvimento profissional chamado Universidade do Hambúrguer. Como fator chave para o sucesso dos negócios o Mc Donald's acredita estar no equilíbrio entre companhia, franqueados e consumidores, e prega sempre como valores fundamentais a justiça, a integridade e a honestidade. "Somos responsáveis enquanto indivíduos e enquanto empresa". Sua relação com o meio ambiente a empresa tem certificação ISO 14001, na área de reciclagem a empresa atua na reutilização do óleo das frituras em transformação em biodiesel, a empresa também consegue reaproveitar 66% dos resíduos (embalagens de papel e plástico) através da coleta seletiva e destinação a eco pontos. Suas embalagens de papel e copos vêm de fibras recicladas (72% e 100% respectivamente). Um de seus fundadores Ray Kroc deixou um valor a empresa: "retribuir a comunidade, parte daquilo que ela nos dá". Neste sentido o Mc Donald's tem várias ações sociais através da Fundação Infantil Ronald Mc Donald, aqui no Brasil, uma das ações que mais se destaca é o "Mc Dia Feliz" no qual toda a renda arrecadada com a venda do lanche Big Mc naquele dia é inteiramente revertida para instituições de combate ao câncer infanto-juvenil.

Conclusão: A cultura apresenta um forte e crescente impacto no desempenho das organizações. Certas culturas permitem a adaptação a mudanças e a melhoria do desempenho da organização, enquanto outras não. A cultura corporativa constituirá importante fator na determinação do sucesso ou fracasso das organizações na próxima década. As organizações bem sucedidas estão adotando culturas não somente flexíveis, mas, sobretudo, sensíveis, para acomodar as diferenças sociais e culturais de seus funcionários, principalmente quando elas atuam em termos globais e competitivos, espalhando-se por várias partes do mundo. Por outro lado, também as pessoas tornam-se flexíveis e sensíveis pelo fato de participarem de várias organizações simultaneamente para poderem trabalhar, lecionar, assessorar, consultar, comprar, alugar, comer, vestir, viajar, etc. Também as pessoas precisam se integrar às diferentes culturas para serem bem sucedidas.

Referências

- CARVALHO, C.E. e RONCHI, C.C. **Cultura organizacional: teoria e pesquisa**. Rio de Janeiro: Editora Fundo de Cultura, 2005.
- CHIAVENATO, I. **Gestão de Pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.
- DIAS, R. **Cultura Organizacional**. Campinas: Editora Alínea, 2003.
- MC DONALDS. Mc Donald's Institucional. Disponível em: <https://www.mcdonalds.pt/mcdonalds/missao-valores/>. Acesso em 21 de outubro de 2019.
- MOTTA, F.C.P e CALDAS, M.P. **Cultura Organizacional e Cultura Brasileira**. São Paulo: Atlas, 1997.
- TACHIZAWA, T, CRUZ JR., J B, ROCHA, J A O. **Gestão de Negócios: visões e dimensões empresariais da organização**. São Paulo: Atlas, 2006.

ANÁLISE DE VIABILIDADE PARA ABERTURA DE UMA LOJA DE CUSTOMIZAÇÃO DE ROUPAS COM APOIO DE UM PLANO DE NEGÓCIOS

Lizandra Ianaba¹; Mariana Avelino²; Tatiene Martins Coelho Trevisanuto³; Clemilton Luis Bassetto⁴

¹ Lizandra Ianaba – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – lizandraianaba@gmail.com;

² Mariana Avelino – Faculdades Integradas de Bauru – FIB mari.avelino@hotmail.com;

³ Tatiene Martins Coelho Trevisanuto – Faculdades Integradas de Bauru – FIB tatiene@gmail.com;

⁴ Clemilton Luis Bassetto – Faculdades Integradas de Bauru – FIB profbassetto@gmail.com;

Grupo de trabalho: ADMINISTRAÇÃO

Palavras-chave: empreendedorismo, plano de negócios, marketing, inovação.

Introdução: Nos dias de hoje, com o mundo mais globalizado, o conceito de sustentabilidade é muito forte, com ênfase no consumo consciente. Esse conceito não seria diferente no mundo da moda, um dos mais importantes no meio dos negócios, abrindo espaço para a customização de roupas. Nesse trabalho será abordada a temática de uma loja de roupas fora do padrão comercial comum. O principal foco da loja será a customização de roupas, onde o cliente poderá levar a sua peça já utilizada e a recriar a seu gosto, tornando-a mais moderna e aumentando a sua vida útil de forma mais sustentável. O projeto proposto trata-se de um novo conceito na cidade de Bauru, SP. Uma loja física e também *online*, de roupas novas e customizadas, através de um portfólio de materiais e ideias a serem feitas conforme o desejo do cliente.

Objetivos: Apresentar a viabilidade de abertura de uma loja de uma moda mais sustentável e *fashionista* no segmento da moda, utilizando peças do próprio guarda-roupa do cliente, tornando-a uma roupa única e exclusiva de acordo com o gosto do cliente, podendo mostrar a personalidade de cada um.

Relevância do Estudo: A ideia desse projeto surgiu a partir do pensamento da possibilidade de prolongar a vida útil de uma roupa que não é mais usada (ficou jogada no fundo do armário ou aquela peça de roupa que já saiu de moda). Existe carência na cidade de Bauru-SP, de uma loja que o cliente possa levar a uma peça de roupa que não tem mais utilidade para dar uma cara nova, personalizando do jeito que ele deseja. Com a customização de roupas, além de prolongar a vida útil do produto e torná-la única, também é uma proposta de sustentabilidade, gerando menos consumo e assim diminuindo a produção de peças novas e reduzindo a agressão ao meio ambiente. De acordo com pesquisas feitas pelo Estadão (2018), especialistas projetam um crescimento de 5,2% para o comércio varejista nesse ano de 2019 e a sustentabilidade tem cada dia mais seu tema discutido, desde a produção ao consumo.

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: O conceito do negócio trata-se de uma loja na cidade de Bauru, com um espaço contemporâneo, mas que faz uma menção ao passado, devido ao carro chefe: a customização, pois na customização usa-se muito a máquina de costura, a linha e a agulha, e com toques de modernidade que é a moda atual, há pesquisas de novidades em vários aspectos. Sobre plano de negócios, Dornelas citou:

O plano de negócios pode ser escrito para atender a alguns objetivos básicos relacionados aos negócios: Testar a viabilidade de um conceito de

negócios, orientar o desenvolvimento das operações e estratégia, atrair recursos financeiros, transmitir credibilidade, desenvolver a equipe de gestão. (2001, p.97)

A estrutura organizacional da empresa, de acordo com Vasconcellos (1989) pode ser definida como um processo na qual se distribui autoridades, desde as atividades do nível mais baixo até o mais alto são especificadas e com um sistema de comunicação delineado é possível que as pessoas realizem suas atividades e possam atingir os objetivos organizacionais. Inicialmente a empresa contará com duas costureiras, uma atendente e as duas sócias para cuidar da parte administrativa. A loja busca o que toda pessoa arrojada e de personalidade deseja ter, exclusividade. Através de seus fornecedores, parceiros de negócio a grande maioria de São Paulo-capital, será possível alcançar os objetivos dispostos nesta pesquisa. Na análise de concorrentes foi possível detectar apenas um estabelecimento com métodos semelhantes ao proposto pela loja, o Ateliê Miscelânea, porém somente com peças prontas, não podendo o cliente levar a sua peça para a *fashionização*, as demais concorrentes não apresentam conceitos semelhantes. A loja está localizada em uma galeria numa região nobre na cidade de Bauru-SP.

Conclusão: O presente estudo conclui que a abertura da loja de *fashionização* é viável, pois há uma demanda crescente nesse ramo e devido ao apelo principalmente pela sustentabilidade e a exclusividade. Espera-se que a loja cresça 10% ao ano, através de propagandas via *online* pelas mídias sociais e principalmente o boca a boca. Empreender é uma tarefa árdua e cheia de incertezas, mas com o apoio de um plano de negócio e pesquisas se pode chegar o mais próximo possível da realidade.

Referências –

- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo:** transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- ESTADÃO. **Varejo deve crescer 5,2% em 2019.** Disponível em: <https://pme.estadao.com.br/noticias/geral,varejo-deve-crescer-5-2-em-2019,70002643729>> Acesso em: 10 jun. 2019
- VASCONCELLOS, E. **Estrutura das Organizações.** 2. ed. São Paulo: Pioneira, 1989.

ELEMENTOS DA CULTURA ORGANIZACIONAL PRESENTES NA EMPRESA SPÓSITO SOLUÇÕES E SERVIÇOS

Andre Marquezim Bono¹; Leticia Aparecida Viotto²; Marcely Moniqui Campos³; Aluno⁴; Kleber Luiz N. Milaneze⁵

¹Aluno de Gestão de Recursos Humanos – Faculdades Integradas de Bauru – FIB
amarquezim@outlook.com.

²Aluna de Gestão de Recursos Humanos – Faculdades Integradas de Bauru – FIB
leticia-viotto0610@outlook.com.

³Aluna de Gestão de Recursos Humanos – Faculdades Integradas de Bauru – FIB
marcelycampos819@gmail.com.

⁴ Professor e Coordenador do Curso de Gestão de Recursos Humanos – Faculdades Integradas de Bauru – FIB professor_kleber@vivointernetdiscada.com.br.

Grupo de trabalho: ADMINISTRAÇÃO

Palavras-chave: Cultura organizacional, conceito, elementos, Spósito Soluções e Serviços

Introdução: De acordo com Morgan (1996), a cultura organizacional refere-se tipicamente ao padrão de desenvolvimento refletido nos sistemas sociais de conhecimento, ideologias, valores, leis, rituais, quotidianos. Pode-se dizer que a cultura norteia e padroniza o comportamento das pessoas na sociedade. Este padrão de conduta geralmente não está registrado em documentos e ainda sim são seguidos. São repassadas as pessoas pela convivência, tradição e se manifestam nos grupos como algo socialmente aceito pelas tribos as quais as pessoas convivem. Assim, a cultura flui suavemente somente à medida que o comportamento de alguém esteja de acordo com os códigos não escritos. Uma vez que a cultura não se desenvolve pautada apenas pelos regulamentos escritos, mas muito pela interação entre as pessoas, é importante analisar a influência das lideranças no processo de formação da cultura, dentro da cultura existem elementos fundamentais para o seu desenvolvimento tais como:

Crenças: que estão relacionadas com aquilo que as pessoas acreditam ou não e determinarão os seus comportamentos. Os pressupostos também, porém, diferente das crenças que são discutíveis, alcançarão um nível de inconsciência e não serão mais debatidos (OLIVEIRA, 2001; SCHEIN, 1984). Freitas (2010) comenta que as normas se referem aos procedimentos ou comportamentos considerados como padrão. Também são regras a serem seguidas e praticadas na maior parte das situações e eventos organizacionais. Para Deal e Kennedy (1982) os valores organizacionais são as crenças e princípios básicos numa organização. Eles constituem o núcleo da cultura organizacional, definem o sucesso e estabelecem os padrões que devem ser alcançados na organização.

Segundo Rebel (2018), a partir da introdução da tecnologia na estrutura organizacional é possível otimizar os processos produtivos. Isso porque com o crescimento populacional é necessária uma produção de bens de consumo em larga escala, para conseguir atender a grande demanda. A influência da tecnologia faz com que conhecimentos científicos sejam aplicados e assim os processos sejam melhorados para obter um bom desempenho.

Objetivos: O objetivo deste estudo é apresentar os elementos presentes na cultura organizacional da empresa Spósito Soluções e Serviços.

Relevância do Estudo: A missão, visão e valores de uma empresa devem estar presentes na rotina dos colaboradores, por isso é necessário reforçar a importância da cultura organizacional diariamente. Um funcionário que não esteja ligado diretamente à cultura pode acabar transmitindo uma versão oposta do que a empresa deseja por comportamentos incompatíveis com a organização. É importante ter informações a respeito da cultura organizacional sempre acessíveis, e as ações devem ser aplicáveis para todos os

funcionários da empresa, desde o cargo mais humilde até os gestores. Todos devem colocar em prática e buscar cada vez mais um ambiente harmonioso, em que todos sabem onde trabalham e aonde podem chegar. Ainda assim todo cuidado é pouco, uma política organizacional que não for clara e transparente, tanto pela forma que é passada e entendida quanto pela maneira que é divulgada, poderá se tornar uma barreira no desenvolvimento da empresa, que interferirá no objetivo final de toda organização que é caminhar todos no mesmo objetivo para atingir bons resultados.

Materiais e métodos: Pesquisa qualitativa exploratória, no qual foi feita pesquisa bibliográfica junto a renomados autores para definição dos elementos básicos da cultura e sua importância. Em seguida foi feita uma pesquisa em sites e páginas da empresa analisada.

Resultados e discussões: De acordo com o CEO Edson, a Spósito Soluções e Serviços é uma plataforma totalmente virtual e baseada em um modelo de Coworking. A equipe é formada por profissionais liberais e associados à projetos. Há grupos fixos, ou seja, pessoas e empresas que são priorizadas pelo fato de compreenderem a cultura organizacional, tempo de relacionamento, especialidade e sobretudo atualização constante. A empresa tem uma metodologia própria para conduzir a qualificação continuada de todos os parceiros. Não se trata de um modelo inovador e sequer único. O diferencial da organização é a competência humana e técnica (nesta ordem). A empresa busca parceiros na cidade, fora dela e até fora do país. Essas parcerias com empresas de diversos portes e cada um estão ligados à um ou mais projetos. Atualmente com o advento das plataformas de gestão compartilhada, atividades rotineiras ou não, são gerenciadas a distância e em tempo real.

Conclusão: A Cultura e o Clima Organizacional conforme descritos no presente artigo podem ser capazes de influenciar no desempenho profissional. Por isso deve-se considerar a perspectiva de que o desempenho é um fenômeno multidisciplinar, estando sujeito a interferências de inúmeras variáveis que interagem no processo. Pode-se considerar a cultura organizacional como um dos elementos fundamentais que compõe uma parte essencial para o bom desempenho do profissional, e conseqüentemente, da empresa. É através da cultura da organização que fica impresso suas crenças e tradições, podendo ser única e se diferenciar das demais organizações, é a personalidade da empresa. Todavia essa cultura estará impressa no clima organizacional, a forma que valoriza o capital humano é um dos indicadores da cultura.

Referências:

- DEAL, T; KENNEDY, A. Corporate culture: The rites and rituals of corporate life. Massachusetts: Addison-Wesley, 1982.
- FREITAS, M. E. Cultura Organizacional: evolução crítica. São Paulo: Cengage Learning, 2010.
- MORGAN, Gareth. Imagens da Organização. Trad.: Cecília Whitaker Bergamini. et al. São Paulo: Editora ATLAS S.A., 1996.
- OLIVEIRA, A. F. Cultura Organizacional. In: SIQUEIRA, M. M.; JÚNIOR, S. G. OLIVEIRA, A. F. (Org.) Cidadania, justiça e cultura nas organizações: estudos psicossociais. São Bernardo do Campo: UESP, 2001. p. 164 – 240.
- REBEL, Entenda mais sobre o papel da tecnologia na estrutura organizacional. Editora Rebel, São Paulo, 27 de nov de 2018. Disponível em: < <https://blog.rebel.com.br/entenda-mais-sobre-o-papel-da-tecnologia-na-estrutura-organizacional-de-hoje/>> Acesso em 17 de out. de 2019.
- SCHEIN, E. H. Coming to a new awareness of organizational culture. Sloan Management Review, 1984.

ELEMENTOS DA CULTURA ORGANIZACIONAL PRESENTES NA EMPRESA COCA-COLA

Claudia¹; Jessyca ²; Fernando ³; Ariadine ⁴; Kleber Luiz N. Milaneze ⁵

¹Claudia de Fátima Sales – Faculdades Integradas de Bauru – FATEC e-mail; claudiaf.sales@hotmail.com

² Jessyca Marcaria Guarnieri – Faculdades Integradas de Bauru – FATEC e-mail; jessycaguarnieri2012@hotmail.com

³Fernando Coutinho dos Santos – Faculdades Integradas de Bauru – FATEC e-mail; fernando_8358@hotmail.com

⁴Ariadine C. Linhares Cunha – Faculdades Integradas de Bauru – FATEC e-mail; ariadinelinhares@yahoo.com.br

⁵Professor Dr. do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB professor_kleber@vivointernetdiscada.com.br.

Grupo de trabalho: ADMINISTRAÇÃO

Palavras-chave: Cultura organizacional, valores, normas, Coca Cola.

Introdução: A FEMSA – Formento Econômico Mexicano S.A. é o maior engarrafador de bebidas da América Latina, servindo a mais de 179 milhões de consumidores empregando aproximadamente 90.731 pessoas. Também é líder de mercado com a marca Coca-Cola na América Latina, comercializando quase 1,9 milhões de caixas por ano. Pretende-se neste trabalho um pouco da cultura organizacional desta grande empresa em sua operação no Brasil juntamente com a marca Coca-Cola. Cultura organizacional: “A Coca-Cola Brasil também é uma das empresas signatárias do Pacto Nacional pela Erradicação do Trabalho Escravo desde 2009 e, por meio dele, assume o compromisso público de não efetuar negócios com fornecedores que exploram trabalhadores. Criado em 2005, o pacto tornou possível a identificação daqueles que fazem uso do trabalho escravo em sua cadeia produtiva e prevê punição aos infratores por meio de restrições econômicas, por exemplo. A iniciativa beneficia, ainda, todo o setor empresarial brasileiro que passou a ter constante monitoramento e informação sobre o tema, além de auxiliar empresas a promoverem a integração social de trabalhadores e apoiarem ações de combate ao uso indevido de mão de obra”, valores; “Ser o melhor engarrafador do mundo, reconhecido por sua excelência operacional e pela qualidade de suas pessoas”; Coca-Cola.

Objetivos: O objetivo deste estudo é apresentar os elementos presentes na cultura organizacional da empresa Coca Cola.

Relevância do Estudo: Uma boa cultura organizacional pode transformar o espírito da uma empresa. A cultura organizacional é responsável por reunir os hábitos, comportamentos, crenças, valores éticos e morais e as políticas internas e externas de uma empresa. Uma boa cultura pode motivar os funcionários e ajudá-los a crescer junto com o empreendimento, assim como uma cultura “desorganizacional” pode empurrar a empresa e os funcionários para problemas de produtividade e no ambiente de trabalho. Em outras palavras, é a cultura organizacional que vai desenvolver diretrizes para uma empresa de sucesso, a começar pela forma como os funcionários vão enxergar o negócio e quais contribuições este estudo está trazendo agir dentro dele. Quem investe em uma gestão de pessoas e uma cultura corporativa de qualidade acaba gerando maior satisfação entre os clientes e obtendo maior lucro em suas atividades.

Materiais e métodos: Pesquisa qualitativa exploratória, no qual foi feita bibliográfica junto a renomados autores para definição dos elementos básicos da cultura e sua importância. Em seguida foi feita uma pesquisa em sites e páginas da empresa analisada.

Resultados e discussões: Definir as responsabilidades dos conselheiros, chefes e colaboradores da organização, e também as regras de caráter ético com Coca-Cola além de estabelecer as regras básicas do comportamento ético que devem ter as pessoas que trabalham na Coca-Cola. A empresa instaurou o Sistema de Denúncias como o mecanismo mediante o qual os colaboradores devem notificar qualquer comportamento ou prática que não se apegue ao disposto no presente código.

Conclusão: O estudo que realizamos sobre a empresa Coca-Cola adquirimos o entendimento sobre a mesma de que ela tem como visão priorizar não somente o crescimento financeiro ela pensa no próximo e busca propor a sensação de positividade, transmitindo isso a cada produto consumido. A marca tem o objetivo de se fazer presente nos melhores momentos da vida de cada indivíduo. Compreendemos que, ela deseja o mesmo para seus colaboradores que ambos estejam em sintonia, com a mesma mente e espírito, e que através de sua equipe bem preparada e motivada, os consumidores sintam o mesmo no produto acabado. A Coca-Cola se preocupa com o ser humano e o que está em volta dele, e isso faz da marca uma companhia que cresce e conquista quem a conhece.

Referências

- FEMSA. Código de Ética. Disponível em: [https://www.cocacolabrasil.com.br/sobre-a-coca-cola-brasil/principios-avalores?gclid=Cj0KCQjwoqDtBRD-ARIsAL4pviB0pUQOSf7RmY0p4Cb2didMxker_RpBXfMIGme6DK0ppI6EIHM7ZhEaAvKrEALw_wcB](https://www.google.com/url?sa=t&source=web&cd=17&ved=2ahUKEwiy3OzhKLIhUrF7kGHTCYA_gQFjAQegQIAxAB&url=https%3A%2F%2Fimg.coca-colafemsa.com%2Fassets%2Ffiles%2Fes%2FPresencia%2FBrasil%2FCodigo-deEtica.pdf&usq=AOvVaw2yZH3f5MxBEFuPWqVGJL_6&csid=1571272568427.> Acesso em 20 de outubro de 2019.</p><p>COCA COLA, Journey. Sobre a Coca-Cola Brasil. Disponível em: <a href=). Acesso em 19 de outubro de 2019.
- SEBRAE NACIONAL. Clima Organizacional: a importância da cultura organizacional para o seu negócio. <http://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/artigosPessoas/a-importanciada-cultura-organizacional-para-o-seu-negocio,2516dfdafccea510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em 19 de outubro de 2019
- <http://nobebamoscocacola.blogspot.com/2008/05/coca-cola-como-afecta-la-salud.html>
Acesso em 19 de outubro de 2019.
- <https://blog.portaldeassinaturas.com.br/qual-e-a-importancia-da-cultura-organizacional-para-as-empresas/>> Acesso em 19 de outubro de 2019.

GESTÃO POR COMPETÊNCIAS FOCADA EM RESULTADOS E RETENÇÃO DE TALENTOS

Monique Paiva de Souza¹; Edson Alcebíades Spósito²

¹Aluna de Pós Graduação em Gestão Integrada de Pessoas e Sistemas de Informações –
Faculdades Integradas de Bauru – FIB monique_paivaa@hotmail.com.

² Professor Especialista do Curso de Pós Graduação em Gestão Integrada de Pessoas e Sistemas de
Informações – Faculdades Integradas de Bauru – FIB edson@spositoonline.com.br

Grupo de trabalho: ADMINISTRAÇÃO.

Palavras-chave: 1. Gestão por Competência. 2. Retenção de talentos

Introdução: O projeto consiste no estudo e reflexões sobre a importante e efeito da gestão por competência como elemento essencial para o recrutamento e seleção, desenvolvimento e retenção de talentos, propondo uma visão voltada a pratica na identificação dos principais elementos que o tipifica.Competência para Scott B.Parry (1998) é um agrupamento de conhecimentos, habilidades e atitude que afeta a atividade e o desempenho que pode ser medido segundo padrões preestabelecidos, e que pode ser melhorado por meio de treinamento e desenvolvimento. A prática de gestão por competências, no Brasil, iniciou-se no final da década de 1990. As organizações privadas passaram a adotar esse conceito para gerenciar o desempenho dos seus colaboradores destacando duas formas de avaliação: competências individuais e organizacionais. As pessoas aplicam suas habilidades, conhecimentos e atitudes nas ações a fim de garantir o resultado almejado, podendo constituir o ponto forte da empresa, a principal vantagem competitiva ou o seu ponto fraco quando não apresentam envolvimento com a missão institucional ou não compartilham dos valores da empresa. Segundo Paiva e Cartoni (2013), se as organizações não têm condições de proporcionar aos colaboradores uma remuneração atrativa, espera que pelo menos invista em estratégias para reconhecer o empenho, cuidar da motivação e deixar o clima organizacional amistoso.Esta perspectiva é essencial para atrair e reter talentos, que podem render à empresa uma vantagem competitiva, tanto de mercado como pelo fato de possuir profissionais diferenciados em suas equipes.

Objetivos: Identificar através de literatura consagrada e ferramentas, conceitos, técnicas que levem a compreensão das competências dos colaboradores afim de reter os melhores talentos e desenvolvê-los para obtenção dos resultados contínuos. Propor a aplicação de recursos técnicos objetivos para uso dos gestores onde possam identificar, mensurar e reduzir as diferenças (gaps) entre a competência ofertada pelo colaborador e a esperada do empregador, promovendo, não só a capacitação para a obtenção de resultados econômicos, mas também a evolução profissional e pessoal dos mesmos.

Relevância do Estudo: A missão desse projeto é obter subsídios para aplicação de modelo de avaliação continuada de competências no sentido de promover um programa de reconhecimento e recompensa que fortaleça as relações de sucesso no trabalho.O propósito é oferecer subsídios para líderes e interessados, elementos concretos que possam garantir o desenvolvimento de ações que levem a valorização do profissional e sua respectiva retenção.O projeto justifica-se pelo fato da constante observação de perda por insatisfação ou dispensa por parte do empregador, de profissionais qualificados em função da inobservância de fatores que comprovem de maneira objetiva o valor intangível que o profissional treinado e em desenvolvimento representa.

Materiais e métodos: Pesquisa qualitativa exploratória, no qual foi feita pesquisa bibliográfica junto a bibliografias consagradas para definição dos elementos básicos do tema e sua importância. Pesquisa junto à sites de treinamento e desenvolvimento em sistemas de mapeamento e gestão de competências.

Resultados e discussões: Competência para Scott B.Parry (1998) é um agrupamento de conhecimentos, habilidades e atitude que afeta a atividade e o desempenho que pode ser medido segundo padrões preestabelecidos, e que pode ser melhorado por meio de treinamento e desenvolvimento. A prática de gestão por competências, no Brasil, iniciou-se no final da década de 1990. As organizações privadas passaram a adotar esse conceito para gerenciar o desempenho dos seus colaboradores destacando duas formas de avaliação: competências individuais e organizacionais. As pessoas aplicam suas habilidades, conhecimentos e atitudes nas ações a fim de garantir o resultado almejado, podendo constituir o ponto forte da empresa, a principal vantagem competitiva ou o seu ponto fraco quando não apresentam envolvimento com a missão institucional ou não compartilham dos valores da empresa. Segundo Paiva e Cartoni (2013), se as organizações não têm condições de proporcionar aos colaboradores uma remuneração atrativa, espera que pelo menos invista em estratégias para reconhecer o empenho, cuidar da motivação e deixar o clima organizacional amistoso. Esta perspectiva é essencial para atrair e reter talentos, que podem render à empresa uma vantagem competitiva, tanto de mercado como pelo fato de possuir profissionais diferenciados em suas equipes. A partir dos estudos de David McClelland(1970), as organizações adotaram a fórmula do CHA.(Quadro 1)

Quadro1 Desdobramento do CHA

Conhecimento	Saber	Competência Técnica
Habilidade	Saber Fazer	
Atitude	Querer Fazer	Competência Comportamental

Fonte: Competência Total Blog

Conclusão: É a partir das pessoas que objetivos corporativos são atingidos e é por meio de evolução individual e coletiva das sociedades. As corporações assumem o seu papel, que é tão importante quanto o resultado econômico, o de evolução social. A gestão por competências tem se apresentado como excelente alternativa para o desenvolvimento desta evolução.O processo de recrutamento e seleção, demonstra sua importância quando atrai para a equipe, pessoas com objetivos similares aos da corporação. É neste momento que os ativos intangíveis representados pelas pessoas potencialmente positivas trazem à corporação o “terreno fértil” da evolução técnica, pessoal e social. O mapeamento das competências essenciais que, alinhada a missão e visão das corporações, mesmo que não descritas, promovem a visão das diferenças (gap), que devem ser desenvolvidas num movimento de “mão dupla”, que havendo sintonia entre os valores da corporação e indivíduo que se faz presente a troca de experiências e enriquecimento de ambas as partes.O processo de atenção à evolução, através de instrumentos como o People analytics, faz desta relação algo racional e mensurável, fortalecendo a visão clara e a constância de propósitos, onde pontos fracos são alertas para o bom desenvolvimento e não indicadores de pressão.Por fim, o plano de desenvolvimento coletivo como instrumento de evolução das pessoas, faz deste estudo, um modelo não só de reflexão, mas uma proposta que promove a ampliação dos potenciais de todos os envolvidos, sejam eles, líderes ou liderados.

Referências:

- CHIAVENATO,Administração de recursos humanos: fundamentos básicos6. ed. São Paulo: Atlas, 2006.
- CHIAVENATO, I. Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações. 3 ed.rev. atual. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- FRANÇA, M. C. L. et al. As pessoas na organização. São Paulo: Editora Gente, 2002.
- GRAMIGNA, M. R.Modelo de competências e gestão dos talentos. São Paulo: Pearson Makron Books, 2002
- XAVIER, R. Gestão de pessoas na prática: os desafios e as soluções. São Paulo: Gente, 2006.

O EMPODERAMENTO DA SOCIEDADE ATRAVÉS DA EDUCAÇÃO FINANCEIRA

Beatriz Voltarelli De Cesare¹; Fábio José de Souza²

¹Aluna de Ciências Contábeis – Centro Universitário Sagrado Coração – UNISAGRADO –
beatriz.vdc@gmail.com;

²Professor dos Cursos de Graduação e Pós-Graduação – Centro Universitário Sagrado Coração –
UNISAGRADO – fabiosouza.juridico@gmail.com

Grupo de trabalho: ADMINISTRAÇÃO

Palavras-chave: Dignidade da pessoa humana. Direito Constitucional. Educação Financeira. Sociedade

Introdução: Com a expansão do capitalismo, o modelo de trabalho assalariado tornou-se necessário, uma vez que, produção-consumo é a base para a manutenção e avanço do mesmo. Contudo, o indivíduo, que é parte essencial deste ciclo, acabou por ser negligenciado. Segundo IBGE (2008-2009), 35,9% da população brasileira encontra alguma dificuldade e 17,9% muita dificuldade, para manter o orçamento mensal com sua renda.

Objetivos: Geral: demonstrar a importância da educação financeira. Específicos: levantar a situação financeira do brasileiro e avaliar possíveis benefícios da educação financeira.

Relevância do Estudo: A educação financeira torna-se primordial para a manutenção da vida, uma vez que empodera os indivíduos a desenvolver hábitos saudáveis e conscientes, impactando, positivamente, sua qualidade de vida a longo prazo. Desta forma, é papel do Estado assegurar o respeito à educação, de modo a valorizar a dignidade da pessoa humana (BRASIL, 1988) com o intuito de reduzir a desigualdade social e, além disso, contribuir para uma economia sustentável. Por fim, a pesquisa pretende avaliar possíveis benefícios por meio da educação financeira.

Materiais e métodos: No presente estudo, foi realizada uma pesquisa bibliográfica com abordagem qualitativa, com o intuito de analisar e correlacionar dados já quantificados, sugerindo uma nova compreensão dos mesmos (VIANNA, 2001), por meio de livros, artigos, sites e a legislação vigente no país.

Resultados e discussões: A partir dos dados obtidos por meio do Indicador de Uso de Crédito, apurado pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) e pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC), apontou que, apesar de um aumento de 1,3% de consumidores inadimplentes, em setembro de 2019, em relação ao mesmo período do ano anterior, a inadimplência apresentou um crescimento vagaroso desde dezembro de 2017. Segundo Pellizzaro Junior, a recuperação da economia e do consumo impedirão o crescimento expressivo da inadimplência, entretanto não serão suficientes para proporcionar uma queda significativa no número de atrasos (SPC, 2019). Outra pesquisa, realizada pelas mesmas organizações, apurou que entre os principais motivos da inadimplência entre os consumidores que tinham dívidas vencidas há mais de três meses, da data de realização do estudo, estão o desemprego (30%) e a falta de controle financeiro (13%), uma vez que, os que se endividaram por má administração financeira, 36% decidiram comprar por acreditar que não alcançariam o desejo da compra a longo prazo e 33% optaram aproveitar os preços promocionais ofertados sem analisar o impacto dos mesmos no orçamento. A mesma pesquisa aponta que, 46% desconhecem ou pouco sabem sobre o montante de seus gastos básicos mensais, por exemplo, água, energia e telefone, além do que, 53% reconheceram não saber ao certo seus proventos e 52% não sabem o total de parcelas das compras

adquiridas, corroborando que os maus hábitos do brasileiro, na sua vida financeira (SPC, 2019). Por outro lado, fica evidente que a imprudência de alguns dos consumidores fortalecido pela impulsividade em satisfazer seu desejo em adquirir um bem ou serviço, o faz desconsiderar sua situação financeira atual, comprometendo sua liquidez e, conseqüentemente, a sua estabilidade a longo prazo (SPC, 2019). A educação financeira é um instrumento para promover o desenvolvimento econômico, uma vez que, proporciona ferramentas para analisar os comportamentos, a relação do indivíduo com o dinheiro e com o crédito, ao reconhecer a importância do controle não só como forma de evitar um endividamento, mas também como instrumento de investimento, para garantir uma melhor qualidade de vida, uma aposentadoria ou realização de um objetivo futuro, garantindo uma estabilidade financeira futura, por conseguinte agregando toda economia, por exercer papel fundamental, no funcionamento do mercado (BRASIL, 2013).

Conclusão: Nesta linha de pensamento, torna-se indispensável elucidar que, a educação financeira possibilita o desenvolvimento econômico sustentável o que contribuirá de forma direta na qualidade de vida social do país.

Referências

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Promulgada em 05 de outubro de 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: 25 set. 2019.

_____. Banco Central do Brasil. **Caderno de Educação Financeira**. Brasília, DF: BCB, 2013. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/pre/pef/port/caderno_cidadania_financeira.pdf>. Acesso em: 23 out. 2019.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Trabalho e Rendimento. **Pesquisa de Orçamentos Familiares: Tabela de Avaliação 3.1.1**. Rio de Janeiro. 2008-2009. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/estatisticas-novoportal/sociais/rendimento-despesa-e-consumo/9050-pesquisa-de-orcamentos-familiares.html?=&t=downloads>>. Acesso em: 25 set. 2019.

SPC BRASIL. **Perda do emprego e redução da renda são principais causas da inadimplência no país, apontam CNDL/SPC Brasil**. São Paulo: SPC, 2019. Disponível em: <<https://www.spcbrasil.org.br/pesquisas/pesquisa/6686>>. Acesso em: 23 out. 2019.

_____. **Em cada dez brasileiros, sete não conseguiram poupar dinheiro em agosto, revela indicador CNDL/SPC Brasil**. São Paulo: SPC, 2019. Disponível em: <<https://www.spcbrasil.org.br/imprensa/noticia/6789>>. Acesso em: 23 out. 2019.

_____. **Com alta de 1,3%, inadimplência do consumidor cresce ao menor ritmo em quase dois anos, mostra indicador CNDL/SPC Brasil**. São Paulo: SPC, 2019. Disponível em: <<https://www.spcbrasil.org.br/imprensa/noticia/6866>>. Acesso em: 23 out. 2019.

VIANNA, I. O. A. **Metodologia do trabalho científico**: um enfoque didático da produção científica. São Paulo: E.P.U, 2001.

ENTENDENDO A LOGÍSTICA REVERSA PÓS-CONSUMO

Yasmim Ale de Aquino¹; Eliana de Britto²; Marco Antonio Gandolfo Rodrigues³

¹Aluna de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – yasmim.aquino27@hotmail.com

²Aluno de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB elianabritto47@gmail.com;

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

Grupo de trabalho: ADMINISTRAÇÃO

Palavras-chave: Logística Reversa; Materiais Reciclados; Meio Ambiente.

Introdução: De forma geral, a logística reversa desperta nas organizações empresariais e ambiente de pesquisas científicas, a busca incansável para alcançarem melhores desempenho e competitividade. Com isso, houve o surgimento de uma nova área de estudo da Logística Empresarial que planeja, opera e controla os fluxos de informações nos canais de distribuição, denominada Logística Reversa. De acordo com Ballou (2013), a logística se dividi em três fases: Logística *inbound*, responsável pela movimentação entre a captação dos recursos naturais, transformação em matéria prima e entrega para manufatura; Intralogística, que são todos os caminhos que a matéria prima percorre nos processos produtivo até a estocagem do produto acabado e Logística *outbound*, responsável em fazer o produto chegar nos clientes e consumidores finais. Para Novais (2001), os canais de distribuição têm como função atender a demanda por indução; demanda de satisfação; serviços pós-venda e direcionamento de informações em ambos sentidos entre a cadeia de suprimentos e clientes/consumidores. A logística reversa desempenha o papel de retornar para o fabricante os produtos com defeito e pós consumo. De acordo com a Política Nacional de Resíduos Sólidos (2010), a logística reversa é definida como “conjunto de ações, procedimentos e meios que visa viabilizar a coleta e a restituição dos resíduos sólidos ao setor empresarial”.

Objetivos: Este artigo tem a intenção de apresentar a logística reversa, seus benefícios de retorno, com desempenho em conscientizar as empresas e a sociedade em respeitar o meio ambiente.

Relevância do Estudo: Nos dias atuais é muito importante a questão da sustentabilidade devido ao grande impacto que o processo produtivo causa no meio ambiente, e com todo processo de logística reversa, percebemos que o descarte correto e de maneira mais acessível ao consumidor final, desenvolve e protege ecologicamente o planeta se operado de forma correta, e consciência da população.

Materiais e métodos: 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. Para a realização desta pesquisa foram utilizados a pesquisa exploratória, a pesquisa descritiva e a explicativa. Essas se realizaram através de uma pesquisa bibliográfica a partir de materiais já publicados: livros, artigos e textos disponibilizados na Internet que permitiu a obtenção e posterior análise dos dados necessários para a discussão da logística reversa.

Resultados e discussões: A lei nº12.305/2010 preconiza a Política Nacional de Resíduos Sólidos. A logística reversa está dividida em duas grandes áreas: Logística Reversa pós-

venda e pós-consumo. A primeira basicamente trata a devolução dos produtos por razões comerciais ou erros em seu processamento, já a segunda caracteriza-se por produtos já adquiridos, utilizados e descartados após sua utilização conforme legislação vigente.

Para Leite (2003), a Logística Reversa traz bons retorno para as empresas que praticam de forma consciente. O reaproveitamento de materiais tem trazido economia de matéria prima e ganhos financeiros, estimulando cada vez mais iniciativas e esforços para melhoria nos processos de Logística Reversa pelas empresas. O cumprimento das leis ambientais referente Logística Reserva pós-consumo foram criados para oferecer uma destinação correta e sustentável para uma série de produtos, que de alguma forma seriam descartados de maneira não adequada, provocando impactos negativos ao meio ambiente. Eles são simplesmente jogados fora pelos usuários, mas podem ser perfeitamente reaproveitados por empresas produtoras em novos produtos ou subprodutos. Dessa forma vemos que empresas que desenvolveram um bom processo de Logística Reserva, estão se destacando no mercado, fidelizando cada vez mais seus clientes/consumidores, através de um apelo ecologicamente correto, utilizando isso também como diferencial competitivo frente a concorrência. Dentre os produtos mais consumidos, podemos citar como exemplo de Logística Reversa pós consumo os seguintes produtos: Óleo lubrificante; óleo comestível; pilhas; baterias portáteis; baterias automotivas; pneus; medicamentos; componentes eletrônicos; lâmpadas fluorescente; embalagens de agrotóxico; embalagens de proteção e etc.. A grande preocupação das empresas com o meio ambiente, torna-se necessário observar cada vez mais o desenvolvimento e ciclo de vida dos seus produtos. É notório o elevado número de processo produtivos que estão trabalhando com matéria prima reciclada, mostrando que é possível atender os clientes/consumidores com novos produtos e zelar pela proteção do meio ambiente.

Conclusão:

Após a realização da pesquisa, concluímos que a Logística Reversa pós consumo tem papel fundamental na redução dos impactos negativos ao meio ambientais provocados pelos processos produtivos. Empresas que adotaram seu uso podem melhorar seu desempenho financeiros, imagem corporativa e níveis de serviços aos consumidores e meio ambiente. Importante citar o aumento da consciência ecológica despertada em seus clientes/consumidores.

Referências

BALLOU, R. H. **Logística Empresarial**: Transportes, Administração de materiais e distribuição física. Editora: Atlas 2013 São Paulo

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

LEITE, P. R. **Logística Reversa: meio ambiente e competitividade**. São Paulo: Prentice Hall, 2003.

Ministério do Meio Ambiente, **PNRS**. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/pol%C3%ADtica-de-res%C3%ADduos-s%C3%B3lidos>>. Acesso em: 07 out. 2019.

NOVAES, A. G. **Logística e gerenciamento da cadeia de distribuição: estratégia, operação e distribuição**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

A APLICAÇÃO DOS CONCEITOS LEAN NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇO

Marco Antonio Gandolfo Rodrigue¹; Alexandre Silva Santos²; José Paulo Nardone³; Kleber Luiz Nardoto Milaneze⁴; Luís Carlos Gonçalves⁵

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

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

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

⁴ Professor Dr. do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB administração@fibbauru.br

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

Grupo de trabalho: ADMINISTRAÇÃO

Palavras-chave: Serviços, *Lean*, Atendimento, Clientes

Introdução: As empresas prestadoras de serviço necessitam, a cada dia, buscar a diferenciação frente aos concorrentes, promovendo a satisfação dos clientes por meio da qualidade no atendimento. Inicialmente é necessário mudar as pessoas envolvidas nos processos que conduzem a organização a fornecer um produto ou serviço que o cliente valoriza. Para George (2004), inovar novos conceitos só é possível com o reconhecimento de algumas verdades fundamentais como: maior velocidade pode melhorar a qualidade do atendimento; melhorar a qualidade pode torná-lo mais veloz; e reduzir a complexidade melhora a velocidade e qualidade. A palavra “*Lean*” quando traduzida para o português temos “magro, enxuto” que nos remete a origem do sistema Toyota de Produção desenvolvido pelo fundador da Toyota *Motor Corporation*, *Sakichi Toyoda*, e pelo gerente da linha de montagem *Taiichi Ohno*, produzindo apenas o necessário, eliminando tudo que não agregava valor (GHINATO, 2000).

Objetivos: Melhoria na produtividade na prestação de serviços com a utilização dos conceitos enxuto – *Lean*.

Relevância do Estudo: Incentivar empresas prestadoras de serviços utilizar o pensamento *Lean* como opção de ferramenta de gestão, trazendo novos conceitos capazes de criar processos com velocidade e qualidade na prestação do serviço. O setor de serviços cresce substancialmente na economia brasileira, entretanto, algumas empresas ainda não dão a devida importância para a qualidade na prestação destes serviços.

Materiais e métodos: 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. A metodologia utilizada para elaborar o trabalho foi uma pesquisa bibliográfica sobre o tema, utilizando-se de livros, materiais de internet, artigos e outras fontes.

Resultados e discussões: Womack; Jones; Ross (1992), cita que nos primórdios da produção os bens eram criados através da produção artesanal, onde os trabalhadores eram altamente habilidosos e utilizavam ferramentas simples e flexíveis, produzindo os produtos de acordo com as especificações de cada cliente.

Para Fitzsimmons; Fitzsimmons (2000), na manufatura tradicional, estoque demasiadamente alto mostra que existe uma coordenação complexa. Já em serviços a existência de filas mostra o acúmulo de demanda quando não se pode ajustar a capacidade de operação. Como num restaurante tradicional em que os clientes esperam no bar quando chegam sem reservas. De acordo com George (2004), como o objetivo do *Lean* é aumentar a eficiência com redução de tempos, investimentos e custos, conseguimos aplicá-lo em qualquer processo, portanto pode ser utilizado em organizações de serviço de forma eficaz como já é utilizado em algumas empresas de manufatura, com resultados rápidos. Para Las Casas (2000), na essência serviços são ações ou desempenho entre clientes e fornecedores, ocorrendo de forma intangível, inseparável, heterogêneo ou simultâneo. No instante que o atendente da prestadora de serviço fica frente a frente com o consumidor é onde acontecerá as ações, quanto mais preparado for, melhor será o nível de prestação do serviço. Fitzsimmons; Fitzsimmons (2000), descreve que a realocação de funcionários permite melhor atendimento das expectativas do cliente enquanto se mantenha alta utilização dos recursos humanos.

Conclusão: O estudo teve finalidade de avaliar a aplicação da ferramenta *Lean* desenvolvida para a manufatura na prestação de serviços. Algumas empresas utilizam a ferramenta buscando minimizar custos, as vezes não obtêm resultados satisfatórios dos conceitos e utilização por falta de envolvimento de algumas áreas. O grande desafio do pensamento *Lean* em prestação de serviço é reconhecer os desperdícios. Nos processos de serviços são poucos visíveis, dependem muito da interação de pessoas. Existem algumas dificuldades em padronizar determinados serviços, portanto, é preciso encorajar através de treinamentos a criatividade dos colaboradores, pois, eles conhecem o processo que efetuam, podendo ser mais ágil, melhorando o nível de atendimento aos clientes.

Referências

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

FITZSIMMONS, J. A.; FITZSIMMONS, M. J. **Administração de serviços**: operações, estratégia e tecnologia de informação. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2000.

GEORGE, M. L. **Lean seis sigmas para serviços**: como utilizar a velocidade *lean* e qualidade seis sigma para melhorar serviços e transações. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004.

GHINATO, P. **Produção e competitividade**: aplicações e inovações. Recife: Adiel T. de Almeida & Fernando M. C. 2000. Disponível em <http://www.scribd.com/doc/294131/Fundamentos-do-Sistema-Toyota-de-Producao>. Acesso em: 15 jan. 2009.

LAS CASAS, A. L. **Marketing de serviços**. São Paulo: Atlas, 2000.

WOMACK, J. P.; JONES, D. T; ROOS, D. **A máquina que mudou o mundo**. 4. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1992.

CRECHE PARA IDOSO: UM ESTUDO DE VIABILIDADE COM O APOIO DE UM PLANO DE NEGÓCIO

Poliane Sestari¹; Clemliton Luís Basseto²; Tatiene Martins Coelho Trevisanuto³

¹Aluna de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – poliane-sestari@hotmail.com

²Professor do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB - profbassetto@gmail.com

³Professora do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – tatiene@gmail.com

Grupo de trabalho: ADMINISTRAÇÃO

Palavras-chave: Empreendedorismo, plano de negócio e idoso.

Introdução: Atualmente observa-se um cenário em que a população tem vivido mais em relação aos anos anteriores. Diante desse tal cenário na qual é visível notar o crescimento na expectativa de vida, observa-se a necessidade de um cuidado especial para com a terceira idade. Nesse contexto, surge a ideia de uma creche para sanar a carência desse cuidado especial, pois as ocupações do dia-a-dia impendem que o responsável ofereça um dia agradável para o idoso. Sendo assim, esse será um lugar onde o idoso será capaz de passar seu dia recebendo o auxílio que precisa. Com o passar dos anos as debilitações do idoso aumentam e as sensações de inutilidade fazem com que se sintam abandonados, resultando no isolamento do seu ciclo social. A creche busca resgatar a vida social e o bem-estar emocional dos idosos, para isso será desenvolvido muitas atividades sendo elas, atividades lazer e esporte que servirão de estímulo para a integração social do idoso. Diferente dos asilos a creche funcionará durante o período diurno, aonde os idosos chegam pela manhã e retornam para a casa ao findar à tarde, resultando no contato diário com os familiares. Para segurança para os familiares, será disponibilizado horário para o responsável pela matrícula do idoso possa participar das atividades diárias, podendo essa monitora o dia-a-dia. Frente a tudo isso, a creche irá oferecer um dia incrível e seguro para que o responsável se sinta despreocupado durante o período na qual se ausenta do idoso.

Objetivos: Analisar a viabilidade de abertura de uma creche para idoso apoiado em um plano de negócio.

Relevância do Estudo: Ao analisar a expectativa de vida do brasileiro, identifica-se a ausência de ambientes que ofereça amparar a vida social do idoso sem interferir no relacionamento com a família. Com os afazeres do dia-a-dia torna-se quase impossível os responsáveis pelo idoso oferecer a atenção devida ao mesmo, fazendo com que este não se sinta acolhido e assim fazendo com que sintam solidão. Com a necessidade de oferecer o resgate da vida social do idoso, o presente estudo pretende promover a ideia de uma creche para sanar as sensações de inutilidades e abandono. Espera-se que o estudo seja um projeto que promova a integração social, garantindo que a creche seja um lugar agradável e aconchegante.

Materiais e métodos: O trabalho será desenvolvido por meio de pesquisa exploratória com base em referencial teórico da área e pesquisa documental realizada em documentos existentes no interior de órgãos públicos e privados de qualquer natureza, ou documentos pessoais. Por se tratar de uma pesquisa de cunho teórico, o ambiente da pesquisa ou seu universo será a literatura especializada sobre: prestação de serviço voltado para idosos.

Resultados e discussões: Levando-se em conta todas as investigações, simulações e levantamentos realizados, é possível concluir que o empreendimento é viável. A escolha desse ramo de atuação foi uma estratégia de grande peso na viabilidade do negócio, pois, mesmo diante da crise política e financeira do país, a expectativa de vida só tende a aumentar. Como o estudo é direcionado a classe A e B, não há uma alteração tão grande no comportamento dos clientes, pois são pessoas que podem pagar pelo serviço oferecido. Sendo assim, a creche tende a crescer, pois buscará estar sempre a frente dos concorrentes oferecendo assim o seu melhor.

Conclusão: Com o aumento da expectativa de vida nos últimos anos, pode-se concluir que o desenvolvimento desse projeto seja viável na cidade de Lençóis Paulista, podendo assim não apenas buscar o lucro e sim também poder resgatar a vida social dos beneficiados do serviço oferecido. Buscando proporcionar sempre a segurança e o bem-estar com qualidade e eficiência.

Referências

CAMAROTTO, M. R. **Estratégia de marketing**. Curitiba: IESDE, 2009

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo**. 1. ed. São Paulo, Saraiva. 2001.

CHIAVENATO, I. **Administração nos novos tempos**. 2. ed. Rio de Janeiro, Campus. 1999.

DORNELAS, J.C.A. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. 4. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

HONORATO, G. **Conhecendo o marketing**. 1. ed. Barueri: Manole, 2004.

ASSESSORIA PARA INVESTIMENTOS: UM ESTUDO DE VIABILIDADE COM O APOIO DE UM PLANO DE NEGÓCIO

Aruan Andrade¹; Gabriela Sampaio²; Tatiene Martins Coelho Trevisanuto³.

¹Aruan Andrade – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – aruan.andraded@hotmail.com;

² Gabriela Sampaio – Faculdades Integradas de Bauru – FIB gabi.sampaio2096@gmail.com;

³ Tatiene Martins Coelho Trevisanuto – Faculdades Integradas de Bauru – FIB tatiene@gmail.com;

⁴ Clemilton Luís Basseto – Faculdades Integradas de Bauru – FIB profbassetto@gmail.com.

Grupo de trabalho: ADMINISTRAÇÃO

Palavras-chave: plano de negócio, empreendedorismo, assessoria, mercado de capitais.

Introdução: De acordo com o site da Agência do Senado “A reforma da previdência foi aprovada em primeiro turno no início de outubro, com 56 votos favoráveis e 19 contrários - são necessários pelo menos 49 votos para a aprovação de uma PEC.” Estamos vivenciando uma nova onda, onda essa que nos trará várias oportunidades, principalmente para novos negócios. O setor de serviços vem crescendo de forma exponencial dos últimos dois anos até os tempos atuais e isso já é uma oportunidade que se deve ser explorado. Com isso foi realizado pesquisas que apontaram para uma oportunidade específica, a reforma da previdência. Espera-se que o brasileiro venha ter maior interesse no quesito investimento, tanto de curto, médio ou longo prazo e para isso se faz necessário uma assessoria que possa agregar neste novo mercado em ascensão.

Objetivos: Analisar a viabilidade da implantação de um escritório que possa oferecer serviços de assessoria de investimentos para pessoa física e pessoa jurídica promovendo a aplicação em outros meios de investimentos excluindo a famosa carteira de poupança.

Relevância do Estudo: O Brasil necessita de agentes competentes para auxiliar os pequenos, médios e grandes investidores. São pessoas físicas ou jurídicas que correm um sério risco de perda de capital, pois muito dos casos, eles não possuem o conhecimento necessário para aplicar os seus recursos financeiros ou acabam disponibilizando os seus recursos em agentes não competentes, como por exemplo, as corretoras de valores mobiliários.

Materiais e métodos: Pesquisa exploratória, quantitativa com apoio de material bibliográfico e livros da área do saber administrativos.

Resultados e discussões: Empreender exige planejamento. Abrir uma empresa, começar um novo negócio, resolver dificuldades ou implantar novas estratégias, tudo isso pode correr um sério risco de dar errado se não houver um plano detalhado, definido as ações a serem realizadas, de que maneira e em que prazo, com que objetivos e com quais ferramentas (VIDIGAL, 2011). De acordo com Dornelas (2012, p.22) “Empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades. E a implementação destas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso”. O ser humano vive em constante mudança e evolução; são vários eventos que vivenciados podem causar a capacidade de perceber formas diferentes de fazer a mesma coisa ou fazer algo totalmente inovador que possa ser de fato bastante útil. O plano de negócio está em volto da criação de uma empresa capaz de prestar serviços voltados para pessoas físicas maiores de 18 anos e Pessoas Jurídicas, ambas com capital para

investimento. Em uma breve análise o plano de negócio precisará de um investimento inicial de R\$ 60.000,00 e terá como base de cliente o público da cidade de Bauru/SP.

De acordo com um estudo realizado pelo SEBRAE (2016), com o objetivo identificar a taxa de sobrevivência/mortalidade das empresas com até 2 anos de atividade no Brasil, a má gestão é uma das principais causas para a mortalidade de empresas brasileiras, o que envolve, entre outros problemas, o controle financeiro pouco rigoroso e a formação insuficiente dos empresários (SEBRAE, 2016). O plano de negócio nos traz um escopo estruturado com estratégias que nos auxilia para a busca dos conteúdos específicos para desenvolver o negócio de forma a ser mais assertiva com riscos mitigados, aumentando a probabilidade do sucesso. Wiesel (2016) afirma que “a oportunidade é a fagulha que detona a explosão do empreendedorismo”. Na verdade, reconhecer e aproveitar as oportunidades depende muito mais da capacidade do empreendedor do que do uso de ferramentas ou fórmulas já determinadas. Trata-se, muitas vezes, de um verdadeiro desafio: encontrar soluções e desenvolver estratégias num mercado muitas vezes caótico, com dados contraditórios e inconsistentes, e fazer com que essas soluções promovam o crescimento do negócio. Persistência e resiliência: motivação, convicção e entusiasmo permitem ao bom empreendedor resistir às dificuldades até que as coisas finalmente entrem nos eixos. Ele não desiste facilmente, supera desafios e segue até o fim, sempre perseverante (VERGA e SILVA, 2014). O bom empreendedor, portanto, é capaz de encontrar a melhor oportunidade para colocar suas ideias em prática, usando, para isso, toda sua determinação e entusiasmo, aliadas à experiência e à sensibilidade para perceber o momento certo para ir em frente e para recuar quando necessário, estabelecendo novas estratégias e planos de ação mais adequados à situação.

Conclusão: Através dos aspectos econômicos conseguimos identificar uma VPL positiva com taxa de atratividade de 12%, com isto concluímos que o plano de negócio é viável.

Referências:

DA REDAÇÃO. **CCJ vota últimas emendas à reforma da Previdência.** Disponível em: <<https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2019/10/18/ccj-vota-ultimas-emendas-a-reforma-da-previdencia>>. Acesso em: 18 out. 2019.

SEBRAE. **Sobrevivência das empresas no Brasil.** Relatório. 2016. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/sobrevivencia-das-empresas-no-brasil-relatorio-2016.pdf>>. Acesso em: 26 set. 2019.

VERGA, E.; SILVA, L. F. S. Empreendedorismo: evolução histórica, definições e abordagens. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 3, n. 3, p. 3- 30, 2014.

VIDIGAL, P. R. **Aspectos cognitivos e afetivos dos empreendedores:** como estes atores tomam decisões? Dissertação (Mestrado Administração) Faculdade Campo Limpo Paulista – FACCAMP, São Paulo. 2011.

WIESEL, Gilberto. **Fatores de sucesso:** da ideia à oportunidade. Disponível em: <http://www.profcordella.com.br/unisanta/textos/>. Acesso em: 05 set. 2019.

ABERTURA DE UMA CAFETERIA EM BAURU-SP: UM ESTUDO DE VIABILIDADE COM O APOIO DE UM PLANO DE NEGÓCIO

Cintia Gonçalves Raimundo¹; Lilian Diniz Amorim²; Clemliton Luis Bassetto³; Tatiene Martins Coelho Trevisanuto⁴

¹ Cintia Gonçalves Raimundo – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – cintiagr.16@gmail.com;

² Lilian Diniz Amorim – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – liliandiniza@gmail.com;

³ Clemliton Luis Bassetto – Faculdades Integradas de Bauru – FIB profbassetto@gmail.com;

⁴ Tatiene Martins Coelho Trevisanuto – Faculdades Integradas de Bauru – FIB tatiene@gmail.com.

Grupo de trabalho: ADMINISTRAÇÃO

Palavras-chave: empreendedorismo, plano de negócios, estudo de viabilidade, marketing, cafeteria, trabalho de conclusão de curso, ensino superior, inovação.

Introdução: Diante da visão de estabilidade no cenário econômico atual e a projeção que permaneça assim num futuro próximo, tornam-se prováveis os planejamentos de um novo negócio e a sua efetivação. O presente estudo aborda a viabilidade da abertura de uma cafeteria na cidade de Bauru/SP, voltada para valores e conceitos que transitam entre o clássico, que nos remete à ideia de estar em casa; ao modernismo tão presente em nosso meio de vida.

Objetivos: Concluir a viabilidade de abertura de uma cafeteria em Bauru/SP, entender o mercado consumidor, realizar a análise da necessidade do investimento de precisão e parcerias financeiras com fornecedores, estudar e entender os consumidores, sabendo onde encontrá-los.

Relevância do Estudo: A ideia deste empreendimento nasceu de percepção de que há vários comércios do mesmo segmento na cidade, porém todos são iguais e cada vez mais industrializado e moderno. Essas ambientações não apresentam aconchego, e principalmente, nota-se certa elitização nestes comércios, onde diversas classes sociais não interagem entre si. Diante desta problemática, nasceu a ideia deste plano de negócios da cafeteria que terá por objetivo reunir os apreciadores de café, que buscam sossego e ambiente que remetam à memória de estar em casa.

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, teses, monografias e outras fontes que buscou discorrer sobre o tema empreendedorismo e a viabilidade da abertura de uma nova empresa.

Resultados e discussões: O estudo abordou fundamentações teóricas de pesquisadores e estudiosos do assunto, tendo em mente a viabilidade do plano de negócios de uma cafeteria na cidade de Bauru/SP que traz conceitos diferenciados dos concorrentes, agregando seu valor na cultura de simplicidade e qualidade, sem abrir mão de tecnologias de ponta. Essa inovação vem do espírito empreendedor, conforme Maximiano (2012) discorre, o empreendedor é a pessoa com a ideia, criatividade, inovação e estratégia, na qual são pontos importantes para o diferencial competitivo no mercado. Maximiano ainda destaca alguns traços que identificam a personalidade e o espírito empreendedor, conforme estudos levantados, que são eles: (1) Criatividade e capacidade de implementação; (2) Disposição para assumir riscos; (3) Perseverança e otimismo; e (4) Senso de independência. O empreendedor assume o compromisso consigo mesmo e com o negócio, as

responsabilidades são todas dele, existe autonomia em suas ações e capacidade para resolver problemas. Segundo Schumpeter (2017), o empreendedor associa-se diretamente ao desenvolvimento econômico, o sistema capitalismo cria uma força de processo de destruição criativa, o começo dos desenvolvimentos de novas criações, produtos, mercados, o que se refere em atualizar os conceitos destruindo o velho e criando o novo. Para Schumpeter, o responsável por esse processo de destruição é o que ele considera o empreendedor.

Para Souza *et. al* (2000, p. 28):

Desenvolver o perfil empreendedor é capacitar o aluno para que crie, conduza e implemente o processo criativo de elaborar novos planos de vida, de trabalho, de estudo, de negócios, sendo, com isso, responsável pelo seu próprio desenvolvimento e o de sua organização.

Segundo Dornelas (1999), para o empreendedor saber diferenciar a oportunidade da ideia, tem que primeiro saber identificar uma oportunidade. É necessário que o mesmo saiba desenvolver a oportunidade para um planejamento de negócio. Esse planejamento é o que identifica se a ideia tem a viabilidade, para que o empreendedor não tire conclusões precipitadas com suas escolhas.

O empreendedor deve permanecer atento sobre as mudanças do mercado para posicionar-se adequadamente. O desenvolvimento do marketing, mix de comunicação e propaganda devem constar no planejamento estratégico de marketing. "Para serem bem-sucedidas, as organizações necessitam de planejamento eficaz e de uma estratégia de marketing que atinja suas metas e objetivos satisfaça aos consumidores" (FERREL *et al.*, 2000).

Conclusão: Com base nos estudos, concluímos que empreender é muito mais do que gerenciar uma empresa, e sim estar ciente da responsabilidade de produzir bons produtos, ter a iniciativa, criatividade de empreender e ter total ciência dos riscos que o negócio disponha. Buscar sempre a excelência no nosso atendimento e na disposição de produtos será o diferencial. Tendo em vista que empreender na cidade de Bauru/SP, a chance de sucesso é maior pelo perfil da cidade e escolha da Cafeteria.

Referências:

DORNELAS, J. **Plano de negócios:** estrutura e elaboração. Apostila. São Carlos-SP. mai. 1999.

FERREL, O.C., HARTLINE, M. D., LUCAS JR, G. H., LUCK, D. J. **Estratégia de Marketing.** Tradução: Ailton Bonfim Brandão. 1ª ed. São Paulo: Atlas, 2000.

MAXIMIANO, A. **Empreendedorismo.** 1 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.

SOUZA, E.; SOUZA, C.; ASSIS, S.; ZERBINI, T. **Métodos e técnicas de ensino e recursos didáticos para o ensino do empreendedorismo em IES brasileiras.** In: ENANPAD, 28., Curitiba, 2004.

SCHUMPETER, J. **Capitalismo, Socialismo e Democracia.** São Paulo: Unesp, 2017.

PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE MULHER PARA MULHER

Milena Ferreira Kuroda¹

¹Aluna de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – milena_kuroda@hotmail.com

²Professora do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB

Grupo de trabalho: Administração

Palavras-chave: Mulher, serviço.

Introdução: Diante do cenário atual onde a luta para conquistar um espaço é diária as mulheres, devemos valoriza-la. A batalha está travada a muitos anos onde mulheres não podiam trabalhar deviam apenas cuidar da casa e da família, as poucas que trabalhavam eram mal vistas pela sociedade da época. Atualmente observa-se mulheres nos mais diversos cargos, não a um local se quer que ainda não tenha sido atingido. Ainda não está dominado devido o alto preconceito, machismo e ignorância de pessoas que não aceitam que todos tem capacidade de exercer qualquer função, desde se dedique a isto, vemos essa ação muito presente em países desenvolvidos e em desenvolvimento, como no Brasil. Inúmeras mulheres são formadas nas mais diversas áreas, porém não são todas que tem oportunidades, devido algumas profissões serem consideradas para homens, estaremos dando uma oportunidade a essas mulheres. Infelizmente de acordo com Folha de São Paulo (2018) cerca de 606 mulheres sofrem violência doméstica e 164 são vítimas de estupro diariamente, o que acaba gerando mais insegurança na hora de contratar uma mão de obra especializada, seja por morar sozinha ou não dominar o assunto. De acordo com os dados apresentados este trabalho trata-se de uma prestação de serviços domésticos feito apenas com mão de obra feminina, com o foco em pequenos reparos elétricos e hidráulicos, atividades corriqueiras como instalar prateleiras, ou até mesmo um quadro. Com atendimento exclusivo apenas para mulheres e horário marcado via agendamento telefônico ou whatsapp, além de disponibilizar mão de obra qualificada, produtos de qualidade e preço justo.

Objetivos: Desenvolver um plano de negócios que permita avaliar a viabilidade de uma prestadora de serviço de pequenos reparos residenciais com mão de obra e atendimento exclusivo para mulheres

Relevância do Estudo: Importante para demonstrar o quanto as mulheres são capazes de desenvolver toda e qualquer função desde que tenha força de vontade e qualificação.

Materiais e métodos: A metodologia utilizada neste estudo tem como alicerce na pesquisa do tipo qualitativa exploratória, no qual utilizou-se de livros, materiais de internet, monografias e outras fontes que buscou retratar a constante luta das mulheres para conquistar suas profissões.

Resultados e discussões: Para Dornelas (2012) estamos na era do empreendedorismo, pessoas que não se contentam em ser mais um e querem deixar um legado, demonstrar que podem ir além, isso acaba eliminando grandes barreiras comerciais e culturais, globalizando e inovando conceitos econômicos. O mesmo acredita nesta era tecnológica onde a internet é uma grande facilitadora. De acordo com Maximiano (2012) os dados de empreendedorismo no Brasil são um tanto quanto animadores mas a realidade é outra a probabilidade de um novo negócio se manter por mais de três anos é baixa, devido a cultura não acolhedora de nossa economia além de todas as cargas tributárias a serem pagas, considerada uma das mais altas do mundo, esse é o motivo de termos tantas empresas

informais. De acordo com Grades Empresas Pequenos Negócios (2019), as mulheres veem ganhando o mercado inovador, movidas pelo fato de almejar a independência financeira ou conseguir uma renda extra. Com um perfil mais jovem se destacam com escolaridade de cerca de 16% a mais que os homens, porém mesmo com essas “vantagens” estão recebendo cerca de 22% a menos que os homens. Para Chiavenato (2014) a finalidade de toda organização é atender a algo, oferecendo um produto ou serviço à sociedade, ou seja, missão é a razão pelo qual a empresa existe, podendo sofrer mudanças com o decorrer do tempo. Envolvendo também os objetivos gerais da organização usando as melhores ferramentas existentes para sempre cumprir o que foi definido. Para Chiavenato (2014) a visão é para mirar no futuro que se deseja alcançar, ou seja o que ela quer ser quando “crescer”, as empresas normalmente estimam seu futuro próximo aos 5 anos, orientando assim seus colaboradores.

Conclusão: Concluo assim, que a cada dia as mulheres vem lutando para conquistar seu espaço perante algumas profissões consideradas de homens, como mecânica, prestação de serviços, pedreira, dentre outras. Com essa inovação disponibilizaremos uma prestação de serviço que mantém a mão de obra feminina e atende apenas mulher, isso devido o alto índice de feminicídios.

Referências

CHIAVENATO, I. Teoria geral da administração. 9. Ed. São Paulo: Manole, 2014.

DORNELAS, J.C. **Empreendedorismo** transformando ideias em negócios. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 2012

MAXIMINIANO, A.C. **Teoria Geral da Administração**.2. ED. São Paulo: Atlas, 2012

IG, **FOLHA UOL** – Brasil registra 6060 casos de violência doméstica e 164 estupros por dia. Disponível em< <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2018/08/brasil-registra-606-casos-de-violencia-domestica-e-164-estupros-por-dia.shtml>> acesso em 27/09/2019

IG. **Pequenas Empresas Grandes negócios**. Mulheres são maioria entre grandes empreendedoras. Disponível em<<https://revistapegn.globo.com/Mulheres-empendedoras/noticia/2019/03/mulheres-sao-maioria-entre-novos-empendedores.html>> Acesso em 23/09/2019

APLICATIVO PROFISSIONAL LIBERAL

Allan de Sousa Rodrigues¹; Altair Pereira Azevedo²; Tatiene Martins Coelho Trevisanuto³;

¹Aluno de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – mlucia@uol.com.br;

²Aluno de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB altaazevedo@outlook.com;

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

Grupo de trabalho: ADMINISTRAÇÃO

Palavras-chave: *startup*, *app*, aplicativo, profissional liberal, plataforma, profissionais qualificados e de confiança, empreendedorismo;

Introdução: Diante das necessidades em que diversas vezes precisa-se de serviços profissionais, e por falta de conhecimento, confiança e até mesmo em função dos valores se encontra muita dificuldade na contratação. Com todas essas dificuldades, encontrou-se a necessidade e oportunidade para criação de um novo negócio, que consiste no desenvolvimento de um aplicativo que reunirá profissionais liberais. De acordo com a Pesquisa Mensal de Emprego (PME), divulgada pelo IBGE 2015, o número de autônomos aumentou 10,5%, que em comparação a pesquisa anterior, realizada em julho de 2011, esses dados representaram 19,3% da população ocupada (E-COMMERCE NEWS). O profissional liberal conta ainda com uma regulamentação profissional, onde algumas delas possuem mais de oitenta anos, além de possuírem uma estrutura sindical, sendo divididos em dois segmentos, ramos de atividade e os de profissão. Após dificuldades encontradas para a contratação de serviços específicos, e sempre que são procurados estes serviços, percebe-se uma grande demanda no mercado. Sendo assim existe a oportunidade e o *start* para desenvolver um aplicativo voltado para estes profissionais e população. A ideia do projeto é reunir profissionais de diversas áreas, oferecendo seus serviços pelo aplicativo, sendo estes profissionais indicados pelos próprios clientes. Tendo em vista as dificuldades já citadas acima, para contratação e conhecimento destes profissionais, o aplicativo disponibilizará uma área para que, após a utilização do serviço, o cliente possa avaliar o profissional e dar seu depoimento sobre sua experiência e utilização. Estas avaliações serão analisadas, antes de serem diretamente postadas no *app*.

Objetivos: Desenvolver um plano de negócio, concentrando-se em analisar a viabilidade do desenvolvimento e operacionalização de um aplicativo direcionado aos profissionais liberais.

Relevância do Estudo: Conhecendo as dificuldades na contratação de diversos serviços, pode-se observar grande demanda na procura e contratação de bons profissionais, trazendo a oportunidade de desenvolver este projeto. Nos dias de hoje, não vivemos sem a internet, hoje são feitas compras de produtos, equipamentos, eletrônicos tudo sem sair de casa, não é apenas uma tendência, mas uma nova realidade, podemos adquirir estes produtos na palma de nossa mão. Seguindo essa nova realidade encontrou-se a possibilidade de desenvolver um aplicativo para esses profissionais e para os clientes em uma plataforma que ele irá buscar informações sobre esses profissionais. O aplicativo busca facilitar o usuário a encontrar serviços desejados, e que estes possam ter avaliações reais e em tempo real do profissional pesquisado e/ou desejado. O profissional poderá disponibilizar horários para o agendamento online dos clientes, além da possibilidade de o cliente realizar o pagamento online, podendo inclusive podendo parcelar, ficando mais viável a contratação.

Materiais e métodos: O trabalho foi desenvolvido baseado em pesquisa exploratória em artigos científicos, livros, revistas físicas e digitais e também por meio de pesquisa

bibliográfica. Para Malhotra (2001), a pesquisa exploratória “é um tipo de pesquisa que tem como principal objetivo o fornecimento de critérios sobre a situação problema enfrentada pelo pesquisador e sua compreensão”. Costumam ser de natureza qualitativa. Já para Cervo e Bervian (1996), “a pesquisa bibliográfica é meio de formação por excelência. Como trabalho científico original, constitui a pesquisa propriamente dita na área das Ciências Humanas. Como resumo de assunto, constitui geralmente o primeiro passo de qualquer pesquisa científica”.

Resultados e discussões: Este trabalho trata-se de um plano de negócio, buscando analisar a viabilidade e servir como pilar para o desenvolvimento de um aplicativo para que profissionais liberais possam fornecer seus serviços à população. Inicialmente, foi desenvolvido os objetivos pretendidos, referencial teórico e por fim o plano de negócios, para que as informações possam ser utilizadas no desenvolvimento do negócio. Durante o desenvolvimento do plano, estudou-se diversos temas relevantes, dentre eles abordou-se o empreendedorismo, que de acordo com Chiavenato (2004), o empreendedor é aquele que toma a iniciativa de empreender, ou seja, ele inicia e/ou opera um negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal, assumindo riscos e responsabilidades, inovando continuamente. Já para Drucker (1987) “o empreendedor é uma pessoa que vê mudança como norma e a explora como sendo uma oportunidade”. O desenvolvimento deste plano foi definido após a análise do mercado, e conhecendo as dificuldades para a contratação dos serviços, observou-se que apesar da grande demanda na oferta e procura de serviços, não há um meio específico onde estes bons profissionais possam oferecer seus serviços, e com a internet cada vez mais sendo utilizada a favor dos empreendedores, chegou-se à conclusão da necessidade do desenvolvimento deste aplicativo para alavancar e aquecer o mercado. De acordo com os dados levantados neste plano de negócios, mesmo em processo de desenvolvimento, demonstrou ser altamente rentável, pois identificou-se grande possibilidade de retorno financeiro.

Conclusão: Com a oportunidade identificada no mercado, e baseado no plano de negócios, percebe-se o grande potencial a ser explorado neste mercado. Foi possível ainda, identificar a possibilidade do aplicativo auxiliar este profissional liberal a ser inserido e reconhecido com rapidez no mercado, e irá ajudar o cliente na tomada de decisão, pois o aplicativo também possuirá avaliações de usuários que já usufruíram do serviço.

Referências

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A. **Metodologia científica**. São Paulo: Makron Books, 1996.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2004.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios**. São Paulo: Pioneira, 1987.

E-COMMERCE NEWS. **Número de profissionais autônomos cresce 10,5% diz IBGE**. Disponível em: <https://ecommercenews.com.br/noticias/pesquisas-noticias/numero-de-profissionais-autonomos-cresce-105-diz-ibge-veja-cinco-dicas-de-um-empreendedor/>. Acesso em: 21 ago.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing**: uma orientação aplicada. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

ANÁLISE DE VIABILIDADE ECONÔMICA DE UMA PRESTADORA DE SERVIÇOS AUTOMOTIVOS NA CIDADE DE BAURU COM APOIO DE UM PLANO DE NEGÓCIOS

Paloma Gomes Dias Reginato¹; Thalita Alves Feitosa²;

¹Aluna de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – paloma.gms@outlook.com;

²Aluno de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – thalitaalvesfeitosa@outlook.com;

Grupo de trabalho: ADMINISTRAÇÃO

Palavras-chave: Empreendedorismo, mecânica, manutenção, Express, serviços rápidos.

Introdução: Atualmente no Brasil, o mercado de serviços automotivos está cada dia mais deficitário, a população não consegue encontrar um serviço de qualidade e que tenha um prazo de entrega aceitável e justo. Esse mercado é amplo, porém, não é explorado e há tempos não se atualizou sendo considerado um mercado obsoleto. A maioria dos prestadores de serviço desta área ainda mantém pequenas oficinas, sem espaço, mão de obra desatualizada e sem sistemas adequados o que dificulta na hora de um diagnóstico, entrega de orçamento, possível requisição de peça e acarretando uma demora no conserto e conseqüentemente na entrega do veículo para seu proprietário. Com isso, gera-se uma grande insatisfação por parte dos consumidores que muitas das vezes se sente lesado e sem amparo na hora em que buscam um serviço rápido e com eficiência. Através do déficit observado, surgiu-se a necessidade de atuar nesse ramo para suprir a necessidade do consumidor no mercado atual, de maneira a ofertar um serviço inovador que seja rápido com excelência, agendamento de horário através do aplicativo, previsão de termino e valor tabelado, trabalhando com uma gama de serviços um pouco mais restrita para que se realize o mesmo de maneira mais ágil.

Objetivos: Elaborar um plano de negócios avaliando a viabilidade de abertura de uma prestadora serviço do ramo automotivo que visa agilidade, qualidade e pontualidade verificando qual a aceitação do público em relação a essa inovação quais os custos, gastos e qual o retorno esperado.

Relevância do Estudo: Levantamento realizado para evidenciar o quanto o ramo está cada dia pior, sem tecnologias e avanços e com isso se tem por objetivo criar um novo conceito para melhoria aos consumidores que tanto sofrem com essa situação quando se precisa de algum tipo de serviço.

Materiais e métodos: A metodologia utilizada neste estudo tem como alicerce na pesquisa do tipo qualitativa exploratória, no qual se utilizou de livros, materiais de internet, monografias e outras fontes que buscou retratar os problemas, causas e soluções de determinado tipo de liderança.

Resultados e discussões: De acordo com Dornelas (2005) empreendedor equiparasse ao administrador, pois compartilham de três características principais são elas: demandas, restrições e alternativas. Respectivamente demonstrando o que devera ser feito; fatores internos e externos da empresa limitando assim o que pode ou não ser feito, ao precisar tomar uma decisão terá o apoio de alternativas. Encontramos-se na era do empreendedorismo pois está sendo eliminada grandes barreiras comerciais e culturais, reduzindo distancias, globalizando e criando novos conceitos econômicos e assim gerando novas oportunidades de empregos. O empreendedorismo nos faz criar, pensar em

melhorias, realizar e renovar valores, não apenas para os proprietários e sim para todos aqueles que participam do projeto e aqueles que têm interesse no mesmo. No empreendedorismo temos que sabe equilibrar o risco com as oportunidades potenciais, e sempre nos lembra de que ele não é um meio para nós conseguir dinheiro rápido, e sim, uma proposta de renovação contínua. Chiavenato (2005) acredita que existem três características básicas para se identificar o espírito empreendedor; sendo elas: Necessidade de realização, disposição para assumir riscos e autoconfiança que consistem em ter a necessidade de um empreendedor em ter diferentes exigências individuais e com isso se incentivam a alcançar grandes objetivos através de sua necessidade de realização pessoal. O plano de negócio é aquilo que fará com que a ideia se torne algo concreto e seja possível verificar se existe viabilidade e buscar mais informações com detalhes sobre o ramo, os produtos e serviços que serão ofertados aos clientes e com isso também descobrirão quais são os pontos fortes e fracos do negócio. É utilizado para encontrar quais são os riscos, os erros, futuros problemas e restringi-los no pape, realizando inúmeras e necessárias simulações antes que o negócio seja lançado no mercado.

Conclusão: Atualmente surgem novos empreendedores a cada momento, o sonho do próprio negócio está abrangendo cada dia mais o número de pessoas, quem se destaca e consegue alcançar o objetivo é capaz de lucrar e obter satisfação própria ao criar e fazer algo em que tem afinidade e gosta. Dados, entrevistas e experiências pessoais comprovam que o ramo automotivo está cada dia mais ultrapassado, deixando sempre a desejar o que ocasiona nas pessoas certo estresse e desconforto na hora de realizar serviços simples. O tempo de espera é grande, não tem facilidades, é tudo muito informal e sem perspectivas. Na cidade de Bauru, percebe-se que como na maioria da região isso não muda, esse ramo também segue sem crescimento e desenvolvimento. A empresa em questão vai disponibilizar de comodidades que outros centros automotivos não oferecem.

Referências

- DORNELAS, J.C.A., **Empreendedorismo: Transformando Idéias em Negócios**. – 2ª Ed. – Rio de Janeiro: Campus, 2005.
- CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo dando asas ao espirito empreendedor**. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2005.
- CHIAVENATO, Idalberto; SAPIRO, Arão. **Planejamento Estratégico: fundamentos e aplicações**. 1. ed. 13º tiragem. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- GIL, A.C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1991.
- DORNELAS, J.C. **Empreendedorismo transformando ideias em negócios**. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 2012

HOLDING EMPRESARIAL – ABORDAGEM DE RESULTADO: PATRIMONIAL, TRIBUTARIA E SUCESSÓRIA

Guilherme Augusto Sanches¹; Carlos Henrique Carobino²

¹ Aluno Pós-graduando em Auditoria, Controladoria e Finanças pela Faculdade Integradas de Bauru (FIB) Bauru. 2019. Email: glh.sanches@hotmail.com

² Orientador Professor e coordenador Pós graduação FIB. Email: carobino@bol.com.br

Grupo de trabalho: Auditoria, Controladoria e Finanças

Palavras-chave: *Holding*. Gestão patrimonial. Planejamento tributário. Sucessão patrimonial.

Introdução: O sistema tributário brasileiro é amplo, complexo e embasado em inúmeras regras e suas derivações legislativas, e por consequência, os empresários possuem dificuldades em acompanhar tantas mudanças que ocorrem cotidianamente.

Uma das ferramentas pouco conhecidas pela sociedade para um planejamento tributário, sucessório e de gestão, é a constituição de uma empresa com a atividade de “ *Holding* ”. *Holding* , segundo Mamede e Mamede 2018 p.14, é uma sociedade que detém participação societária em outra ou de outras sociedades que tenha sido constituída exclusivamente para isso, ou não, dependendo do objetivo em que ela foi criada.

Objetivos: O objetivo geral do presente estudo é o planejamento tributário no processo de sucessão patrimonial de uma holding e os benefícios que podem trazer a um empresário se traçado uma estratégia correta.

Relevância do Estudo: Os motivos que justificam o presente estudo é a economia de impostos e minimizar os riscos do patrimônio individual do empresário.

Materiais e métodos: Utilizou-se como metodologia a revisão bibliográfica seletiva, associado a estudo de caso baseando-se também em exemplificações práticas do cotidiano que envolve o segmento de uma *Holding* Empresarial no contexto tributário e sucessório.

Resultados e discussões: Para a constituição da empresa com a finalidade de *holding* familiar, normalmente constitui-se a empresa com as atividades de administração de bens próprios e de terceiros e recebimento de alugueis. Quando ocorre a abertura da empresa com essas atividades específicas, pode-se optar por qualquer tipo societário, visto que as atividades da empresa são uma característica da sociedade, e não um tipo específico de sociedade. No que tange a natureza jurídica e o tipo societário de uma *holding* , Jungbluth e Fries (2014, p. 214) afirmam que a mesma pode ser sociedade contratual ou estatutária, simples ou empresária, podendo adotar todas as formas de sociedade, com exceção de sociedade cooperativa, pois não atende as finalidades e características do cooperativismo. Depois de análise feita, foi definido que a empresa seria constituída como uma sociedade simples limitada, que o site Dicionário Financeiro informa que “a sociedade simples limitada acontece quando a responsabilidade por parte de cada sócio não atinge seus patrimônios pessoais, e neste caso, os sócios investem a partir do capital social do negócio” (2019). Foi escolhido como melhor estratégia depois dos cálculos feitos a constituição da empresa no Lucro Presumido, que segundo CHC Advocacia,

Como o próprio nome sugere, nesse regime, a Receita Federal realiza uma presunção de lucro da empresa, no que diz respeito à aplicação

dos tributos federais. Ou seja, não é realmente o quanto ela lucra, mas sim uma estimativa desse valor (CRUZ, 2018).

Os números hipotéticos levantados pelo empresário “A”, nas simulações realizadas, evidencia-se como melhor opção a constituição da empresa optante ao regime tributário do Lucro Presumido, com economia tributária na ordem de R\$ 41.925,00 frente a uma empresa optante pelo regime do Lucro Real, enquanto a economia é de R\$ 175.903,18 quando comprado a pessoa física, que é sua atual opção de escolha, além das vantagens pela redução substancial do tempo para solução do inventário que pode ser reduzido de até 5 anos para cerca de 60 dias..

Conclusão: A constituição da holding é viável para o estudo de caso do empresário “A”, porém, existem riscos burocráticos a serem assumidos na constituição de uma empresa com essa natureza jurídica que necessitam ser observados, bem como pela complexidade do modelo estudado, salienta-se que deve-se ser avaliado essa adoção considerado a individualização de caso situação em concreto.

Referências:

CRUZ, C. H. CHC Advocacia. **LUCRO PRESUMIDO: CONHEÇA AS PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DESSE REGIME DE TRIBUTAÇÃO**. 20 jul. 2018. Disponível em: <<http://chcadvocacia.adv.br/blog/lucro-presumido/>>. Acesso em: 10 jan. 2019.

FINANCEIRO, dicionário. SOCIEDADE SIMPLES. 2019. Disponível em: <<https://www.dicionariofinanceiro.com/sociedade-simples/> > Acesso em 06 jan. 2019.

JUNGBLUTH,C.; FRIES, L. N. **HOLDING COMO ESTRATÉGIA DE NEGÓCIOS FAMILIAR**. 2015. 28f. Artigo Científico (Graduação em Ciências Contábeis) - Faculdades Integradas de Taquara. Rio Grande do Sul, 2015.

MAMEDE, G; MAMEDE, E. C. **HOLDING FAMILIAR E SUAS VANTGENS**. Planejamento Jurídico e Econômico do Patrimônio e da Sucessão Familiar. 10ª Edição. São Paulo. 2018.

YIN, R. K. **ESTUDO DE CASO: PLANEJAMENTO E MÉTODOS**. 3ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2005. MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. *Técnicas de pesquisa*. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 1999.

PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO: ESTUDO COMPARATIVO DOS IMPACTOS TRIBUTÁRIOS FISCAIS – IRPJ E CSLL EM EMPRESA OPTANTE PELO LUCRO REAL

Matheus Henrique Akatuti Colaço¹; Carlos Henrique Carobino²

¹Aluno do Curso de Pós-graduação em Auditoria, Controladoria e Finanças – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – mais.matheus@hotmail.com;

²Professor e Coordenador do Curso de Pós-graduação em Auditoria, Controladoria e Finanças – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – carobino@bol.com.br.

Grupo de trabalho: PÓS GRADUAÇÃO EM AUDITORIA, CONTROLADORIA E FINANÇAS

Palavras-chave: Planejamento Tributário. Tributos. Lucro Real. Contador.

Introdução: O presente estudo tem como escopo demonstrar por instrumento comparativo próprio os impactos tributários fiscais – Imposto de Renda Pessoa Jurídica (IRPJ) e Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL) em empresa optante pelo lucro real. Nesse contexto, utiliza-se exemplo prático de tributação, conforme o regime tributário do lucro real, com a finalidade de demonstrar formas de minimizar gastos com tributos (IRPJ e CSLL), analisando e realizando tomadas de decisões adequadamente, através dos resultados apresentados, visando tornar uma organização competitiva e altamente qualificada para o mercado de trabalho.

Objetivos: O objetivo principal do presente artigo é demonstrar por meio de estudo comparativo, ao amparo da legislação vigente sobre o assunto, os efeitos fiscais da opção pelo regime tributário Lucro Real frente ao regime do Lucro Presumido, especificamente envolvendo os tributos IRPJ e a CSLL.

Relevância do Estudo: Busca-se alternativas na busca de redução dos impactos tributários, visando tornar uma organização competitiva e altamente qualificada para enfrentar os riscos no mercado atual perante a evolução rápida da tecnologia em virtude das necessidades das empresas.

Materiais e métodos: Pesquisa bibliográfica e estudo de caso comparativo em uma empresa prestadora de serviço com a simulação de dados hipotéticos pelo regime tributário Lucro Presumido frente ao regime do Lucro Real.

Resultados e discussões: O planejamento tributário pode ser como uma ferramenta estratégica, utilizada pelas empresas que visam reduzir os seus impostos. Através de procedimentos legais é uma maneira de analisar os fatos, tratá-los da melhor forma e buscar métodos para onerar menos as empresas. (SILVA, 2017). Pode-se afirmar que o planejamento tributário é uma atividade empresarial preventiva, que possui como base fatos tributáveis e seus efeitos, comparando os resultados prováveis, de acordo com os procedimentos possíveis, com a finalidade de atingir os objetivos organizacionais. (OLIVEIRA; GONÇALVES, 2013). O planejamento tributário começa a partir da abertura de uma empresa, onde o conhecimento e a experiência do contador vão além do conhecimento técnico para melhor orientar o empresário. Vários pontos interferem nos tributos de uma empresa, tais como a cidade, a localização, o setor econômico escolhido, se será sociedade, qual o valor investido, como será o financiamento, se será capital próprio ou de terceiros, captação de recursos, fornecedores e clientes, distribuição do resultado, preços praticados, gerenciamento de estoque de compra e venda, capital de giro, fatores internos e externos atingem diretamente uma empresa, inclusive o setor econômico do país.

(REZENDE, 2010). Apresenta-se dados hipotéticos anuais simulados de uma empresa prestadora de serviços com faturamento de R\$ 3.500.000,00, folha de pagamento de R\$ 340.000,00, compra de materiais utilizados na prestação de serviço de R\$ 1.000.000,00, despesas operacionais de R\$ 1.960.000,00, obtendo um lucro contábil de R\$ 200.000,00.

A prestadora de serviços optante pelo Lucro Presumido pagará a quantia total de tributos de R\$ 356.800,00. Sendo o valor de IRPJ R\$ 256.000,00 e CSLL R\$ 100.800,00. No Lucro Real, a empresa pagará o total de R\$ 48.000,00. Sendo o valor de IRPJ R\$ 30.000,00 e CSLL R\$ 18.000,00. Claramente o Lucro Real é mais vantajoso em relação ao Lucro Presumido devido a uma economia financeira no valor de R\$ 308.800,00. Com a opção do Lucro Real a empresa consegue maior economia fiscal. A diferença entre valores pagos é considerável, e possivelmente alcançada com o planejamento tributário.

Conclusão: Por meio de simulações com exemplos práticos, foi possível demonstrar as formas de redução de impostos baseado nos regimes tributários vigentes atualmente no Brasil. É essencial que o contador exerça sempre uma atuação de destaque como assessor do gestor empresarial em suas tomadas de decisões, quando o assunto é contábil financeiro, para tanto devem esses profissionais da contabilidade, desenvolverem suas competências próprias, para que consigam de maneira efetiva contribuir com a economia de tributos e com os resultados organizacionais positivos. Associado a isso, é essencial que a empresa mantenha na gestão contábil e financeira da organização uma equipe de colaboradores qualificados e com o potencial para dirigir e controlar com eficiência os diversos fatores de risco potenciais no cotidiano empresarial. Nesse contexto, o contador e o gestor organizacional devem se utilizar sempre que possível do Planejamento Tributário como forma legal de economia fiscal. Os cenários simulados com dados hipotéticos apresentados no presente estudo permitem afirmar pelas evidências obtidas no quadro 3, que a economia financeira obtida e efetiva, gera impactos positivos no resultado do negócio, devendo sempre que possível ser observada. Por fim, destaca-se que os objetivos traçados no estudo foram atingidos na sua totalidade, destacando-se que os comparativos foram realizados com dados hipotéticos, tornam-se relativos, que associado a complexidade do tema deve ser avaliada de forma individualizada de acordo com a realidade de cada empresa. Destaca-se ainda que o presente estudo não se esgota, mas deve servir de subsídio e motivação para futuros trabalhos direcionados ao mesmo tema.

Referências

- OLIVEIRA, Rodrigo Rios Faria de; GONÇALVES, Marina. **A importância do planejamento tributário para as empresas**. Revista Científica E-locação. 3. ed. Extrema: Revista da FAEX, 2013. Disponível em: <https://faex.edu.br/_arquivos/_revistas/496047001371674179_3.pdf>. Acesso em: 23 nov. 2018.
- REZENDE, Amaury José; PEREIRA, Carlos Alberto; ALENCAR, Roberta Carvalho de. Contabilidade tributária. Entendendo a Lógica dos Tributos e seus Reflexos sobre os Resultados das Empresas. 2. ed. São Paulo: Editora ATLAS S.A., 2010.
- REZENDE, Amaury José: **Entrevista sobre a palestra Panorama tributário brasileiro**. Entrevista concedida ao Grupo Simus, 2010. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=tO6zu3fYpAk>>. Acesso em: 02 nov. 2018.
- SILVA, Franciscélia Cabral da. **Planejamento tributário em empresas do lucro real, lucro presumido e simples nacional**. Uberlândia: 2017. Disponível em: <<http://repositorio.ufu.br/bitstream/123456789/19324/1/PlanejamentTributarioEmpresas.pdf>>. Acesso em: 23 nov. 2018.
- SILVA, J. Miguel; RODRIGUES, Agostinho Inácio. **LALUR**. Guia Prático de Escrituração do Livro de Apuração do Lucro Real. 4ª Edição. São Paulo: Cenofisco, 2006.

OS IMPACTOS TRIBUTÁRIOS NA FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA BASEADO EM CUSTOS ABORDAGEM CONCEITUAL

Débora Cristina Ferreira da Silva Rodrigues¹; Maiara Pereira de Almeida²; Carlos Henrique Carobino³;

¹Aluna de Pós-graduação em Auditoria, Controladoria e Finanças – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – maiara_maya@hotmail.com;

²Aluna de Pós-graduação em Auditoria, Controladoria e Finanças – Faculdades Integradas de Bauru – FIB debora.cfsr@gmail.com;

³Professor Mestre – Faculdades Integradas de Bauru – FIB - carobino@bol.com.br.

Grupo de trabalho: PÓS-GRADUAÇÃO LATO SENSU EM AUDITORIA, CONTROLADORIA E FINANÇAS.

Palavras-chave: Gestão Tributária. Custos. Preço de Venda.

Introdução: O mercado de trabalho está cada vez mais competitivo, as empresas têm buscado maior conhecimento e aplicação dos conceitos de gestão econômico-financeira. Partindo deste pressuposto, uma das áreas que têm demonstrado maior reflexo e que apresenta um alto nível de dificuldade para avaliação e decisão por parte do empresariado em geral é o da formação do preço final de venda. É de fundamental importância que a empresa tenha o conhecimento e desenvolva metodologia própria para apuração dos seus custos de aquisição e produção, visto que o Brasil possui uma carga tributária muito elevada e complexa.

Objetivos: O objetivo principal deste artigo é tratar a forma como os impostos de uma maneira geral influenciam na formação do preço de venda dos produtos. Como objetivos específicos podem ser consideradas as necessidades de buscas de alternativas a fim de viabilizar os negócios, visto que a grande maioria dos gestores notam que os tributos incidentes sobre as operações empresariais compõem uma parte significativa dos seus custos inerentes.

Relevância do Estudo: O preço de venda sofre impactos significativos decorrentes das incidências tributárias nas operações de vendas, pois o preço de venda deve ser fixado por um valor superior ao de seu custo de produção ou aquisição, onde as empresas transferem para seu consumidor o ônus da incidência dos tributos.

Materiais e métodos: Apresenta-se como metodologia do artigo a natureza teórica e qualitativa, mediante abordagem teórico-conceitual fundamentada em pesquisa bibliográfica seletiva, com apoio dos princípios de Marconi; Lakatos (2010), junto às fontes impressas e eletrônicas especializadas e que contribuiu para a fundamentação.

Resultados e discussões: Atualmente as empresas buscam incessantemente reduzir custos e despesas diante do mercado competitivo, o que tem provocado nas organizações buscar alternativas para resolver estes pontos de conflito, passando até mesmo reduzir o preço de venda, para melhoria de sua competitividade.

Assim, para que a formação do preço de venda esteja, é necessário um conhecimento aprofundado e acompanhamento exigente das incidências tributárias sobre as vendas, assim como os tributos que possam ser recuperados, estudando pormenorizadamente as legislações específicas, e dependendo da opção tributária da empresa adquirente e também de seus fornecedores, existem diferentes possibilidades quanto a recuperar tributos. Esse procedimento diz respeito às atividades compreendidas no

conceito de Planejamento Tributário. Por fim, conclui-se que quando se avalia as características comerciais e de receita acumulada, a formação do preço de venda é benéfica para a empresa, quando optante pelo Simples Nacional. Embora não possa recuperar tributos quando da aquisição de mercadorias, ela estabelece percentual menor do que os tributos incidentes sobre a venda. Com isso, o preço final fica relevantemente menor do que nas opções Lucro Real e Lucro Presumido, permitindo maior capacidade de competir no mercado que atua. Destaca-se que para uma empresa de ramo comercial, que tem como custo de aquisição o valor do produto mais os tributos, é importante realizar um estudo mais aprofundado para que se realize a melhor opção tributária dependendo da atividade da empresa, visto que dependendo da opção pode-se aproveitar-se do crédito fiscal para um melhor resultado no final do período de suas atividades, reduzindo legalmente a carga tributária incidente. Por fim, cada empresa deve ser analisada individualmente, sob a ótica econômica e financeira, dependendo do segmento em que está enquadrada, dentre outros elementos essenciais de análise, visto que a opção tributária determina os resultados a serem obtidos no âmbito de resultados finais.

Conclusão: Considera-se que os impactos na formação do custo de aquisição e também formação do preço de venda devem ser tratados como pontos de estratégia pelas empresas, pois até mesmo pequenas alterações nos custos provocam em muitas situações grandes impactos no preço de venda e, por consequência, na capacidade competitiva das mesmas.

Referências:

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado, 1988.

BRUNI, A. L.; FAMÁ, R. **Gestão de custos e formação de preços:** com aplicações na calculadora HP. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2012.

BRASIL. Código Tributário (1966). **Código Tributário Nacional**. Brasília, DF: Senado, 1966.

MARCONI, M. da; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa**. 7ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MEGLIORINI, E. **Custos: análise e gestão**. 3. ed. São Paulo: Makron Books, 2012.

O PROCESSO DE AVALIAÇÃO NA GESTÃO DE PESSOAS: CONCEITO, IMPORTÂNCIA E METODOS

Claudia Cavalcante Zumiani¹; Fabiane Eloy Ferreira²; Maria Inês Scurachio Sales³

¹Aluna do curso de Pós-graduação Gestão Integrada- Pessoas e Sistemas de Informação- Faculdades Integradas de Bauru – FIB – claudia_zumiani@hotmail.com

²Aluna do curso de Pós-graduação Gestão Integrada- Pessoas e Sistemas de Informação- Faculdades Integradas de Bauru – FIB – fabiane.e.ferreira@hotmail.com

³Professora do Curso de Pós-graduação Gestão Integrada- Pessoas e Sistemas de Informação- Faculdades Integradas de Bauru – FIB - mariasales1@mail.com

Grupo de trabalho: Curso de Pós-graduação Gestão Integrada: Pessoas e Sistemas de Informação. - FIB Bauru.

Palavras-chave: gestão de pessoas, avaliação de desempenho, métodos de avaliação.

Introdução: No mercado atual, as organizações se veem forçadas a revisar não somente suas estratégias e tecnologias, mas também o modo de gestão de maneira geral para se tornarem cada vez mais competitivas e conseguirem agregar valor em seus produtos e serviços. Nestas mudanças se incluem uma nova visão para com a gestão de pessoas, incluindo suas formas de avaliação para alinhar as necessidades da empresa com a de seus colaboradores. Os processos de avaliação na gestão de pessoas propõem um novo modelo organizacional, integrando competência, desempenho e desenvolvimento. Este estudo, por meio de pesquisa bibliográfica, buscou mostrar os principais modelos de avaliação na gestão de pessoas e a importância dos mesmos, principalmente a avaliação de desempenho.

Objetivos: discutir sobre o conceito, a importância e os modelos do processo de avaliação de desempenho na Gestão de Pessoas.

Relevância do Estudo: Este estudo justifica-se em virtude de ser a Avaliação de Desempenho um processo essencial na Gestão de Pessoas. A literatura e a prática mostram que as avaliações de desempenho vão além da compreensão errônea sobre ser uma verificação se as pessoas estão fazendo um bom trabalho. São instrumentos que fornecem subsídios a todas as atividades da área de Recursos Humanos: decisões de remuneração, carreira, planejamento de pessoas e, principalmente, o desenvolvimento dos colaboradores.

Materiais e métodos: Quanto aos objetivos, tratou-se de pesquisa exploratória, que segundo Lakatos; Marconi (2011), são investigações empíricas que têm por objetivo formular questões ou problemas com as seguintes finalidades: desenvolver hipóteses, clarificar e modificar conceitos e, com vistas à uma futura pesquisa, aumentar a familiaridade com um ambiente, fato ou fenômeno. Na forma de pesquisa bibliográfica, envolveu a literatura especializada nacional e internacional, com busca e identificação da bibliografia efetuadas em fontes secundárias, impressas e eletrônicas, num período retrospectivo de dez anos. O ambiente da pesquisa ou seu universo foi a literatura especializada sobre o tema Avaliação de Desempenho e a população de interesse, o corpus de documentos selecionados junto ao universo da pesquisa, considerados os mais representativos e pertinentes, além de artigos de revistas especializadas no assunto e sites relacionados. Foi utilizada a análise descritiva e os dados coletados foram apresentados textualmente.

Resultados e discussões: Segundo França (2010) a gestão de pessoas é a soma alinhada dos esforços humanos nas áreas estratégicas, de gerenciamento e de produção, com vistas a atingir os objetivos individuais e organizacionais. Neste sentido, considera-se a busca em aliar os interesses da organização com os de seus colaboradores, de forma que estes se desenvolvam e alcancem objetivos individuais relacionados direta ou indiretamente aos da organização, realidade que se válida por meio da Avaliação do Desempenho. Pontes (2010, p. 26) define avaliação de desempenho como “sendo um método que visa, continuamente, estabelecer um contrato com os funcionários referente aos resultados desejados pela organização, acompanhar os desafios propostos, corrigir os rumos, quando necessário, e avaliar os resultados conseguidos”. Já Snell; Bohlander (2009, p. 298) a definem como “um processo [...] projetado

para ajudar os funcionários a compreenderem as funções, seus objetivos, suas expectativas e o sucesso em seu desempenho”. O processo de avaliação de desempenho deve ter como base o planejamento estratégico da organização. Dentre os **métodos tradicionais de avaliação** tem-se (CHIAVENATO, 2014): 1. **escalas gráficas (avalia** por meio de fatores de avaliação pré-definidos, numa tabela com duas entradas - as linhas são os fatores de avaliação e as colunas os graus de avaliação). 2. **Escolha forçada** (blocos de frases descritivas, com foco em aspectos do comportamento. Cada bloco possui duas, quatro ou mais frases e o avaliador deve escolher forçosamente uma ou duas das opções). 3. **Classificação alternada** (lista com os funcionários com melhor e pior desempenho no setor ou tarefa a ser realizada, alternando entre o melhor e o pior até que todos tenham sido colocados). 4. **Comparação entre pares** (todos os funcionários são comparados uns com os outros, sendo classificado com uma nota maior ou menor que os demais. No final soma-se o número de vezes em que foi considerado melhor que os demais). 5. **Pesquisa de campo (formada por:** a) Classificação geral de desempenho-ótimo, bom, regular ou ruim; b) Análise do desempenho junto ao líder de setor; c). Plano de ação (definem-se as atitudes que serão tomadas em relação ao colaborador; sejam estas orientações, treinamentos, etc., e até mesmo o desligamento da empresa.; d) Entrevista de Avaliação (comunicação ao funcionário o plano de ação traçado); e) Conclusão geral da avaliação. 6. **Método dos incidentes críticos** (registram-se exemplos excepcionalmente bons ou indesejáveis dos comportamentos de trabalho de um funcionário e revisa-se esse registro com esse funcionário em períodos determinados. 7. **Listas de verificação - check list** de fatores para cada funcionário. 8. **Escala comportamental** - combina os benefícios do método narrativo dos incidentes críticos e das classificações quantitativas- usa exemplos narrativos específicos de bons e maus desempenhos para ancorar uma escala quantificada.

São métodos contemporâneos de avaliação: 1. **Avaliação participativa por objetivos (APPO)-** a) formulação de Objetivos Consensuais; b) comprometimento pessoas quanto ao alcance dos objetivos conjuntamente formulados; c) negociação com o gerente sobre a alocação dos recursos e meios necessários para alcance dos objetivos; d) desempenho, demonstra o comportamento do colaborador no sentido de efetivar o alcance dos objetivos; e) constante monitoração dos resultados e comparação com os objetivos formulados; f) retroação intensiva e continua avaliação conjunta. 2. **Avaliação por competências** - identifica nos colaboradores o que eles efetivamente entregam para a organização- competências técnicas e comportamentais que tragam resultados para a organização, que contribuam com o crescimento da empresa com o comprometimento para a entrega individual, focando nos resultados e aumentando a complexidade de suas ações.

Conclusão: Para implantar uma Avaliação de Desempenho deve-se ter o entendimento do que será avaliado e a forma de avaliação, traçar os objetivos e metas, para que, no momento da avaliação o colaborador saiba de forma clara o que atingiu e o que é preciso melhorar para atingir seus objetivos e melhorar seu desempenho. Os prós e os contras de cada método devem ser bem avaliados para que o método a ser escolhido proporcione o melhor acompanhamento do processo de trabalho e forneça *feedback* constante, para que se alinhem os objetivos da empresa e ações dos funcionários, em busca de um objetivo em comum.

Referências

- CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas:** o novo papel dos recursos humanos nas organizações. 4 ed. São Paulo: Manole, 2014.
- FRANÇA, Ana Cristina Limongi. **Práticas de recursos humanos** – PRH: conceitos, ferramentas e procedimentos. São Paulo: Atlas, 2010.
- LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. Metodologia científica. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2011.
- PONTES, B. R. **Avaliação de desempenho-** Métodos Clássicos e Contemporâneos, Avaliação por Objetivos, Competências e Equipes. 12 ed. São Paulo: LTr, 2014.
- SNELL, S.; BOHLANDER, G. **Administração de Recursos Humanos.** Traduzido por: Maria Lúcia G. L. Rosa e Solange Aparecida Visconti. São Paulo: Cengage Learning, 2009.

COMPROMETIMENTO ORGANIZACIONAL: INTERFACES E ESPECTROS ENTRE LIDERANÇAS, INTELIGENCIA EMOCIONAL E DIFERENTES GERAÇÕES

¹Karina Monteiro Calderaro Brambila. ² Fernando Jorge de Castro Ramos. ³Maria Inês Scurachio Sales

¹Aluna do curso de Pós-graduação Gestão Integrada- Pessoas e Sistemas de Informação- Faculdades Integradas de Bauru – FIB – karinamcb@unimedbauru.com.br

²Aluno do curso de Pós-graduação Gestão Integrada- Pessoas e Sistemas de Informação- Faculdades Integradas de Bauru – FIB – fernando.jc.ramos@gmail.com

²Professora do Curso de Pós-graduação Gestão Integrada- Pessoas e Sistemas de Informação- Faculdades Integradas de Bauru – FIB - mariasales1@mail.com

Grupo de trabalho: Curso de Pós-graduação Gestão Integrada: Pessoas e Sistemas de Informação. - FIB Bauru.

Palavras-chave: Inteligência Emocional. Comportamento Organizacional. Gerações. Liderança.

Introdução: O comportamento organizacional apresenta-se em evidência, principalmente com relação à presença das diferentes gerações de profissionais no mesmo ambiente de trabalho. A atuação dos líderes, tanto tecnicamente como com relação à inteligência emocional, é essencial, de forma que a integração entre as gerações minimize fragilidades e, por consequência, agregue às organizações novas forças. Neste contexto, três aspectos foram destacados como objeto de estudo para a composição deste artigo, sob a perspectiva da gestão de pessoas: as diferentes gerações que compõem o perfil estrutural de uma organização, a liderança, como portadora de competências e capacidade de influência nas ações e na administração comportamental e a inteligência emocional a permear as relações interpessoais.

Objetivo: Apresentar um cenário no contexto da Gestão de Pessoas por meio da discussão de aspectos do comprometimento das gerações dentro das organizações, e a importância da inteligência emocional no desenvolvimento das lideranças.

Relevância do Estudo: Apesar de inúmeros avanços nos estudos referentes ao tema comprometimento organizacional ao longo do tempo, ainda se faz necessária a continuidade das investigações, dado o dinamismo com que evoluem os próprios processos organizacionais. A presença de diferentes gerações nas organizações demanda que as lideranças estejam preparadas para lidar com os desafios que esta realidade apresenta, com as diferentes características e motivações, em busca de comprometimento que gere resultados pessoais e organizacionais, em um clima organizacional saudável. Para isso, torna-se imprescindível que os líderes tenham inteligência emocional.

Materiais e métodos: pesquisa bibliográfica do tipo exploratório-explicativa. A pesquisa bibliográfica, segundo Gil (2008) corresponde ao levantamento, seleção, documentação e material já elaborado a partir de bibliografia já publicada 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. Por se tratar de uma pesquisa de cunho teórico, o ambiente da pesquisa ou seu universo é a literatura especializada sobre comportamento humano nas organizações e a convivência entre as diversas gerações, obrigando o líder buscar a conciliação de suas expectativas para o bom relacionamento interpessoal e o desenvolvimento da sua equipe.

Resultados e discussões: O comportamento organizacional é um campo de estudos que investiga os impactos e as influências que indivíduos, grupos e estrutura têm sobre o comportamento dentro das organizações com o propósito de utilizar este conhecimento para melhorar a eficácia organizacional (ROBBINS; JUDGE; SOBRAL, 2010). Inserido neste contexto encontra-se o comprometimento organizacional que, de acordo com Demo (2012, p. 140) é proveniente da categoria “contratos psicológicos entre organização e empregados. Sabe-se que as pessoas se comprometem de formas diferentes em função da singularidade

de cada sujeito. Nas organizações encontram-se profissionais de diferentes gerações (Veteranos, *Baby Boomers*, Geração X, Geração Y e Geração Z), com características distintas, fator que influencia no comprometimento com o trabalho. Para Oliveira (2012) a maneira mais adequada de se identificar a geração leva em consideração os acontecimentos socioculturais que afetam e definem o futuro dos mais jovens, além de aspectos comportamentais. Diante desse panorama, surge o desafio de capacitar líderes que consigam uma boa comunicação, uma excelente relação interpessoal e que mantenham a equipe com foco, motivada e comprometida (CATHO, 2017). A atuação do líder frente às diferentes gerações impacta diretamente nos resultados almejados pela organização, visto que, cada geração relaciona-se de forma diferente com o trabalho. Líderes fazem o necessário para ajudar os membros a melhorar seu desempenho no trabalho, mas também têm que lidar com as emoções do grupo. A expressão das emoções dos líderes nos discursos é o elemento crítico para que os outros aceitem ou rejeitem sua palavra e suas orientações. Para Goleman (2012) a inteligência emocional está ligada à forma com que cada indivíduo consegue agir e se comportar diante de suas próprias emoções. Para os líderes, ter inteligência emocional para saber gerir as próprias emoções facilitará a percepção do comportamento de cada pessoa da sua equipe, quando passa a entender o significado de cada emoção e de como ela pode afetar seu desenvolvimento. Sendo assim, destaca-se a importância da inteligência emocional do líder, para facilitar a percepção do comportamento e da velocidade de trabalho de cada pessoa da equipe, para auxiliar nas relações interpessoais, na motivação dos liderados, na distribuição de tarefas, no aproveitamento dos talentos. Para tanto, líderes devem desenvolver os 5 pilares da inteligência emocional: autoconsciência, autocontrole emocional, automotivação, reconhecimento das emoções em outras pessoas (empatia) e relacionamentos interpessoais. A atuação do líder é fundamental para que a designação correta, no tempo correto, e com as ferramentas corretas sejam determinantes plausíveis para que se alcancem objetivos organizacionais e pessoais desejados.

Conclusão: A flexibilização e a constante busca por formas de destacar os talentos das diversas gerações presentes nas organizações se faz constante. Há um determinado padrão de comportamento em cada geração, e, uma vez identificados, darão aos líderes meios de buscar e encontrar em cada indivíduo, ou grupo de indivíduos, aspectos que levem aos objetivos organizacionais e pessoais almejados. A percepção do líder e o desenvolvimento da inteligência emocional, principalmente no sentido do reconhecimento de suas próprias emoções, para então compreender a de seus liderados, desenvolvendo empatia e relações interpessoais saudáveis torna-se fundamental para lidar com as diferentes gerações, em busca de resultados que atendam à demanda da organização, às expectativas pessoais dos líderes e dos liderados.

Referências

CATHO. **A chegada da geração Z no mercado de trabalho**. Disponível em: <<https://www.catho.com.br/carreira-sucesso/noticias/a-chegada-da-geracao-z-no-mercado-de-trabalho>>. Acesso em: 12 nov. 2017.

DEMO, Gisela et al. Políticas de Gestão de Pessoas nas Organizações: Estado da Arte, Produção Nacional, Agenda de Pesquisa, Medidas e Estudos Relacionais. São Paulo: Atlas, 2012.

GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GOLEMAN, D. **Inteligência emocional**: a teoria revolucionária que redefine o que é ser inteligente. Rio de Janeiro: Objetiva, 2012.

OLIVEIRA, S., **Jovens para sempre**. São Paulo: Editora Integreare, 2012.

ROBBINS, Stephen Paul; JUDGE, Timothy; SOBRAL, Felipe. Comportamento organizacional: teoria e prática no contexto brasileiro. 14. ed. São Paulo: Pearson, 2010.