

## ESTUDO DE VIABILIDADE DE UM ESPAÇO DE BELEZA MÓVEL NA CIDADE DE BAURU COM O APOIO DE UM PLANO DE NEGÓCIO

Caroline Felicidade da Silva Braz<sup>1</sup>; Sofia de Mattos Alves<sup>2</sup>; Tatiene Martins Coelho<sup>3</sup>; Clemliton Luis Bassetto<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Aluna de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – sofia07\_mattos@hotmail.com;

<sup>2</sup>Aluno de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB carolbraz12@yahoo.com.br;

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

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

**Grupo de trabalho:** ADMINISTRAÇÃO

**Palavras-chave:** empreendedorismo, beleza, estética, autoestima;

**Introdução:** Assim como ao ofertar determinado produto no mercado, na oferta de um serviço também há a necessidade da utilização de ferramentas eficazes para se diferenciar diante da competitividade causada pela vasta opção de ofertantes dentro de um mesmo segmento. Andreasi (2015) enfatiza que os clientes estão cada vez mais, exigindo produtos que não sejam complicados, que possuam várias funções, porém de fácil assimilação e manuseio. Com os consumidores se tornando cada vez mais exigentes, juntamente com as normas e regulamentos que prezam pela qualidade daquilo que eles irão adquirir, é estabelecida uma "corrida", onde os participantes necessitam desenvolver habilidades para que consigam entregar aquilo que o mercado consumidor exige. De acordo com o SEBRAE/MG (2009), a correria e a multiplicidade de tarefas do dia a dia acarretaram no aumento na busca por serviços rápidos. Oferecer serviços de qualidade no tempo esperado pelo cliente tornou-se o grande desafio dos empreendimentos de beleza.

Ao longo dos últimos anos, cada vez mais pessoas têm se profissionalizado na área da beleza e da estética, chegando até mesmo a serem criadas escolas profissionalizantes para estes segmentos. Borbas e Thieves (sd) dizem que, na atualidade, a melhora da autoestima depende de um fator determinante, que é o bem-estar físico e mental, que pode ser encontrado em tratamentos estéticos e terapias relaxantes. O estudo a seguir trata-se do desenvolvimento de um espaço de beleza móvel, que tem por objetivo, oferecer serviços de estética às mulheres da cidade de Bauru, com o diferencial de que elas não precisem se deslocar até um local específico, podendo os procedimentos serem ou não agendados previamente, sendo executados por profissionais altamente capacitados, submetidos a treinamentos voltados ao atendimento ao consumidor e também à padronização de serviços. Entretanto, algumas questões são de grande relevância para a concretização do negócio, como a análise da viabilidade da implantação do projeto frente ao retorno esperado, assim como a aceitação dos futuros consumidores, já que se trata de um projeto que demanda um investimento inicial alto, sem uma previsão garantida de retorno.

**Objetivos:** Analisar o nível de aceitação do potencial público consumidor do setor de beleza e estética, bem como definir a viabilidade do negócio.

**Relevância do Estudo:** Na sociedade atual, a preocupação com a aparência e com o bem-estar físico se tornou um fator presente diariamente na vida da maioria das pessoas, de acordo com uma publicação da Revista Exame (2018), houve um aumento de 4,6% no consumo de produtos e serviços do segmento de estética em relação ao ano de 2015. Encontrar alguém que esteja totalmente satisfeito com sua imagem é praticamente impossível, já que a estética passou a ser agregada ao dia-a-dia pessoal. Diante da sensação generalizada de que o mundo está cada vez mais sobrecarregado e com pessoas

cada vez mais sem tempo, surge a necessidade de delegar tarefas como fazer as unhas, para profissionais da área da beleza, que conseguem realizar estas atividades em um tempo mais curto, além de proporcionarem um momento de distração e relaxamento a quem recebe aquele serviço. Porém, conseguir agendar um horário em um salão de beleza, ou se deslocar até ele, pode não ser tão fácil. Frente a estas questões, está o SPA móvel, que é capaz de agilizar a vida de mulheres com pouco tempo disponível e preencher a lacuna causada pelo estreitamento das vertentes “trabalho” e “tempo”.

**Materiais e métodos:** O desenvolvimento do trabalho será feito com base em pesquisa exploratória em livros, artigos e periódicos existentes no interior de órgãos públicos e privados de qualquer natureza, ou documentos pessoais. Segundo Cervo; Bervian (2002), a pesquisa exploratória procura aprimorar ideias ou descobrir novas. Caracteriza-se por possuir um planejamento flexível para considerar os diversos aspectos de um problema.

**Resultados e discussões:** Levando-se em conta todas as investigações, simulações e levantamentos realizados, é possível concluir que o empreendimento é viável. As pesquisas efetuadas verificam que o retorno dos investimentos ocorrerá no período de 33 meses após o início das atividades empresariais, o que resulta em uma rentabilidade média de 3,05% ao mês. A opção por um negócio móvel fez com que os gastos com propaganda e publicidade fossem reduzidos, ao mesmo tempo em que a abrangência do público alvo foi ampliada. A escolha pelo setor de beleza e estética foi uma estratégia de grande peso na viabilidade do negócio, pois, mesmo diante da crise política e financeira do país, não há uma alteração tão grande no comportamento dos consumidores dos tipos de serviços oferecidos, o que faz com que, por mais que alguns meses tenham um movimento reduzido a média ainda continue dentro dos parâmetros esperados.

**Conclusão:** O aumento da demanda no setor e as técnicas utilizadas na forma de prestação do serviço mostram que o empreendimento é plausível de ser implantado, já que traz retornos financeiros aceitáveis aos seus investidores dentro de um prazo favorável quando se comparado aos demais investimentos disponíveis no mercado.

### Referências

ANDREASI, R. As 6 exigências de todos os clientes. Disponível em:

<<http://www.administradores.com.br/artigos/negocios/as-6-exigencias-de-todos-os-clientes/84441>>. Acesso em: 01 mar. 2018.

BORBA, T. J.; THIEVES, F. M. Uma reflexão sobre a influência da estética na auto estima,- automotivação e bem estar do ser humano. Balneário Camboriú, SC (sd)

EXAME, Segundo informações, mercado de estética segue em expansão. Disponível em: <[http:// https://exame.abril.com.br/negocios/dino/segundo-informacoes-mercado-de-estetica-segue-em-expansao/](http://https://exame.abril.com.br/negocios/dino/segundo-informacoes-mercado-de-estetica-segue-em-expansao/)>. Acesso em 19 abr. 2018.

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

SEBRAE MINAS GERAIS. Beleza: tendências e oportunidades de negócios. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mg/artigos/beleza-tendencias-e-oportunidades-de-negocios,7d5a914d57d4e510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 08 mar. 2018.

## UM ESTUDO DE VIABILIDADE COM O APOIO DE UM PLANO DE NEGÓCIO NA ÁREA DE AERONAVE REMOTAMENTE PILOTADA

<sup>1</sup>Giovani Pregolato Guedes; <sup>2</sup>Wesley William de Oliveira, <sup>3</sup>Tatiene Martins Coelho Trevisanuto;  
<sup>3</sup>Clemilton Luís Bassetto

<sup>1</sup>Aluno do Curso de Administração da Faculdades Integradas de Bauru – FIB, gipguedes@gmail.com;

<sup>2</sup>Aluno do Curso de Administração da Faculdades Integradas de Bauru, welbiomedico@gmail.com;

<sup>3</sup>Professores do Curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB

**Grupo de trabalho:** ADMINISTRAÇÃO

**Palavras-chave:** Empreendedorismo; Drone; Pragas; Negócio.

**Introdução:** A iniciativa de desenvolvimento um projeto para analisar a viabilidade de abertura de uma nova organização, trata-se de uma inovação na área de controle de pragas agrícolas, da cartografia e de eventos, com o suporte de uma nova tecnologia do mercado muito pouco explorada e utilizada o uso de aeronaves remotamente tripuladas (drones) para captação de imagens aéreas e também para a pulverização dos agrotóxicos para o controle de pragas, que será feito por nosso engenheiro agrônomo, já trazendo todas as informações necessárias para que a praga seja extinta, que a utilizara um drone desenvolvido para pulverização de lavouras, também vamos oferecer para nossos clientes uma carta cartográfica do terreno dele, com maquetes digitas em 3D, MDS – Modelo Digital de Superfície, MDE – Modelo Digital de Elevação, Geração de Curvas de Nível, Ortofoto e Modelo tridimensional, também vamos oferecer a nossos clientes o serviço de cobertura de eventos terrestre como aéreas. O plano de negócio definido por Chiavenato (2005) trata-se de um planejamento antecipado pelo qual um pretendo empreendedor, baseado em um conjunto de dados e informações sobre um determinado negócio, procura viabilizar uma sociedade de seu interesse. Para Degen (1989) todo negócio é iniciado explorando-se uma oportunidade indefinida pelo empreendedor no mercado. Pode -ser dizer que assim como a *GW IMAGENS E SOLUÇÕES AGRÍCOLAS*, todo o plano de negócio tem começo, um meio e um fim, atrelado aos objetivos, metas, missão e visão, reduzindo erros e imprevistos quando estiver frente ao mercado.

**Objetivos:** Analisar a viabilidade de implantação de uma empresa de aeronaves não tripuladas na região de Bauru, sendo o primeiro passo a elaboração do plano de negócio.

**Relevância do Estudo:** Este projeto tem como justificativa a oportunidade de negócio, na área da tecnologia de Veículo aéreo não tripulado (Drones), que vieram para facilitar a vida de diversos setores, deis da construção civil até áreas da saúde. Contamos com um leque de produtos que oferecemos para nossos clientes, deis de imagens mais complexas (MDS – Modelo Digital de Superfície, MDE – Modelo Digital de Elevação, Geração de Curvas de Nível, Ortofoto e Modelo tridimensional), até imagens para casamentos e vendas de imóveis, Inspeções e Monitoramentos de obras e plantações. Um dos fatores que está tornado mais atrativo no segmento de Veículo aéreo não tripulado, e que ainda e um segmento muito pouco desenvolvido e de grande potencial de crescimento, pois cada vez mais estão vendo que os custos são menores com uma qualidade melhor. Diante dos dados apresentados, ainda existe muito espaço para ser explorado, tanto por nos quanto por novos empreendedores, já que o mercado é muito promissor.

**Materiais e métodos:** Foi realizada uma pesquisa bibliográfica, onde se buscou informações publicadas em livros, artigos e sites específicos. Segundo Cervo; Bervian (2002), a pesquisa bibliográfica busca conhecer e analisar as contribuições culturais ou

científicas publicadas anteriormente, proporcionando assim um domínio sobre um determinado assunto, tema ou problema através da metodologia científica.

**Resultados e discussões:** A empresa foi implantada por dois sócios obtendo investimento inicial de R\$ 42,000.00 mil reais dos sócios mais R\$ 250,000.00 mil reais financiados para compras de equipamentos e materiais que serão utilizados na empresa para o começo das atividades do dia a dia. A empresa elaborou uma pesquisa conforme o planejamento de metas traçado pelos sócios da *GW IMAGENS E SOLUÇÕES AGRÍCOLAS*, para o primeiro semestre, seguindo o cronograma do novo projeto do plano de negócio, terá que ser seguida passo a passo a fim de obter os resultados esperados, ou seja, ter em média um faturamento mensal de R\$ 70.000,00 a partir do segundo semestre. No quadro 16 veremos as metas a serem atingidas mês a mês.

**Conclusão:** O empreendedorismo faz parte do dia-a-dia do brasileiro, e se torna cada vez mais cultural o incentivo para abertura de novos empreendimentos com isso vimos através do plano de negócio, que não basta ter uma ideia sobre uma empresa ou um serviço, é preciso muito estudo e esforço para que seja viável. Com base nas pesquisas levantamentos e as projeções realizadas, concluímos que a proposta do plano de negócio será um empreendimento viável. Os estudos realizados demonstraram que a expectativa de retorno dos resultados operacionais irá ocorrer em 12 meses e os resultados finais dos investimentos irá ocorrer em 18 meses, apresentando uma rentabilidade mensal média de 4,80 %. O tema abordado é diferente, inovador, o qual não possui outra empresa no raio de atuação da nossa empresa, que faça a análise e a pulverização de agrotóxico com um curso tão reduzido, pois pulverização mais comum acontece um funcionário tendo um contato muito grande com os agentes tóxicos, colocando a vida dos funcionários em risco ou utilizando aviões de pequeno porte, aumentando o custo operacional da operação. Com isso, os investimentos em marketing para o empreendimento serão cruciais para o sucesso da empresa, tendo em vista que as ações promocionais irão auxiliar para criar uma imagem para a marca, buscando atingir com isso o máximo de clientes com base no público alvo estabelecido. Outros fatores que favorece a escolha do empreendimento é que o setor de aeronaves não tripuladas, e um ramo ainda não muito explorado por ser novo. Na avaliação dos aspectos de crescimento de mercado, todos os fatores avaliados operacional, financeiro e mercado, garante-se a viabilidade do negócio com um crescimento exponencial no cenário atual do mercado.

### Referências

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

CHIAVENATO, I. **Administração de recursos humanos: fundamentos básicos**. 4.ed. São Paulo, SP: Atlas,1999

CHIAVENATO, I. **Administração de materiais: uma abordagem introdutória**. 3.ed. Rio de Janeiro, RJ: Elsevier,2005

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

DEGEN, R. J **O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial**. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócio**: Rio de Janeiro, RJ: Campus, 2001.

---

## ANÁLISE SWOT COMO FERRAMENTA DE GESTÃO ESTRATÉGICA PARA O EMPREENDEDORISMO E O PRM COMO ALIADO.

Aruan Andrade da Silva<sup>1</sup>; Julie Hete Bollini Silva<sup>2</sup>; Tatiene Coelho<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Aluno de Administração das Faculdades Integradas de Bauru – FIB –  
aruan.andrade@hotmail.com

<sup>2</sup>Aluna de Administração das Faculdades Integradas de Bauru – FIB –  
juliehete@hotmail.com

<sup>3</sup>Professora do curso de Administração das Faculdades Integradas de Bauru – FIB –  
tatiene@gmail.com

**Grupo de trabalho:** Administração

**Palavras-chave:** Análises de mercado, estratégia para empreender e ferramentas de gestão.

**Introdução:** De acordo com o IBGE em 2014, seis em cada dez empresas fecham as portas antes de completarem cinco anos de atividade, de lá para cá nos dois últimos anos o Brasil fechou mais portas do que abriu e até maio de 2017 o índice de fechamento das empresas cresceu em 26,17%. Essas são informações que nos servem de alerta para que possamos buscar constantes melhorias para gestão da empresa, claro, são muitos os fatores que contribuem e se manter no mercado é algo difícil por conta das diversas variáveis e são exatamente as elas que devemos driblar buscando utilizar ferramentas que vão auxiliar o bom gestor.

**Objetivos:** Demonstrar a utilização de técnicas específicas utilizadas por empreendedores de sucesso. Essas mesmas técnicas irão contribuir no futuro daqueles que hoje almejam ter êxito em seu negócio.

**Relevância do Estudo:** O objetivo desta análise é o fornecimento de informações importantes que tornam a organização ciente de suas possibilidades futuras, visto que:

A análise SWOT é um instrumento muito utilizado nos planejamentos estratégicos das empresas. Isso porque força a corporação a se confrontar com o ambiente. Assim fica mais fácil identificar suas forças, fraquezas, oportunidades e ameaças (NOGUEIRA, 2014, p. 46).

O que se pretende neste trabalho é demonstrar a Análise SWOT e sua utilização como auxílio para empreendedores e aliado do PRM.

**Materiais e métodos:** Foram levantadas as informações obtidas em livros e publicações da internet para levantamento dos conteúdos teóricos e assim montar todo o embasamento dos dados. Para as questões práticas, foi desenvolvida uma pesquisa de campo para levantar informações do público e com isso obter dados concretos para formalização a análise sobre o plano de negócio.

**Resultados e discussões:** Existem duas ferramentas muito importantes que ajudarão na tomada de decisão na gestão empreendedora e são elas: Análise SWOT e PRM ou popularmente como é conhecido, Benchmarking. A análise SWOT é uma ferramenta de autoconhecimento e forte aplicação, pois o empreendedor à utilizará para identificar de forma clara e precisa as oportunidades e as ameaças com base nos aspectos internos e externos da qual o seu negócio está enquadrado. A análise possui quatro fatores que

compõe a sua análise estratégica: *Strengths* (pontos fortes), *Weakness* (pontos fracos), *Opportunities* (oportunidades) e *Threats* (ameaças). Após identifica-las o gestor deverá analisar as informações obtidas do quadro SWOT em questão para se posicionar para eventual melhoria dos pontos fracos e possivelmente dos que são considerados fortes para fortalecer ainda mais sua vantagem diante os concorrentes.

PRM (Padrão de Referência de Mercado) ou Benchmarking, nada mais é que buscar comparações precisas de resultados e práticas de formas sistemáticas entre o seu negócio e os demais concorrentes. Assim como o SWOT, o PRM possui quatro quadrantes: 1º (PRM para quê?), nessa etapa deve ser definido os resultados de fatos de sucesso e escolher medidas para comparar com outras empresas incluindo seus concorrentes. 2º (Quem ou qual é melhor?), agora é necessário escolher a empresa para qual será feito a comparação, o importante é procurar empresas com seguimentos similares ao seu. 3º (Como nós fazemos?), é muito importante conhecer todo o seu processo para que posteriormente possamos identificar as mudanças que levarão ao Benchmarking. 4º (Como eles fazem?), após analisar as informações obtidas nas etapas anteriores é hora de ir para o mercado e conhecer de perto o que torna o outro um concorrente em potencial e realizar a pesquisa para se obter os resultados que trarão os padrões de excelência para a sua empresa.

**Conclusão:** Após a utilização das ferramentas propostas, cabe a mudança na prática e nos métodos, afim de se igualar ou sobrepujar os concorrentes. Após a mudança é interessante se manter continuamente em busca de novas maneiras para melhorar seus resultados diante os seus objetivos.

### Referências

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

IBGE, Instituto Brasileiro De Geografia e Estatísticas. **Empreendedorismo e estatísticas**. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/estatisticas-novoportal/multidominio/empreendedorismo/9145-estatisticas-de-empreendedorismo.html?=&t=resultados>>. Acesso em: 01 mai. 2018.

LAM, Camila. **12 dicas dos jovens empreendedores para ter sucesso**. Exame. 2016. Disponível em: < <https://exame.abril.com.br/pme/as-dicas-de-jovens-empreendedores-para-ter-sucesso/>>. Acesso em: 22 abr. 2018.

NOGUEIRA, C. S. **Planejamento estratégico**. São Paulo: Person Prentice Hall, 2014.

## A PERCEPÇÃO DA INDÚSTRIA 4.0

Aruan Andrade da Silva<sup>1</sup>; Eduardo Rigo<sup>2</sup>; Julie Hete Bollini Silva<sup>3</sup>; Marco Antonio Gandolfo Rodrigues<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Aluno de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB  
aruan.andrade@hotmail.com ;

<sup>2</sup>Aluno de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB  
eduardo.rigo98@outlook.com;

<sup>3</sup>Aluna de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB hetebollini@gmail.com;

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

**Grupo de trabalho:** ADMINISTRAÇÃO

**Palavras-chave:** Tecnologia, indústrias, processos e revolução.

**Introdução:** O fantástico mundo da tecnologia, algo que encanta o ser humano e que, além disso, também melhora a sua vida, o modo de produzir, construir, locomover, entre outros objetivos que fazem da tecnologia uma necessidade de vida. Hoje a tecnologia, mas uma vez está transcendendo e já está surgindo características da próxima revolução, indústria 4.0, a revolução da tecnologia nas indústrias.

**Objetivos:** Observar as mudanças tecnológicas no setor industrial e tornar perceptível a revolução eminente dos novos processos e suas vantagens se comparados com os processos antigos.

**Relevância do Estudo:** Desde os primórdios dos tempos a necessidade do homem fez com que ele criasse ferramentas capazes de auxiliar a mão de obra das técnicas de caça, produção e entre outras ações e objetivos sugestivos para uma evolução necessária. Já sabemos que a necessidade do homem é o principal combustível para a inovação tecnológica, mas até onde a necessidade irá conduzir para uma inovação? É uma questão que merece um tempo para reflexão.

**Materiais e métodos:** O artigo proposto será realizado por meio de pesquisa exploratório-bibliográfica e trará a visão das empresas, empresários e jornalistas tudo em paralelo aos acontecimentos mundiais que podem influenciar na evolução da tecnologia. Serão usados como materiais de pesquisa artigos de revistas (físicas e digitais), vídeos e estudos científicos, além da técnica de pesquisas bibliográficas.

**Resultados e discussões:** “Estamos no início de uma revolução, através da qual a forma como vivemos, trabalhamos e interagimos uns com os outros vai se transformar profundamente”, afirmou Klaus Schwab, organizador do Fórum Econômico Mundial, na cidade Suíça de Davos. A Indústria 4.0, corresponde, para muitos teóricos, ao novo paradigma de gestão e organização das indústrias. A 4ª Revolução Industrial é possível graças ao desenvolvimento das tecnologias de automação e troca de dados, como Internet das coisas. A proposta dessa inovação é conectar aparelhos tecnológicos usados no dia a dia das pessoas à rede. Por conta desse conceito, surge a ideia de “fábrica inteligente”, onde os equipamentos da indústria estarão conectados à rede. Outro elemento importante é a computação em nuvem. Com ela, os dados são armazenados em um serviço que pode ser acessado a qualquer hora. A indústria 4.0 é composta por seis princípios: Capacidade de operação em tempo real, realizar a aquisição e tratamento de dados de forma praticamente instantânea, possibilitando a tomada de decisão em tempo real; virtualização: é proposto

uma cópia virtual das fábricas inteligentes, proporcionando o monitoramento e a rastreabilidade de todos os processos de maneira remota por meio de sensores espalhados por toda a planta; descentralização das máquinas, elas não receberão apenas comandos, poderão fornecer informações sobre seu ciclo operacional de acordo com as necessidades da produção, as decisões poderão ser realizadas a partir do sistema cyber-físico em tempo real; orientação a serviços onde a utilização de arquiteturas de software será orientada a serviços aliados ao conceito de *internet of services*; modularidade onde a produção será realizada de acordo com a demanda, acoplando e desacoplando de módulos na produção, oferecendo flexibilidade para alterar as atividades das máquinas facilmente. A quarta revolução industrial na visão empresarial terá inúmeras melhorias, levando em consideração a tecnologia como principal mudança, os processos serão menos falhos, terão mais qualidade, rapidez, confiabilidade, os sistemas irão ter total controle sobre as máquinas, facilitando o controle das manutenções preventivas, evitando ao máximo as manutenções corretivas, os custos irão diminuir, pois haverá a troca de mão de obra humana pelas máquinas. A tecnologia é inevitável, as máquinas terão somente o custo de manutenção, onde comparado com a mão de obra terá um custo muito menor.

**Conclusão:** A tecnologia segue sua evolução de forma contínua, rápida e eficaz, tudo em prol do homem, a indústria 4.0 é um acontecimento importante para a indústria pois novos patamares serão alcançados e o homem terá ao seu lado o resultado mais satisfatório que irá agradar todos os lados produtivos, isso é, se o homem se manter atualizado e não deixar com que o processo de uma determinada tarefa o deixe para trás, afinal, vários métodos serão substituídos por ferramentas mais eficientes e com um custo menor. O homem nestes cenários irá atuar de forma a garantir um maior desempenho da tecnologia, irá apoiar no processo de decisão e reposição ou manutenção da mesma, caberá ao homem acompanhar a tecnologia a sua volta para manter seu papel ao lado da revolução tecnológica.

#### Referências

BRANCO, Anselmo Lázaro. **Revoluções Industriais: Primeira, segunda e terceira revoluções**. 2007. Disponível em: <<https://educacao.uol.com.br/disciplinas/geografia/revolucoes-industriais-primeira-segunda-e-terceira-revolucoes.htm>> Acesso em: 01 abr. 2018.

CANAL TECH. **O que é Indústria 4.0 e quais os seus impactos no futuro?** 2016. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=f37piMKrIJ8>> Acesso em: 24 mar. 2018.

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

EDITORA FÓRUM LTDA. **Indústria 4.0: Pesquisa sobre os impactos**. 2016. Disponível em: <<http://www.altosestudos.com.br/?p=54908>> Acesso em: 01 abr. 2018.

SILVEIRA, Cristiano Bertolucci. **O Que é Indústria 4.0 e Como Ela Vai Impactar o Mundo**. Disponível em: <<https://www.citisystems.com.br/industria-4-0/>> Acesso em 25 mar. 2018.



## STUDIO BODY SHAPE: UM ESTUDO DE VIABILIDADE COM O APOIO DE UM PLANO DE NEGÓCIO

Daniela da Silva Bertolo<sup>1</sup>; Náthali Santana Morales<sup>2</sup>;  
Tatiene Martins Coelho<sup>3</sup>; Clemliton Luis Bassetto<sup>4</sup>;

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

<sup>2</sup>Aluna de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB - nathali.s.morales@hotmail.com;

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

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

### Grupo de trabalho: ADMINISTRAÇÃO

**Palavras-chave:** Plano de negócio. Saúde. Estética.

**Introdução:** O mundo vem passando por transformações em um curto período de tempo, onde foram criadas invenções que revolucionaram o estilo de vida das pessoas, onde as mesmas são frutos de inovação, de algo inédito ou de uma nova visão de como utilizar coisas já existentes, mas que ninguém antes ousou olhar de outra maneira (DORNELAS, 2001). Empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades. E a perfeita implementação destas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso (DORNELAS, 2001). Levando em consideração o aumento da procura por uma vida mais saudável, as pessoas hoje em dia buscam por uma atividade física, alimentação balanceada, e tem a preocupação em manter a boa forma. As mulheres são um público forte na procura pelo “corpo perfeito”, querem se sentir em forma e para alcançar o corpo que almejam buscam por recursos como: atividades físicas, dietas e estética.

**Objetivos:** Analisar o mercado desde possíveis clientes até fornecedores e concorrentes; estabelecer a melhor linguagem com o público-alvo; calcular os custos econômico-financeiros incidentes no setor de estética, nutrição e educação física; apresentar a importância de inovar no setor de prestação de serviços nas áreas afins, voltadas para as mulheres em Bauru e Região, e demonstrar a necessidade do estudo de viabilidade com o apoio da elaboração do plano de negócio.

**Relevância do Estudo:** No último ano as atividades físicas como treinamentos funcionais e o pilates tiveram um crescimento considerável nas academias. Juntamente com elas, o público vem buscando cada vez mais por uma boa alimentação, acompanhado de profissionais da área (ACTION 360, 2017). O mercado de estética também tem apresentado um crescimento. Com isso, o plano de negócios apresenta um estúdio voltado aos cuidados do corpo, saúde e alimentação exclusivamente para o público feminino, que visa atender a todas as necessidades das mesmas em um único local.

**Materiais e métodos:** Segundo Cervo; Bervian (2002), pesquisa exploratória baseada em referencial teórico da área e pesquisa documental procura aprimorar ideias ou descobrir novas. O desenvolvimento de estudo de caso de forma fictícia utilizam-se os princípios de Gil (2009) com métodos de coleta de dados, e técnicas de entrevista estruturada de acordo com os princípios de Marconi; Lakatos (2003).

**Resultados e discussões:** Para Chiavenato (2012), a definição que se dá para o empreendedorismo é de que o mesmo reflete na prática de criar novos negócios ou

revitalizar negócios já existentes. O empreendedorismo envolve todas as funções, atividades e ações associadas com a criação de novas empresas, sendo, o processo de geração de um novo negócio e de valor, onde, requer dedicação, comprometimento de tempo e esforço necessário para fazer a empresa crescer, assumindo os riscos calculados e tomada de decisões críticas (DORNELAS, 2012). O Plano de negócio é responsável por uma análise que busca dimensionar os investimentos necessários, os riscos envolvidos no investimento e o possível retorno do negócio, com o objetivo de possibilitar uma decisão em investir por conta própria ou usar o plano para obter empréstimo em alguma unidade de financiamento (CECCONELLO; AJZENTAL, 2008). O plano de negócio apresenta uma análise de viabilidade econômica da implantação do *Studio Body Shape* na cidade de Bauru – SP, que tem como objetivo a prestação de serviços especializados ao público feminino, englobando em seu bem-estar, nutrição, estética corporal, treinamentos funcionais e a prática de pilates. Este ramo de atuação já é uma tendência mundial e vem se fortalecendo com o passar do tempo. O modelo convencional das academias já não agrada a todos, o que permite novos modelos de academias no mercado com atendimento diferenciado. Para analisar a viabilidade no negócio foi necessário avaliar os possíveis concorrentes, as principais ameaças e oportunidades, os pontos fortes e fracos, a localização para promover maior segurança e conforto as clientes, traçar seu perfil que através de pesquisas quantitativas em Bauru e Região. As possíveis consumidoras tem idade de 15 à 35 anos com 77% e 23% de 36 anos em diante. O *Studio* contará com uma equipe de profissionais especializadas cada uma em sua área (nutrição, estética e educadora física (atuando no treinamento funcional e pilates)) e totalmente preparadas para oferecer um atendimento diferenciado, acompanhando-as para alcançar o objetivo desejado pela cliente. Para o marketing contaremos tanto com a divulgação que o próprio Boulevard Shopping proporciona, quanto de divulgações de nossos serviços em página no *Facebook* e *Instagram*. Através das análises dos aspectos econômicos e financeiros, o *Studio* conta com um investimento inicial de R\$ 200.852,46, um custo fixo mensal de R\$ 46.462,78 e um faturamento mensal de R\$ 125.200,00, apresentando então um líquido na DRE de R\$ 28.633,31. O negócio apresentado é viável dando um retorno de investimento em 16 meses com uma taxa de lucratividade mensal de 12,40%.

**Conclusão:** Conforme o estudo realizado neste plano de negócio, empreender no mercado *fitness* hoje com um diferencial como o do *Studio Body Shape* é altamente viável e lucrativo, podendo ganhar espaço no mercado do segmento, pensando sempre no bem-estar, saúde e satisfação das clientes.

**Referências:**

- CECCONELLO, AJZENTAL. Antonio Renato e Alberto. **A construção do plano de negócio**. Ed. São Paulo: Saraiva, 2008.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 4º Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.
- GIL, A.C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- LAKATOS, E.M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

## OS FUNDAMENTOS DO EFEITO CHICOTE

Milena Ferreira Kuroda<sup>1</sup>; Paloma Gomes Dias Reginato<sup>2</sup>; Poliane Sestari<sup>3</sup>; Thalita Alves Feitosa<sup>4</sup>; Marco Antonio Gandolfo Rodrigues<sup>5</sup>.

<sup>1</sup>Aluna do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – milena\_kuroda@hotmail.com

<sup>2</sup>Aluna do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – paloma.gms@outlook.com.br

<sup>3</sup> Aluna do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – poliane-sestari@hotmail.com

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

<sup>5</sup> Professor Esp. do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – prof.gandolfo@hotmail.com.

**Grupo de trabalho:** ADMINISTRAÇÃO

**Palavras-chave:** Efeito chicote; Logística; Cadeia de suprimentos; Lead time;

**Introdução:** Com o aumento contínuo da demanda de empresas, as mesmas tentam ao máximo, economizar espaço, tempo e dinheiro. Tudo isso é possível com a utilização do efeito chicote.

**Objetivos:** Este artigo tem a intenção de apresentar o efeito chicote, seus benefícios e malefícios para com os envolvidos, além de sua aplicação e amenização de efeitos.

**Relevância do Estudo:** Identificar o efeito chicote dentro da cadeia de suprimento, assim conseguindo melhorar o seu desempenho no processo.

**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 o efeito chicote além de seus benefícios, e seu desenvolvimento atual.

**Resultados e discussões:** As empresas vem tentando eliminar as causas do excesso de estoques ou falta de produtos, a muito tempo. Surgindo assim o conhecido efeito chicote, suas causas e formas de combate. Primeiramente alinhando a oferta e a demanda identificando assim os prejuízos de uma influência nos níveis de estoque e na produtividade das empresas, após isso buscamos uma solução que estaremos desenvolvendo no decorrer deste. O conceito de Efeito Chicote foi usado pela primeira vez pela Procter & Gamble. Ao analisar a cadeia de suprimentos de um de seus produtos, as fraldas Pampers, a empresa reparou que os pedidos de matéria prima (para as fraldas) que fazia aos seus fornecedores variavam muito. Descendo um pouco a cadeia, descobriu-se que o volume de vendas de suas fraldas no varejo também variavam. Ou seja, havia alguma discrepância entre quantas fraldas Pampers eram compradas em determinado período e o volume de insumos que a P&G comprava para produzir essa mesma demanda. Os métodos que podem ser usados no efeito chicote são importantes, pois com eles conseguimos observar alguns gargalos nas operações e se aprofundar a onde estão os erros, assim revertendo o quadro. Os métodos que podemos usar são: Processo da previsão da demanda: conseguimos identificar a demanda futura com base na demanda passada, assim conseguiremos identificar o ponto médio de demanda. E também podemos usar o ponto de consumo, que é a previsão de compra do cliente seja com base nestes dados. Porém, para que isso dê certo temos que ter informações de alta precisão; Jogo da escassez ou relacionamento: se for percebida uma

demanda superior a oferta é bem provável que as empresas irão se prevenir, fazendo pedidos maiores. Porém, esses pedidos serão atendidos e elevarão os estoques dos clientes, que por sua vez, não farão novos pedidos nem tão cedo. Desta forma a indústria, que desta vez está prevenida, ficará com seus estoques acima do estabelecido e estoque acima do necessário se torna prejuízo; Acúmulo de pedido: o tamanho do mesmo é influenciado por dois fatores: o processo de revisão periódica e o alto custo de processamento de um pedido. A revisão periódica pode ser melhorada com acesso de dados aos pontos de vendas. O custo de processamento por sua vez pode ser melhorado através do transporte de cargas fracionadas ou por operadores logísticos especialistas em serviços de distribuição, assim podendo trabalhar com um custo mais reduzido; Flutuações de preços: o preço estipulado pelas empresas influencia muito nos pedidos dos seus clientes. Se, por exemplo, existirem épocas em que ocorrem promoções, provavelmente a maioria dos pedidos serão realizados neste período. O que faz com que os estoques esvaziem e a produção fique com uma programação superior à sua capacidade, causando maiores custos de produção. Para que isso não ocorra o bom é sempre ter uma política de preços mais baixos, assim ficando acessível o poder de compra de seus clientes. Quando se elimina o efeito chicote, se ganha na redução de custos e para isso você precisa coordenar de maneira eficiente a sua cadeia de suprimentos. Isto é, elevar os níveis e a exatidão da troca de informações os agentes de sua cadeia, tornar mais forte as relações de confiança entre todos os elos da cadeia. Todos devem trabalhar juntos para melhorar seus desempenhos.

**Conclusão:** Conclui-se que o efeito chicote nada mais é que o equilíbrio entre demanda e oferta, com a finalidade de saber o ponto médio para produção e estoque, fazendo com que as empresas não tenham perdas tanto com falta de produto no mercado ou muito produto no estoque. A utilização de tecnologias, como ferramentas para troca de dados pode ajudar a reduzir o impacto do efeito chicote, alinhando também com as estratégias da empresa. Este problema jamais será sanado apenas com uma única ação.

### Referências

FERRO, José. “**Definição de produção puxada e sistemas puxados**”. Disponível em: <<https://www.lean.org.br/conceitos/102/definicao-de-producao-puxada-e-sistemas-puxados.aspx>> . Acesso em: 01/abr 2018.

LUCCA. “**Entenda o que é efeito chicote na logística**”. Disponível em: <http://www.patrus.com.br/blogpatrus/?p=286>. Acesso em: 24/09/2018.

CORREIA, Paulo. “**Principais causas e consequências na gestão da cadeia de suprimentos**”. Disponível em: <https://endeavor.org.br/operacoes/efeito-chicote/> . Acesso em: 24/09/2018.

MARQUES, José. “**Entenda o que é efeito chicote e como reduzir seu impacto financeiro**”. Disponível em: <https://www.ibccoaching.com.br/portal/entenda-o-que-e-o-efeito-chicote-e-como-reduzir-seu-impacto-financeiro/> . Acesso em: 24/09/2018.

FOLLMAN, Neimar. “**O efeito chicote e seu impacto na gestão das cadeias de suprimentos**”. Disponível em: [https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos07/1167\\_Artigo%20-%20Efeito%20Chicote%20-%20SeGet.pdf](https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos07/1167_Artigo%20-%20Efeito%20Chicote%20-%20SeGet.pdf) . Acesso em: 24/09/2018.

PIRES; Silvio. “**Gestão da cadeia de suprimentos**”. Disponível em: Gestão da cadeia de suprimentos; Silvio R. I. Pires, 2ª edição; São Paulo; 2013.

## SUSTENTABILIDADE NA GESTÃO PÚBLICA MUNICIPAL

José Paulo Nardone<sup>1</sup>; Kleber L. N. Milaneze<sup>2</sup>; Marco A. Gandolfo Rodrigues<sup>3</sup>; Luis Carlos Gonçalves<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Professor Mestre do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB  
Jpnardone@hotmail.com;

<sup>2</sup> Professor Dr. curso de Administração – Faculdades Integ.Bauru – FIB - administração@fibbauru.br;

<sup>3</sup>Professor Especialista do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB  
prof.gandolfo@hotmail.com

<sup>4</sup>Professor Mestre do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB –  
lcg1954@hotmail.com

### Grupo de trabalho: ADMINISTRAÇÃO

**Palavras-chave:** Sustentabilidade, Políticas Públicas, Desenvolvimento Sustentável, Indicadores e Metas, Cidades Sustentáveis.

**Introdução:** A busca pelo bem-estar e qualidade de vida das populações urbanas e rurais nas cidades brasileiras precisa ser sopesada e avaliada em relação à utilização dos recursos não renováveis de que atualmente lançam mão na busca de tais objetivos. A proposta de se inserir o desenvolvimento sustentável na construção do planejamento de políticas públicas se mostra mais do que urgente em face da limitação de recursos que se avizinha em curto período de tempo. Ainda, o viés de compartilhamento de responsabilidade na inserção do conceito de sustentabilidade na gestão pública, a ser dividida entre poder público, comunidade e mercado, é outro aspecto a ser considerado neste processo de transformação de uma lógica de consumo desenfreado e insubsistente, para a garantia de um desenvolvimento no presente que não inviabilize o futuro das próximas gerações.

**Objetivos:** Apresentar e analisar o processo de transição de modelos de administração pública que se encontram atualmente desconectados com a inadiável necessidade de evoluirmos nos conceitos de gestão sustentável.

**Relevância do Estudo:** Demonstrar a imperiosa e inadiável necessidade de se introduzir na definição das políticas públicas municipais, os conceitos de desenvolvimento sustentável em suas mais diferentes dimensões, a fim de proporcionar condições de atendimento às demandas sociais, políticas, econômicas e outras, de forma permanente e sustentável.

**Materiais e métodos:** Além de pesquisa bibliográfica junto a diversos autores que tratam do tema, também o estudo de guias para construção de indicadores, manuais práticos e ao trabalho de validação de dados e indicadores fornecidos por municípios paulistas, consubstanciados no IEGM, Índice de Efetividade na Gestão Municipal, ação executada por técnicos da fiscalização do TCE/SP, conferindo confiabilidade a estes dados, os quais foram recentemente incorporados pela ONU aos ODS- Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.

**Resultados e discussões:** É indiscutível o desconhecimento e inocuidade que o desenvolvimento sustentável ocupa na gestão pública nos seus diferentes níveis no Brasil. Neste texto, trataremos mais especificamente do nível municipal de atuação. A sua utilização como tema transversal em projetos e ações que componham o planejamento e a execução de políticas públicas no Brasil, podemos dizer que seja pífia, como mísera também é a participação da sociedade na construção de tais mecanismos de ação pública nos nossos municípios. O aprimoramento de instrumentos de gestão sustentável passa pela maior participação da sociedade civil na governança dos municípios, nos instrumentos de participação e interação popular nas etapas de planejamento, ação, monitoramento e avaliação da atuação dos entes públicos municipais. Medidas simples, como o Orçamento Participativo, atuação de Conselhos Municipais de Acompanhamento, instalação e Ouvidorias e outros, são ações que podem mitigar tais insuficiências. Neste tópico, um exemplo clássico é o “Portal da Transparência de Maringá”, no qual, além do caráter informativo, passou a ser ferramenta de gerenciamento de estoques e de fluxo de materiais

e recursos pela prefeitura local. Também em Barcelona, no projeto “Prefeitura mais Sustentável”, foram incorporados critérios socioambientais nas aquisições públicas locais, com pelos menos 5% dos alimentos das creches com certificado de agricultura orgânica; 100% do papel certificado, medidas de economia e água e energia, etc. O Programa Cidades Sustentáveis (Relatório Brundtland, 1987), sugere a utilização e indicadores como ferramentas de análise para acompanhamento de processos de desenvolvimento, subsidiando a elaboração de políticas públicas com geração de desenvolvimento sustentável e buscando a conscientização da sociedade na utilização de bases sustentáveis no processo de produção de bem-estar social sem comprometimento de recursos para gerações futuras. Segundo Holling (2001), “sustentabilidade é a habilidade de originar, prover e manter a capacidade de adaptação e o desenvolvimento como processo que origina, mantém a oferta de oportunidades. O desenvolvimento em sintonia e sincronia com a sustentabilidade objetiva estimular a habilidade de se adaptar e ao mesmo tempo gerar ocasiões oportunas”. Isso tudo, nas mais diferentes dimensões, social, econômica, política, ambiental, cultural e outras, e não apenas com vistas à obtenção de resultado econômico. Especialmente na gestão pública, onde o atendimento às demandas sociais se apresenta como principal objetivo, razão de ser de sua atuação, a introdução do conceito de sustentabilidade na gestão municipal se revela um processo que envolve a participação e o comprometimento popular para que se efetivem ações de reciclagem, de priorização do pedestre, implantação de ciclovias, limpeza e despoluição de espaços, redução de desperdícios, reaproveitamento de recursos, coleta seletiva e outros, em que a participação da comunidade é crucial ao sucesso das ações. Cidades Sustentáveis seriam, então, espaços de ocupação humana planejados, equilibrados e que buscam harmonizar funções ambiental, social e de atendimento à dignidade humana, a partir de soluções inovadoras, que não se limitem à observar tão somente aspectos econômicos, mas também sociais e ambientais, a exemplo do que se vê em Curitiba, que já há alguns anos tem incorporado aspectos sustentáveis à sua gestão urbana, a partir do gerenciamento de resíduos sólidos, valorização do transporte coletivo, ciclovias em redes, programas educativos ambientais, entre outros, sempre contando com a participação da sociedade na definição de metas e compartilhamento de ações e soluções conjuntas.

**Conclusão:** Embora insipientes e pontuais, há bons exemplos de administrações municipais que incorporam aspectos da sustentabilidade nas políticas públicas, demonstrando a real concretização da implementação desta estratégia de ação e desenvolvimento voltado a atender necessidades do presente, sem oferecer riscos ao futuro.

### Referências

GPS – GUIA GESTÃO PÚBLICA SUSTENTÁVEL. **Programa Cidades Sustentáveis**. S.Paulo, 2013. Disponível em <http://cidadessustentaveis.org.br>

HOLLING, C.S. **Understanding the Complexity of Economic, Ecological and Social Systems**. Ecosystems, nº.4, p.390–405, 2001.

LOPES, A.F.A. **O Programa Cidades Sustentáveis, Indicadores e Metas**. Instrumentos para avaliação da sustentabilidade de Prata-MG. 203p. UF Uberlândia-MG, 2016

SCANDAR NETO, W.J. **Indicadores de Desenvolvimento Sustentável no Brasil**. 2004. Cadernos de Textos. RJ. Fund. CIDE, 2004, 116p.

IEGM–TCESP. **Índice de Efetividade Gestão Municipal**. Manuais e Anuários. Disponível em <https://iegm.tce.sp.gov.br/help.html>

---

## TRANSPORTE DE PRODUTOS PERIGOSOS – COMBATE AO DERRAMENTO DE ÓLEO DIESEL, GASOLINA E ETANOL

Marco Antonio Gandolfo Rodrigues<sup>1</sup>; José Paulo Nardone<sup>2</sup>; Kleber Luiz Nardoto Milaneze<sup>3</sup>; Luís Carlos Gonçalves<sup>4</sup>

<sup>1</sup> Professor Esp. do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – prof.gandolfo@hotmail.com;

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

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

<sup>4</sup> Professor Ms. do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB lcg1954@hotmail.com.

### Grupo de trabalho: ADMINISTRAÇÃO

**Palavras-chave:** Produtos perigosos, Ficha de Segurança de Produto Químico (FISPQ), derramamento.

**Introdução:** Produtos perigosos são substâncias ou artigos, natural ou produzido pelo homem, que em função de suas particularidades físico-químicas e/ou toxicológicas representa perigo a saúde humana, ao patrimônio, público ou privado, e/ou ao meio ambiente. Suas consequências em caso de acidentes comprometem a segurança e meio ambiente, necessitando de atenção especial.

**Objetivos:** Conhecer através do estudo os riscos com transporte de produtos perigosos nas rodovias do estado de São Paulo.

**Relevância do Estudo:** Circulam nas rodovias estaduais diariamente aproximadamente 3.000 produtos perigosos, dentre eles líquidos inflamáveis, explosivos, gases, materiais radioativos e outros. O crescente número de acidentes preocupa as autoridades governamentais e segmentos envolvidos.

**Materiais e métodos:** Para realização do trabalho, inicialmente foi feita uma pesquisa bibliográfica sobre transporte de produtos perigosos, classes de riscos, identificação utilizada nos veículos de transporte de produtos perigosos, Ficha de Segurança de Produto Químico (FISPQ) do óleo diesel, gasolina e etanol.

**Resultados e discussões:** Para fins de transporte, um produto é considerado perigoso se enquadrado em uma das nove classes de risco estabelecidas na Resolução No 420, de 12/2/2004, da Agência Nacional de Transportes Terrestres (ANTT).

A classificação de uma substância numa das classes de risco, é realizada por meio de critérios técnicos, os quais estão definidos na legislação do transporte rodoviário de produtos perigosos.

A Ficha de Segurança de Produto Químico – FISPQ, contém informação sobre diversas características dos produtos químicos, quanto à segurança, saúde, proteção e meio ambiente, são elaboradas em conformidade com a Norma Técnica NBR-14.725 da ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas, 2005

A tabela 1 ilustra uma comparação no combate ao derramamento de óleo diesel, gasolina e etanol, em quatro itens.

**Tabela 1 – comparação combate ao derramamento de óleo diesel, gasolina e etanol.**

	ÓLEO DIESEL	GASOLINA	ETANOL
Nº ONU	1202	1203	1170
Meio ambiente	Evitar atingir cursos de água e rede de esgoto	Evitar atingir cursos de água e rede de esgoto	Evitar atingir cursos de água e rede de esgoto
Materiais para contenção e limpeza	Névoa de água ou espuma supressora de vapor. Barreiras naturais ou de contenção de derrame. Colete o produto derramado em recipientes próprios. Adsorva o produto remanescente, com areia seca, terra, vermiculite, ou qualquer outro material inerte. Remova-os para local seguro.	Névoa de água ou espuma supressora de vapor. Barreiras naturais ou de contenção de derrame. Colete o produto derramado em recipientes próprios. Adsorva o produto remanescente, com areia seca, terra, vermiculite, ou qualquer outro material inerte. Remova-os para local seguro.	Colete o produto derramado e coloque em recipientes próprios. Adsorva o produto remanescente, com areia seca, terra, vermiculite, ou qualquer outro material inerte. Remova-os para local seguro.
Solubilidade em água	Insolúvel	Insolúvel	Miscível
Efeitos adversos	Grandes quantidades de produto podem causar efeitos ambientais indesejáveis, como a diminuição da disponibilidade de oxigênio em ambientes aquáticos devido à formação de camada oleosa na superfície, revestimento e consequente sufocamento de animais.	Grandes quantidades de produto podem causar efeitos ambientais indesejáveis, como a diminuição da disponibilidade de oxigênio em ambientes aquáticos devido à formação de camada na superfície, e consequente sufocamento de animais.	Não são conhecidos outros efeitos ambientais para este produto.

Fonte: Adaptado pelos Autores 2018

**Conclusão:** O derramamento de produtos perigosos é considerado acidente, porém, pode ser evitado se às legislações para o transporte de cargas perigosas forem seguidas. O meio ambiente é severamente afetado quando ocorre acidentes no transporte de produtos perigosos. Entre óleo diesel, gasolina e etanol, o mais agressivo ao meio ambiente é o óleo diesel e etanol o menos.

#### Referências

**ABNT.** Disponível em: <[http://www.abnt.org.br/home\\_new.asp](http://www.abnt.org.br/home_new.asp)>. Acesso em 25/out 2018.

**ACIDENTES.** Disponível em <<http://conceito.de/acidente>> Acesso em 25/out 2018

**ADVOCACIA GERAL DA UNIÃO.** Disponível em: <[http://www.agu.gov.br/page/content/detail/id\\_conteudo/190851](http://www.agu.gov.br/page/content/detail/id_conteudo/190851)>. Acesso em 25/out 2018.

**ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS - NBR 9735:** 2006. Rio de Janeiro: ABNT, 2006.

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

**CLASSIFICAÇÃO DE PRODUTOS PERIGOSOS.** Disponível em:<[http://200.144.30.103/siipp/public/imprime\\_classificacao.aspx](http://200.144.30.103/siipp/public/imprime_classificacao.aspx)> Acesso em 25/out 2018.

**EMERGÊNCIA QUÍMICA.** Disponível em <<http://www.cetesb.sp.gov.br/emergencias-quimicas/>>. Acesso em 25/out 2018.



## ESTUDO DE VIABILIDADE DO COMÉRCIO DE ROUPAS SUSTENTÁVEIS NA REGIÃO DE BAURU/SP

Camila Reis Barnes Bueno<sup>1</sup>; Taine Stephanie Leandro de Almeida Cardoso<sup>2</sup>;  
Tatiene Martins Coelho<sup>3</sup>; Clemliton Luis Bassetto<sup>4</sup>;

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

<sup>2</sup>Aluna de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB taine.cardoso@hotmail.com;

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

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

**Grupo de trabalho:** ADMINISTRAÇÃO

**Palavras-chave:** Sustentabilidade; Moda; Comércio sustentável; Moda sustentável; Consumo ecológico;

**Introdução:** Nos últimos anos, tem sido muito discutida a questão da sustentabilidade em todas as áreas de produção e comércio, utilizando meios de produção sem desperdícios e cuidado com o meio ambiente. De acordo com Boff (2017), a sustentabilidade consiste em atitudes e ações que tem a finalidade de preservar a natureza, seus ecossistemas que permitem a existência e preservação de vida. Isto garante o suprimento de necessidades das gerações presentes e futuras e sua ininterruptão. Por isso é tão necessário que a sociedade compre de maneira consciente, responsável, prolongando a vida útil do produto, e entendendo que tudo que é consumido terá impacto ambiental e social, de forma positiva ou negativa e por isso, é necessário empreender buscando a sustentabilidade, já que empreender é envolver pessoas e processos que, de maneira coletiva busca tornar ideias em oportunidades (DORNELAS, 2005).

**Objetivos:** Analisar o mercado, fornecedores, clientes e concorrentes; calcular custos econômico-financeiros incidentes no setor de vestuário; apresentar um estudo de viabilidade da implantação do novo segmento de serviços junto à área de moda sustentável em Bauru apoiado em plano de negócio.

**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 pelo uso de recursos naturais não renováveis. Com o respectivo plano de negócio busca-se mostrar a relevância de aumentar o ciclo de vida do produto de maneira sustentável, transformando peças de vestuário que seriam descartadas na natureza, readequando-as para o uso e agregando valor a marca.

**Materiais e métodos:** Pesquisa exploratória de acordo com Cervo e Bervian (2002) com base em referencial teórico e pesquisa documental que busca aprimorar ideias e descobrir novas, pesquisa de cunho teórico em literatura especializada, estudo de caso de forma fictícia de acordo com os princípios de Gil (2009) com métodos e técnicas de coleta de dados, e a técnica de entrevista estruturada de acordo com os princípios de Marconi e Lakatos (2003).

**Resultados e discussões:** Este trabalho trata-se de um plano de negócio que busca analisar a viabilidade e servir de base na implantação de um *e-commerce* no ramo de moda sustentável na região de Bauru/SP. A princípio, foi realizada a construção de uma fundamentação teórica e posteriormente a criação do plano de negócio, buscando utilizar as informações levantadas em pesquisas bibliográficas como base para o desenvolvimento do

tema proposto neste plano. Dentre os conceitos estudados, tem-se o empreendedorismo, liderança, oportunidades, entre outros, que também impactam diretamente no dia a dia de qualquer organização. A escolha desde modelo de negócio foi realizada em meio á grande importância de se preservar insumos naturais utilizados para a produção de roupas, a necessidade de pensar sustentável e de como é possível adquirir peças em ótimo estado por um preço acessível e prolongar o ciclo de vida destas peças, auxiliando na preservação da natureza e economizando insumos necessários para as gerações futuras, pregando o consumo consciente e a importância da sustentabilidade, por isso trata-se de um modelo de negócio com uma grande oportunidade de crescimento. De acordo com informações levantadas, para a implantação da Pitanga Verde Shop, será necessário investimento inicial de aproximadamente 16 mil reais e o custo fixo mensal gira em torno de 17 mil reais. Com a comercialização prevista de 1000 peças por mês, o faturamento mensal é calculado em R\$ 45.530,00 e o resultado líquido financeiro totaliza R\$ 16.049,63. Buscando o crescimento constante do negócio serão realizadas campanhas de divulgação nas redes sociais, como Facebook e Instagram, focando sempre na questão do consumo sustentável. Como estratégia de marketing, foi desenvolvida a identidade visual que destaca a forma de trabalho da empresa e sua preocupação com o meio ambiente. Com base em todas as informações levantadas e dados analisados, a expectativa de retorno dos resultados operacionais e finais dos investimentos dá-se num período de 13 meses, com rentabilidade mensal média de 13,34%, o que mostra que o projeto é viável para investimento.

**Conclusão:** De acordo com o estudo realizado neste plano de negócio, empreender na área de moda sustentável é um projeto altamente rentável, que pode trazer alta lucratividade e valor de marca no mercado, pois um negócio que tem como princípio a sustentabilidade é de extrema importância para preservação da natureza, do meio ambiente e de insumos naturais necessários para as gerações futuras.

#### **Referências**

BOFF, Leonardo. **Sustentabilidade: o que é o que não é**. Petrópolis, RJ. Editora Vozes. 2017

CERVO, A. L; BERVIAN, P. A. **Metodologia Científica**. 5. Ed. São Paulo. Editora Prentice Hall. 2002

DORNELAS, José Carlos Assis. **Transformando ideias em negócios**. 2. Ed. Rio de Janeiro. Editora Elsevier. 2005

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 2009.

LAKATOS, E. M; MARCONI, M. A. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. Ed. São Paulo: Altas, 2003.

## ESTUDO DE VIABILIDADE DE UMA DISTRIBUIDORA DE ALIMENTOS SAUDÁVEIS EM BAURU/SP COM O APOIO DE UM PLANO DE NEGÓCIO

Jhonathan Henrique de Lima<sup>1</sup>; Leonardo Hirata Beline<sup>2</sup>; Tatiene Martins Coelho Trevisanuto<sup>3</sup>; Clemliton Luís Basseto<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Aluno de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – [jhonathan\\_henrique@outlook.com](mailto:jhonathan_henrique@outlook.com);

<sup>2</sup>Aluno de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB [leonardohirata1@gmail.com](mailto:leonardohirata1@gmail.com);

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

<sup>4</sup>Professor do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB [profbasseto@gmail.com](mailto:profbasseto@gmail.com).

**Grupo de trabalho:** Administração

**Palavras-chave:** Plano de negócio, alimentação saudável, empreendedorismo

**Introdução:** Sabe-se que uma boa alimentação é essencial para aumentar a qualidade de vida e prevenir doenças crônicas não transmissíveis, como diabetes e hipertensão. Conforme Mendonça (2010), a alimentação adequada e variada é rica em nutrientes que constituem um organismo saudável, prevenindo deficiências nutricionais e auxiliando a função imunológica. Muitas pessoas não conseguem ter uma alimentação saudável, pois possuem uma carga de trabalho elevada, não sobrando tempo para se alimentarem corretamente e optando por comer refeições industrializadas e rápidas. De acordo com Chiavenato (2005), o plano de negócio é um conjunto de dados e informações para um empreendimento futuro, e tem como objetivo definir os riscos, verificar a viabilidade financeira e facilitar sua implantação. Diante deste cenário, apresenta-se este plano de negócio para estudar a viabilidade de um negócio para fornecer uma alimentação saudável e ajudar na prevenção desses tipos de doenças relacionadas a má alimentação e para as pessoas que já as possuem, um controle para que possam continuar tendo uma vida duradoura e com qualidade.

**Objetivos:** Definir a importância de inovar no setor de alimentação saudável em Bauru, analisar o mercado, fornecedores, clientes e concorrentes. Calcular custos econômico-financeiros incidentes no setor de alimentação saudável em Bauru. Apresentar um estudo de viabilidade da implantação do novo segmento de serviços junto à área de alimentação em Bauru apoiado em um plano de negócio.

**Relevância do Estudo:** Este estudo realizado é importante para mostrar a viabilidade das empresas da área de alimentação saudável, pois houve um aumento no interesse por qualidade de vida e saúde, fazendo com que a procura por este tipo de alimentação aumente. O projeto traz praticidade e comodidade ao consumidor que se interessa em ter uma alimentação saudável, mas não possui tempo para preparar suas refeições adequadamente.

**Materiais e métodos:** De acordo com Cervo; Bevan (2002), a pesquisa exploratória busca aprimorar e descobrir novas ideias, é realizado por meio de pesquisa bibliográfica, desenvolvida por meio da consulta a livros, publicações e artigos científicos. Estudo de caso fictício, em que serão empregados os princípios de Gil (2009). Técnica de entrevista estruturada embasada nos princípios de Marconi; Lakatos (2003).

**Resultados e discussões:** Este projeto tem como finalidade verificar a viabilidade e servir como base para a abertura de um plano de negócio do ramo de alimentação saudável na

cidade de Bauru/SP. A primeira fase para elaboração do estudo de viabilidade foi o desenvolvimento de uma fundamentação teórica, a segunda fase foi a elaboração do plano de negócio com base em pesquisas bibliográficas. Foram-se abordados temas como empreendedorismo, diferença entre ideia e oportunidade, planejamento estratégico e de marketing, análise de ambiente interno e externo. A escolha por este modelo de negócio veio por meio da importância de ter-se uma boa qualidade de vida e uma melhoria na saúde, além de ser uma oportunidade para prevenir doenças crônicas, como diabetes e hipertensão, e para as pessoas já afetadas por estas doenças, uma oportunidade de obter-se um controle, através de uma alimentação saudável. Em relação a estratégia de marketing, foi-se desenvolvida uma identidade visual que remete a alimentação saudável, e serão formas de divulgação da empresa as páginas em redes sociais, como Facebook, Instagram e também haverá um site disponível para que sejam coletadas informações de contato para solucionar possíveis dúvidas dos clientes. De acordo com os resultados obtidos nas pesquisas, para a abertura da “Comer Saúde”, o investimento inicial será de R\$ 76.120,00, o faturamento mensal será de aproximadamente R\$ 95.875,00, tendo um valor de R\$ 61.559,47 referente aos custos variáveis e R\$ 23.172,95 referente aos custos fixos, obtendo um resultado operacional aproximado de R\$ 11.142,58. O prazo de retorno do investimento operacional e final é de 12 meses, tendo uma taxa mínima de atratividade de 11,35%, uma taxa interna de retorno de 116,82% e uma rentabilidade mensal média de 9,94%, portanto o projeto é viável para o investimento.

**Conclusão:** Conforme o estudo realizado através do plano de negócio, conclui-se que o investimento em alimentação saudável é altamente rentável, e traz uma boa margem de lucratividade. Percebe-se que a preocupação em se ter uma alimentação saudável tem aumentado constantemente e que o número de pessoas que se alimentam fora de casa e precisam de praticidade no dia a dia também tem sido maior, esses fatores acabam contribuindo para o fortalecimento da marca no mercado.

**Referências:**

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

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MENDONÇA, R. T. **Nutrição: Um guia completo de alimentação, práticas de higiene, cardápios, doenças, dietas, gestão**. 1. ed. São Paulo: Rideel, 2010.

## ANÁLISE DE VIABILIDADE ECONÔMICA DE UMA PRESTADORA DE SERVIÇOS DE MOTO TÁXI FEMININO

Carlos Augusto Salvador<sup>1</sup>; Natalia de Alcantara Brito Nunes<sup>2</sup>; Tatiene Martins Coelho Trevisanuto<sup>3</sup>; Clemilton Luís Bassetto<sup>4</sup>;

<sup>1</sup>Aluno de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB carlossalvador1994@hotmail.com;

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

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

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

**Grupo de trabalho:** ADMINISTRAÇÃO.

**Palavras-chave:** Moto táxi feminino. Transporte. Atendimento personalizado.

**Introdução:** Segundo site Dicas de MEI (2018) moto táxi é um tipo de transporte público individual na qual os passageiros têm ampla escolha de local de embarque ou desembarque, o que não acontece com as modalidades de transporte em massa. Este tipo de serviço tem sido incorporado muito ultimamente nos bairros ou regiões menos ricas, uma alternativa de subsistência aos jovens de classe baixa que, sem alternativa de emprego, procuram nesta atividade uma fonte de renda para sobreviver. Segundo Dornelas (2008 p. 166) “o empreendedor é aquele que faz as coisas acontecerem, e antecipa aos fatos e tem uma visão futura da organização”, já para Barreto (1998) “empreendedorismo é a habilidade de se conceber e estabelecer algo partindo de muito pouco ou quase nada”, assim Barreto enfatiza a grande importância do trabalho, além da capacidade de maximizar recursos.” Tendo em vista estes conceitos os autores propõem uma análise de viabilidade de uma prestadora de serviços de moto táxi feminino. Atualmente o serviço de moto táxi é prestado, em sua grande maioria, por condutores do sexo masculino, o que pode ocasionar situações de desrespeito, assédio, entre outros desconfortos as passageiras e clientes do sexo feminino. Para evitar esse tipo de situação propõem-se um novo modelo de prestar o mesmo serviço através de moto taxistas do sexo feminino.

**Objetivos:** Apresentar um estudo de viabilidade da implantação do novo modelo de negócio voltado para a prestação de serviços de moto táxi exclusivamente feminino.

**Relevância do Estudo:** Este estudo é de extrema importância, pois servirá como exemplo para as empresas de transportes do mercado, que atualmente não sabem lidar com situações de assédio e a violência sofrida, em sua grande maioria, por usuárias mulheres. A fim de sanar este problema, decidiu-se empreender nesse mercado propondo um novo modelo de transporte individual particular, este será prestado por mulheres, devidamente qualificadas para a função de moto taxistas.

**Materiais e métodos:** Para realização deste trabalho foi elaborada uma pesquisa bibliográfica e exploratória.

**Resultados e discussões:** Através dos dados levantados pelo Jornal da Cidade (2015), por dia, foram mais de 16 novos automóveis adquiridos e emplacados, que passaram a trafegar pelas ruas de Bauru/SP, gerando, porém, sobrecarga em seu sistema viário já bastante saturado em algumas regiões. Para propor um meio de transporte eficiente, barato, com o tempo de trajeto reduzido temos como opção o serviço de moto táxi, desta maneira, pretende-se preencher uma lacuna no mercado de serviços prestados com motocicleta, com o intuito de atender com qualidade o público feminino que demanda serviços de transporte pessoal; serviços Office (jurídicos e bancários) e transporte de mercadorias e encomendas

voltadas para pessoas físicas e jurídicas. Colocando à disposição do público alvo, somente colaboradoras do sexo feminino. Por tratar-se de um serviço que em sua grande maioria é prestado por condutores do sexo masculino, frequentemente passageiras estão sujeitas a situações de desrespeito, assédio, entre outros desconfortos. Para evitar esse tipo de situação propõem-se um novo modelo de prestar o mesmo serviço através de moto taxistas do sexo feminino. Pretende-se utilizar estratégias específicas com o intuito de empreender e inovar através desta oportunidade. A seguir são apresentados as técnicas e resultados obtidos através da pesquisa exploratória. **Instrumento de Pesquisa:** Foi utilizado um questionário que é uma série de perguntas ordenadas, busca de informações por parte de quem responde, para servir a quem pede ou ambas as partes. **Universo da Pesquisa:** Segundo Vergara (1997) o universo, ou população, é o conjunto de elementos que possuem as características que serão objeto do estudo, sendo assim o universo de pesquisa que compõem esta pesquisa é o de mulheres entre 17 e 60 anos de idade, que residem ou trabalham na cidade de Bauru e região. **Amostragem:** Ainda segundo Vergara (1997) seria a amostra, ou população amostral, é uma parte do universo escolhido selecionada a partir de um critério de representatividade, obteve-se 113 participantes e a tabulação com 100 apenas. **Resultados obtidos:** Através deste instrumento de pesquisa, conclui-se que 51% das entrevistadas alegaram que o transporte público não atende suas necessidades, e 72% apontam que utilizariam nossos serviços. Durante a análise de mercado, foi possível identificar que o crescimento do serviço de moto táxis nas cidades brasileiras ocorreu rapidamente, pois em algumas cidades a motocicleta é a único meio de locomoção e nos grandes centros, a agilidade e eficiência durante o deslocamento atraí muitas pessoas. Além de ser considerado um dos transportes mais baratos, devido à comodidade. De acordo do com o mercado de atuação da cidade de Bauru/SP encontra-se com alta atratividade, pois muitos dos moto taxistas são regulamentados, contraponto dos que trabalham clandestinamente. Ambos exercem a mesma função sem demonstrar nenhum diferencial. De acordo com o modelo de prestação de serviço apresentado ao cliente, à exclusividade de serviços, qualidade e eficiência, são pontos consideravelmente fortes durante a decisão de compra dos consumidores.

**Conclusão:** Através do trabalho desenvolvido a partir da pesquisa de mercado foi possível constatar que a grande maioria das mulheres entrevistadas aprova nosso trabalho idealizado especialmente para atendê-las. Outro ponto que buscou se desenvolver serviços com qualidade, benefícios e comodidade para as consumidoras.

#### Referências

BARRETO, L. P. **Educação para o empreendedorismo**. Salvador: Escola de Administração de Empresas da Universidade Católica de Salvador, 1998.

DICAS DE MEI. **Moto taxista**. Disponível em: <<https://www.dicasmei.com.br/dicas/dicas-de-negocios/mototaxista.html>> Acesso em 20 Outubro. 2018.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

JORNAL DA CIDADE - JCNET. **Fundação Seade aponta que Bauru cresceu em 11 mil habitantes (2015)**. Disponível em: <<http://www.jcnet.com.br/Geral/2015/05/fundacao-seade-aponta-que-bauru-cresceu-em-11-mil-habitantes.html>> Acesso em 25 mai.2017

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 1997.

## PROPOSTA DE UM PLANO DE NEGÓCIO DE IMPLANTAÇÃO DE UMA PIZZARIA LOCALIZADA NA CIDADE DE BAURU-SP

Elidri Cristina de Castro Sousa<sup>1</sup>; Flávia Guerra<sup>2</sup>; Tatiene Martins Coelho Trevisanuto<sup>3</sup>; Clemliton Luís Bassetto<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Aluna de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – [flaviaguerra53@gmail.com](mailto:flaviaguerra53@gmail.com);

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

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

<sup>4</sup>Professor do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB [profbassetto@gmail.com](mailto:profbassetto@gmail.com).

**Grupo de trabalho:** ADMINISTRAÇÃO

**Palavras-chave:** Plano de Negócios. Pizzaria. Mercado Alimentício.

**Introdução:** Este plano de negócio busca demonstrar a viabilidade da implantação da Pizzaria “*Italian Pizza*”, localizada na Rua Itororó, Qd. 13-75 – Vila Santa Inês – na cidade de Bauru – SP. Sua função principal é comercializar uma alimentação prazerosa, barata, rápida, atendendo a classe média, preservando os costumes, a sustentabilidade, proporcionando assim a qualidade de vida dos consumidores. Visto que os surgimentos de novos padrões de consumo alimentício veem transformando e conduzindo cada vez mais o mercado de alimentação, com identidade e origem, percebe-se que a nova tendência no mercado é agilidade em que o comerciante tem para entregar seu produto ao consumidor. Segundo Dornelas (2005), quando se fala de empreendedorismo, automaticamente dirige-se ao termo plano de negócios. O plano de negócios é a parte principal quando se refere a um processo empreendedor, ou seja, é através dele que o planejamento e as estratégias são formados, sendo a essencial ferramenta utilizada na gestão de um planejamento, desenvolvimento e instrumento de captação de recursos financeiros. De acordo com Mckinsey e Company (2006), viabilidade do negócio é promovida através de análises explorada pela empresa, com intuito de determinar a capacidade, potencial e o diferencial nos recursos e nas operações do negócio. Percebe-se que as viabilidades são surgidas somente quando há uma união entre a missão e os valores da empresa.

**Objetivos:** Avaliar e desenvolver um plano de negócio fornecendo informações econômicas, financeiras e contábeis para a implantação da pizzaria *Italian Pizza* com apoio de um plano de negócio.

**Relevância do Estudo:** Refere-se a uma proposta de um plano de negócio que tem como objetivo avaliar a viabilidade do mesmo, sendo positiva ou negativa.

**Materiais e métodos:** Para elaboração do projeto foi realizado uma pesquisa com referência bibliográfica abordando os tópicos referentes ao trabalho. Foi desenvolvida uma pesquisa quantitativa para ajudar na visualização dos resultados.

**Resultados e discussões:** Conforme Maximiano (2011), o plano de negocio é o desenho da empresa, sendo uma descrição detalhada da organização, tudo que é necessário para seu funcionamento e sua instalação. Na opinião de Las Casas (2001), qualquer organização que realiza o estudo do seu ambiente de atuação, deve criar um bom planejamento. E para isso, é preciso determinar todas as variáveis que influenciam nas atividades da empresa. Por este motivo, o fundamento básico de um planejador está nos movimentos de mercado, pois é através deste que as empresas poderão analisar e obter elementos para o seu planejamento. Segundo os dados do IBGE (2017), relata que o brasileiro gasta em cerca de 25% de sua renda com alimentação fora do lar. Já a Associação Brasileira de Indústrias



Alimentação (ABIA), revela que o setor alimentício tem crescido uma média anual de 14,2%. A indústria de *food service* faturou R\$ 242.8 bilhões de reais em 2012. A vida moderna e a falta de tempo tornaram-se os índices principais para o aumento do setor de *food service*.

**Conclusão:** Conclui-se que a proposta do plano de negócio é viável ao empreendedor. Mesmo com o país em crise o mercado alimentício tem expandindo-se de forma linear, pois conforme os dados do IBGE (2017), 34% dos brasileiros fizeram suas refeições fora de casa ou compraram alimentos prontos em lanchonetes, padarias, pizzarias e vendedores ambulantes. A partir dessas informações pode-se dizer que a pizzaria tem grande chance de se tornar mais conhecida, podendo ampliar-se ou desenvolver outras empresas.

### Referências

DORNELAS, J. C. A. **Transformando ideias em negócios**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

EXAME. **Segundo pesquisa, 34% dos brasileiros gastam com alimentação fora do lar**. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/negocios/dino/segundo-pesquisa-34-dos-brasileiros-gastam-com-alimentacao-fora-do-lar-shtml/>>. Acesso em 13 out. 2018.

LAS CASAS, A. **Administração de marketing: conceitos, planejamento e aplicação à realidade brasileira**. São Paulo: Atlas, 2006.

MAXIMIANO, A. C. A. **Administração para empreendedores**. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011. Disponível em: <[http://fibbauru.bv3.digitalpages.com.br/users/publications/9788576058762/pages/\\_7](http://fibbauru.bv3.digitalpages.com.br/users/publications/9788576058762/pages/_7)>. Acesso em: 12 mai. 2018.

MCKINSEY&COMPANY. **Negócios sociais sustentáveis: estratégias inovadoras para o desenvolvimento social**. São Paulo: Peirópolis, 2006. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?id=meO7y6diaJAC&printsec=frontcover&hl=pt-BR#v=onepage&q&f=false>>. Acesso em 12 mai. 2018.



---

## JUVI SPORTS: UM ESTUDO DE VIABILIDADE COM O APOIO DE UM PLANO DE NEGÓCIO.

Victor Antônio Claro de Araujo<sup>1</sup>; José Reginaldo Barros Souto Junior<sup>2</sup>; Tatiene Martins Coelho<sup>3</sup>; Clemilton Luís Bassetto<sup>4</sup>

- <sup>1</sup> Aluno do curso de administração das Faculdades Integradas de Bauru – FIB - victor.admreluz@gmail.com;  
<sup>2</sup> Aluno do curso de administração das Faculdades Integradas de Bauru - FIB - admjunior763@gmail.com;  
<sup>3</sup> Professora do curso de administração das Faculdades Integradas de Bauru - FIB - tatiene@gmail.com  
<sup>4</sup> Professor do curso de administração das Faculdades Integradas de Bauru - FIB - profbassetto@gmail.com

**Grupo de trabalho:** Administração

**Palavras-chave:** Plano de negócio. Empreendedorismo. Futebol. *Society*.

**Introdução:** O plano de negócios é uma forma de orientar as ideias de um empreendedor no momento em que este decide por um novo negócio, auxiliando na verificação da viabilidade deste empreendimento. Portanto, o plano é uma forma de orientar uma busca detalhada de informações sobre o ramo, produtos, serviços, clientes, fornecedores, concorrentes e principalmente as forças e fraquezas do negócio (ROSA, 2007). Por meio deste estudo ele consegue verificar todas as informações do ramo da empresa e com a sua análise a verificação de viabilidade. O trabalho desenvolvido refere-se ao plano de negócio de implantação de campos *society's* com padrões oficiais. Serão dois campos, com gramado e equipamentos de qualidade, oferecendo o que há de melhor no mercado. Contará com estacionamento espaçoso, área de lazer e conveniência ampla com temas esportivos e um *menu* com a típica comida de bar/petiscaria. Apresenta-se um conceito inovador em relação aos campos convencionais da cidade, pois cada campo contará com câmeras HDs que irão captar cada lance da partida e após os jogos ambas as equipes ganharam um DVD para ver suas jogadas, tornando a partida o mais perto possível de um jogo profissional. Já possuem algumas empresas no Brasil e no mundo que desenvolvem um modelo de negócio parecido com o que será apresentado, porém, em Bauru especificamente, é algo completamente novo.

**Objetivos:** Apresentar a importância de inovar no setor de prestação de serviços de lazer em Bauru referente aos campos *society's* e demonstrar a necessidade do estudo de viabilidade com o apoio da elaboração do plano de negócio.

**Relevância do Estudo:** Segundo Silva (2001), para todo o povo brasileiro o futebol é unanimidade quando se pensa em lazer, como praticante ou até mesmo como torcedor, pois permite a liberação de estresse e tensões que o dia a dia acaba trazendo. O Brasil é mundialmente conhecido como o “país do futebol”, o esporte mais conhecido e praticado aqui, independente de gênero e idade. De acordo com o PORTAL G1 (2012), o futebol é detentor do título de esporte favorito dos brasileiros, sendo preferência de 77% dos entrevistados. Com isso, verificou-se a necessidade de abertura de um negócio deste ramo na cidade de Bauru, uma vez que, além de ser uma cidade de forte poder econômico na região centro-oeste do estado, este plano de negócio propõe a aproximação entre amantes deste esporte através de um lugar amplo, agradável, confortável e diferenciado, permitindo momentos de confraternização entre amigos e familiares, além de incentivar a prática esportiva saudável, a qual traz satisfação, diversão e reduz os níveis de estresse.

**Materiais e métodos:** A metodologia utilizada foi um estudo de caso que analisou o mercado pretendido com pesquisas realizadas em livros e sites. Os livros ajudaram a identificar o parecer de autores sobre alguns pontos e a importância de cada um deles para o empreendimento. E os sites auxiliaram na busca por informações que trouxessem dados atualizados e pudessem comprovar a grande probabilidade de o projeto dar certo.

**Resultados e discussões:** Através de pesquisa, análise de fornecedores e concorrentes, verificou-se quais estilos de trabalho e quais diferenciais a empresa precisará desenvolver para manter-se no mercado e também conquistá-lo. Segundo Chiavenato (2003) o planejamento estratégico é um processo de construção de estratégias organizacionais no qual se objetiva a inserção da organização e de sua missão no ambiente que está. Os estudos relacionados ao planejamento estratégico e as análises internas e externas, apresentaram as oportunidades e ameaças, as forças e fraquezas que o negócio enfrentará, formando um panorama de situações para que a empresa consiga antecipá-los e agir de forma rápida em momentos de necessidade. Para Dornelas (2005) as estratégias de marketing são meios e métodos que a empresa deverá utilizar para atingir seus objetivos. O plano de marketing também foi desenvolvido, atentando-se sempre para aspectos como localização do negócio, campanhas publicitárias, responsabilidade social e demais dados. Foi apresentado também os aspectos legais e tributários, constando todos os requisitos que a empresa terá que seguir para que se mantenha em dia com suas obrigações. E por fim, o planejamento financeiro verificou a viabilidade financeira do negócio, onde mostrou-se viável conforme mostra os dados referentes ao investimento inicial, fluxo de caixa, os demonstrativos de resultado, as projeções de receitas e despesas fixas e variáveis.

**Conclusão:** Pode-se concluir com o estudo realizado que o plano de negócios é de suma importância para o empreendedor, pois a falta de planejamento em muitas empresas, principalmente as pequenas, faz com que percam competitividade, tomem atitudes equivocadas em momentos de necessidade e fechem suas portas logo nos seus primeiros anos de existência. Através das informações coletadas nota-se que a empresa tem um diferencial frente à concorrência e vai explorar ao máximo suas forças e oportunidades se precavendo das fraquezas e ameaças, tornando o empreendimento mais atrativo e competitivo. No que diz respeito à parte financeira do negócio e atendendo ao objetivo central da pesquisa, é possível afirmar frente aos resultados obtidos, que o plano apresentado é viável e possui uma resposta rápida no mercado com boa margem de retorno.

### Referências

CHIAVENATO, I. **Remuneração, benefícios e relações de trabalho:** como reter talentos na organização. 3. ed. São Paulo. Atlas, 2003

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

PORTAL G1. **Futebol é 'maior paixão' para 77% dos brasileiros, aponta pesquisa Ibope.** 2012. Disponível em: <<http://g1.globo.com/brasil/noticia/2012/12/futebol-e-maior-paixao-para-77-dos-brasileiros-aponta-pesquisa-ibope.html>>. Acesso em: 18 mar. 2018.

ROSA, Cláudio Afrânio. **Como elaborar um plano de negócio.** Brasília: SEBRAE, 2007.

SILVA, S. R. **Tua imensa torcida é bem feliz:** da relação do torcedor com o clube. 2001. 130 f. Tese (Doutorado em Estudos do Lazer) – Faculdade de Educação Física, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2001.

---

## QUALIDADE DE VIDA NO AMBIENTE DE TRABALHO

Geovane De Carvalho Montanholi<sup>1</sup>; Guilherme De Paula Oliveira Dos Santos<sup>2</sup>; Rafael Rene Michelin<sup>3</sup>; Marisa Sormani Bastos Marques<sup>4</sup>.

<sup>1</sup>Aluno do Curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB –  
GeovaneMontanholi@outlook.com;

<sup>2</sup>Aluno do Curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB –  
Guibs01@outlook.com;

<sup>3</sup>Aluno do Curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB –  
Rafa\_Rene@outlook.com;

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

**Grupo de trabalho:** Administração.

**Palavras-chave:** Qualidade, Trabalho, Saúde, Administração, Gestores.

**Introdução:** Qualidade de vida no trabalho, refere-se como tratar seus funcionários para fazer com que eles busquem uma máxima produção desta monta, dando resultados positivos para a empresa e não prejudicando sua saúde. Para que isso aconteça é necessário criar um vínculo entre empresa e funcionários para que dessa forma, ambos entre em consenso buscando uma harmonia benéfica a ambos.

**Objetivos:** Sensibilizar empresas e gestores que o investimento e a atenção em programas de QVT podem gerar resultados positivos, tanto para empresas quanto para trabalhadores.

**Relevância do Estudo:** Considera-se que tal estudo foi de extrema relevância para futuros gestores pois endossa que o cultivo da saúde no ambiente de trabalho leva a benefícios importantes tanto para empresa quanto para os funcionários.

**Materiais e métodos:** Trata-se de uma pesquisa bibliográfica, que, segundo Dakatos e Marconi(1987), é o levantamento de toda a bibliografia já que publicado em forma de livros, revistas, jornais, boletins, monografias, dissertações, com o objetivo de colocar o pesquisador em contato direto com todos o material já escrito sobre o assunto.

**Resultados e discussões:** A contemporaneidade mostra a expectativa pessoal dos profissionais é que, se a empresa busca qualificar-se tanto nos produtos quanto em serviços oferecidos, ações de qualidades de vida devem ser incluídas de forma definitiva no cotidiano empresarial. Pode-se entender que, para que um profissional alcance uma vida qualificada no trabalho ele obtenha qualidade de vida pessoal, social e familiar. O que é mostrado pela história é que o homem possui uma busca intensa pela felicidade, porem para encerrar essa busca com sucesso é necessário ter saúde, satisfação interior e com o trabalho, tudo o que compreende como qualidade de vida (CONTE, 2003). Os estudos atuais tiveram como propósito sugerir ações e programas de promoção da QTV a serem seguidos como modelo, aspirando à saúde do trabalhador e a conquista das empresas. Foi observado que existem poucos programas que possuem em vista a saúde dos trabalhadores dentro de empresas. Urge-se haver instalações de estratégias para sensibilizar a alta gestão, pois programas de Qualidade de Vida servem para baratear custo com saúde, possuindo assim um caráter preventivo. Muitos programas de QTV possuem dificuldades a serem implantados em empresas, um dos problemas como exemplo é a mentalidade e a cultura presente no ambiente. Cada empresa deve realizar sua parte para a mudança cultural das práticas de saúde, tendo em vista que através disso, tais prevenções de riscos ocupacionais, resultara

em ganho secundário. Necessita-se então realizar menos discursos e agir mais, para que o QTV faça parte de um projeto organizacional estratégico, não desaparecendo assim que for encontrado uma dificuldade. Uma vez visto que a empresa é onde os trabalhadores passam a maior parte de suas vidas, seria natural que ela fosse um local mais agradável e aprazíveis para trabalhar (ALVES, 2011). A qualidade de vida do profissional, tende a ser estudada de diversas formas, visando adquirir um melhor aproveitamento de seus funcionários, para que dessa forma atinjam uma máxima produtividade e resultados positivos. Entretanto nesse caminho na busca do aperfeiçoamento da qualidade de vida, encontram-se diversos contratempos exemplificados e corroborados pelos autores Jardim; Barreto; Assunção (2007), que em estudos realizados em uma escola localizada na cidade de Belo Horizonte com a participação de mais de 2.133 professores, relata como a disфонia (enfraquecimento da voz),tende a afetar na qualidade de vida do professor, através de um questionário internacional padronizado com dois domínios: sócio emocional e físico, obtendo como resultado que condições adversas de trabalho está relacionada com uma pior qualidade de vida, afetando tanto o lado pessoal quanto profissional (JARDIM; BARRETO; ASSUNÇÃO, 2007). Diante da discussão das noções sobre a QVT deu-se prioridade a valorização das mudanças na organização devido a participação dos trabalhadores na Organização Internacional do Trabalho (OIT). Pode-se afirmar, segundo Antunes, 1995; Hirata e Zarifian, 1991 apud Lacaz, (2000, p.08,09),

que a temática da QVT assume maior relevância nos anos 70, quando se dá um esgotamento da organização do trabalho de corte taylorista/fordista, ao qual associa-se um aumento do absenteísmo, da insatisfação no trabalho e da não aderência dos trabalhadores às metas definidas pela gerência. O modelo japonês é o novo paradigma de organização do trabalho, visando superar essa realidade, apesar de tal modelo, conforme apontam alguns estudiosos, reduzir a autonomia nas relações de trabalho, além de envolver um controle importante da vida extraprofissional pela estrita utilização do tempo a serviço da empresa.

**Conclusão:** Ressalte-se que a ideia de QVT aqui defendida envolve questões intrinsecamente ligadas às novas tecnologias e seu impacto para a saúde e o meio ambiente; aos salários, incentivos e participação nos lucros das empresas; à criatividade, autonomia, grau de controle e quantidade de poder dos trabalhadores sobre o processo de trabalho. Reivindica assim um replanejamento para possibilitar um debate das demandas de uma maneira mais democrática e igualitária, promovendo uma competição saudável para os trabalhadores e também conseguir assim uma maior produtividade.

### Referências

Revista "FAE BUSINESS", n.7, nov. 2003, p. 32-34, escrito por: Antonio Lázaro Conte.9

Revista interfacEHS-v.6, n.1, artigo, abril.2011, p. 60; p. 75-76, escrito por: Everton Fernando Alves.

Artigo "Condições de trabalho, qualidade de vida e disфонia entre docentes", publicado na "Sei ELO Public. Health", p. 20; p. 21, escrito por: Renata Jardim; Sandhi Maria Barreto; Ada Ávila Assunção

Artigo "Qualidade de vida no trabalho e saúde/doença", publicado na "Sei ELO Public. Health", p. 01; p. 08-09, escrito por: Francisco Antônio de Castro Lacaz

## COZINHA COMPARTILHADA *SPACE CHEFF*

Laion de Souza<sup>1</sup>; Marcos Alexandre Batista<sup>2</sup>; Tatiene Martins Coelho<sup>3</sup>; Clemliton Luis Basseto<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Aluno de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB laionsouzaa@gmail.com;

<sup>2</sup>Aluno de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB marcs\_balex@hotmail.com;

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

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

**Grupo de trabalho:** ADMINISTRAÇÃO

**Palavras-chave:** Cozinha compartilhada, empreendedorismo e gastronomia.

**Introdução:** Nos dias atuais as pessoas estão cada vez menos preparando suas próprias refeições, existem alguns fatores para isso estar acontecendo, desde a falta de tempo devido aos afazeres do cotidiano, e inserção das mulheres no mercado de trabalho. Isso consequentemente vem trazendo as pessoas a consumir cada vez mais em restaurantes, lanchonetes, bares e cafés. Entretanto empreender na área relacionada a alimentação e uma forma eficaz de se alcançar o sucesso. Para Dornelas (2001), o empreendedor social tem como compromisso de vida construir um mundo melhor para as pessoas. Em causas humanitárias com um único comprometimento. Tem anseio de mudar o mundo, abrindo portas para aqueles que não têm acesso a elas.

**Objetivos:** Analisar o mercado, fornecedores, verificar público alvo e concorrentes, calcular custos econômicos e financeiros; apresentar a importância de se investir no setor de locação de cozinhas compartilhadas no ramo de gastronomia situado em Bauru, e demonstrar a necessidade do estudo de viabilidade com a elaboração de um plano de negócio.

**Relevância do Estudo:** Foi realizada uma proposta de negócio no setor gastronômico, cujo espaço será locado a chefes de cozinha, amadores, curiosos e todos aqueles que amam a gastronomia. Para se tornar um bom empreendedor cria-se um plano de negócio estruturado, completo e que engloba os componentes importantes para determinar corretamente o projeto (CHIAVENATO, 2005).

**Materiais e métodos:** Realizamos pesquisas qualitativas, quantitativas e com base em referencial teórico. Segundo Troster e Morcillo (1999) “a empresa e a unidade econômica de produção encarregada de trocar os fatores de produção (trabalho, capital e recursos naturais) para produzir bens e serviços, que depois serão vendidos no mercado”.

**Resultados e discussões:** A princípio elaborou-se uma fundamentação teórica e seguidamente um plano de negócio, através de fontes bibliográficas obtemos informações sobre o tema indicado, realizou-se pesquisa em campo dentro da cidade de Bauru observando o ambiente do segmento. Para o Sebrae (2015), o plano de negócio se caracteriza através de um documento de projeto e capaz de comprovar a viabilidade de um empreendimento a partir dos seus componentes estratégicos, que são mercados, operações e gestão financeira. O que se tornou fundamental para estrutura do plano de negócio foi a realização da pesquisa bibliográfica, já a pesquisa em campo contribui com a análise de mercado, visando os hábitos dos consumidores e quais motivos levam a escolherem ou frequentarem determinado ambiente. Os dados foram obtidos através de pesquisas e avaliações em cozinha compartilhada na cidade de Santo André, SP, restaurantes

concorrentes dentro da cidade de Bauru onde o negócio será implantado e o público alvo em geral. Para a realização desse projeto foi necessário estudar alguns conceitos que se incluem empreendedorismo, gastronomia e locação de acordo com o planejamento atribuído. Drucker (2010) retrata o empreendedorismo uns dos requisitos para sobreviver bem como suas práticas diretrizes, necessitam adaptar-se as novas mudanças, dominarem a inovação e competência diante do contexto competitivo se deparam. Diante disto pode-se desenvolver o conceito da empresa e sua forma de atividade, exemplificando os produtos e serviços oferecidos, dentro da segmentação do mercado de atuação buscando analisar constantemente a concorrência, a sensibilidade do mercado e o comportamento dos clientes de acordo com suas necessidades e desejos. Desenvolvemos a estratégia do negócio atentos aos aspectos jurídicos e legais conforme a região de implantação, e análise financeira para verificar a viabilidade do planejamento. Através das análises e levantamentos dos dados, o retorno dos resultados operacionais será no prazo de 15 meses e os resultados finais dos investimentos aplicados em um prazo de 18 meses, apresentando uma rentabilidade de 6,32% ao mês, mostrando que o projeto se torna viável para o investimento.

**Conclusão:** O empreendedorismo faz parte do cotidiano dos Brasileiros, e a cada dia que passa nota-se que há uma inserção muito grande no mercado, não somente por prazer mais por necessidade, devido ao cenário Brasileiro em que as empresas se encontram. Sobre tudo existem comprovação através de dados e à importância de crescimento econômico causado por micro e pequenas empresas concedendo maior empregabilidade.

#### **Referências**

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espirito empreendedor.** São Paulo: Saraiva, 2005. (IALBERTO CHIANEATO, 2005, P.127).

DORNELAS, Jose Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios.** Rio de Janeiro: Elsevier 2001. ]

DRUCKER, P.F. **inovação e espirito empreendedor:** práticas e princípios. São Paulo: Elsevier,2010.

TROSTER, R.L; MORCILLO, F.M. **Introdução à economia.** São Paulo: Makron Books, 1999.

SEBRAE. **Aprenda a fazer um plano de negócio.** 2015.disponivel em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mg/artigos/aprenda-a-fazer-1-plano-de-negocio,30a20170a8c86410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 18 de maio de 2018

## PROPOSTA DE ANÁLISE DE VIABILIDADE PET'S CAR

Juliana Monica Celestino<sup>1</sup>; Talita Gabriele de Souza<sup>2</sup>; Clemliton Luís Bassetto<sup>3</sup>; Tatiene Martins Coelho Trevisanuto<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Aluna do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – juliana\_jm\_@gmail.com;

<sup>2</sup> Aluna do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB tgdesouza20@gmail.com;

<sup>3</sup> Professores do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB

**Grupo de trabalho:** Administração

**Palavras-chave:** Mercado Pet, Inovação, empreendedorismo

**Introdução:** Diante do cenário atual, apesar do mercado de modo geral estar estagnado, o mercado de Pet tem apresentado um crescimento animador.

Mesmo crescendo mais devagar, o mercado de animais de estimação representa 0,38% do produto interno bruto (PIB) e já é maior do que a linha branca de geladeira e fogão, diz José Edson Galvão de França, presidente executivo da Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação (Abinpet, 2017). Segundo o Portal G1 (2017, p. 1), no ano passado, o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) divulgou que há mais de 50 milhões de cães e 22 milhões de gatos em nosso país. Esses dados nos ajudam a entender o sucesso de um dos setores que mais crescem no Brasil: o mercado pet. Segundo Dornelas (2005), nos últimos anos após várias tentativas de estabilização da economia e da imposição da globalização fizeram com que as empresas buscassem alternativas para se manter competitivas no mercado e ainda reduzindo custos, essas mudanças trouxeram consequências para a sociedade, uma delas foi a alta no índice de desemprego essa junção de fatores despertou nos desempregados a necessidade e oportunidades de criar negócios próprios. Dolabela (1999, p.25), afirma que “o empreendedorismo é um fenômeno cultural, ou seja, empreendedores nascem por influência do meio em que vivem”. O Portal do SEBRAE (2016) afirma que o empreendedorismo e inovação são como dois lados de uma mesma moeda, que se estiver parada não tem valor algum. Para empreender é preciso ter espaço para criar, colocar ideias em prática e de fato inovar. Diante do cenário apresentado pretende-se pesquisar quais estratégias a serem desenvolvidas na empresa PET'S CAR para ações de viabilidade de empreender e inovar em um novo negócio e como fazer isso acontecer com sucesso. O Pet's Car é um pet shop onde os serviços de banhos e tosas serão oferecidos em domicílio e locais estratégicos de fáceis acessos, gerando aos clientes comodidade, satisfação e praticidade, enquanto cuidam de seus pets. Conta com instalações de acordo com as normas da Vigilância Sanitária para seu funcionamento. Oferece produtos qualificados e de procedência garantida. Ainda, serão fornecidas rações para os diferentes raças e portes de animais, brinquedos em geral e shampoo. A proposta é seguir a linha de *food truck* e levar a loja inteira até os clientes.

**Objetivos:** O objetivo deste plano de negócios é analisar a viabilidade do conceito de negócio e orientar o desenvolvimento das operações e estratégia apresentando a importância de inovar no setor de prestação de produtos e serviços no mercado de PET em Bauru.

**Relevância do Estudo:** As pesquisas feitas na Associação Nacional dos Distribuidores de Produtos PET - ANDIPET e no Portal G1 (2017), indicam um crescimento do mercado pet, fator motivador para a escolha da área de negócio que pretende-se atuar.

Mesmo no cenário de crise o setor mantém certa resiliência no que diz respeito aos outros

segmentos econômicos devido a relevância que os animais têm para a família Brasileira. Pets se tornaram fontes inesgotáveis de dinheiro como mostra na revista EXAME (2017), um mercado sem crise, que oferece oportunidades tanto para a criação de um negócio como para Inovações em negócios já existentes.

**Materiais e métodos:** Foi realizada uma revisão bibliográfica dos livros destacados durante a faculdade, desenvolveu-se todo processo de pesquisa de campo e pesquisa sobre o mercado escolhido. Bem como, toda análise de viabilidade do empreendimento, busca de serviços e produtos oferecidos estimados em valores reais.

**Resultados e discussões:** Durante a elaboração do trabalho foi possível identificar o alto crescimento do ramo de pet em relação aos outros mercados e o quanto vem crescendo nos últimos anos, identificado pelas pesquisas realizada. Verificou-se como as pessoas se importam com seus animais e o que fazem pelo mesmo, como era tratado antes e como tratam hoje seja ele um cachorro, gato dentro outros. Foram feitos estudos de viabilidade para assertividade do empreendimento onde foi possível averiguar o quanto o ramo é tendência nos últimos anos.

**Conclusão:** Com a conclusão da análise de viabilidade do mercado escolhido, pode-se identificar que o ramo de pet é o melhor empreendimento para investir, apesar da crise que o Brasil vem enfrentando junto a seu comportamento, o mercado consegue se destacar, obtendo crescimento constante conforme todas as pesquisas realizadas, contudo seu retorno está dentro de seis meses, o que o torna mais atrativo.

#### Referências

ABINPET. **Agro em dia**.2018. Disponível em <<https://agroemdia.com.br/2018/06/28/setor-pet-brasileiro-ja-e-o-terceiro-maior-do-mundo/>>. Acesso em 20 de jul. 2018.

ALVARENGA, D **Renda maior aumenta gastos com beleza e faz de salão o negócio da vez**. G1, São Paulo, 2 fev. 2011. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/pme/noticia/2011/09/renda-maior-aumenta-gastos-com-beleza-e-faz-de-salao-onegocio-da-vez.html>>. Acesso em: 01 de jun. 2018.

DORNELAS, J. C. **Que grande ideia!** 2006. Disponível em: <<http://www.josedornelas.com.br/artigos/grande-ideia/>>. Acesso em: 10 de mai. 2018.

REVISTA EXAME. **Como ter um pet shop de sucesso em ano de crise**. 2017.em <<https://exame.abril.com.br/negocios/dino/como-ter-um-pet-shop-de-sucesso-em-ano-de-crise-shtml/>>. Acesso em 15 de jul. 2018.

SEBRAE. **Como elaborar um Plano de Negócio**. 2011. Disponível em <[http://www.dce.sebrae.com.br/bte/bte.nsf/90790DC06383839F03256FAA006CB0AD/\\$File/NT000A44AE.pdf](http://www.dce.sebrae.com.br/bte/bte.nsf/90790DC06383839F03256FAA006CB0AD/$File/NT000A44AE.pdf)>. Acesso em 18 de jul. 2018.



---

## CONCEITOS INTRODUTÓRIOS DE ANÁLISE DE RISCO

Luís Carlos Gonçalves<sup>1</sup>; Kleber Luiz Nardoto Milaneze<sup>2</sup>; Marco Antonio Gandolfo Rodrigues<sup>3</sup>; José Paulo Nardone<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Mestre em Administração e professor do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – lcg1954@hotmail.com

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

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

<sup>4</sup>Professor Ms do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB  
Jpnardone@hotmail.com;

### Grupo de trabalho: ADMINISTRAÇÃO

**Palavras-chave:** análise de risco, investidor, investimento, risco.

**Introdução:** As crises que se abateram sobre as economias são uma constatação da existência do risco. Não sendo possível prevê-los com exatidão, torna-se necessário utilizar técnicas de análise de riscos que permitirão evitar ou, pelo menos, minimizar seus efeitos sobre a atividade empresarial e de investimento.

**Objetivos:** Apresentar conceitos básicos do estudo da análise de riscos e da importância de sua mensuração no processo de gestão.

**Relevância do Estudo:** Apresentar conceitos introdutórios de análise de riscos, sua taxonomia e a importância dos instrumentos de análise de riscos no processo de gestão das empresas e nas decisões de investimentos.

**Materiais e métodos:** Pesquisa bibliográfica em trabalhos de diversos sobre o assunto. Conforme Cervo; Bervian, (2002), não importa o tipo e área da pesquisa, supõe-se e exige-se uma pesquisa bibliográfica prévia, tanto para o levantamento do estado da arte do tema, como para a fundamentação teórica, justificando os limites e contribuição da própria pesquisa.

**Resultados e discussões:** As crises e catástrofes financeiras que se sucederam nos últimos tempos nos levam à constatação de que o risco existe. De acordo com Hoji (2017, pág. 509), “o risco existe em todas as atividades empresariais”. O cuidado e diversificação, no sentido de precaver-se contra possíveis riscos, é uma tônica quando se trata de finanças, no contexto atual (LIMA, 2018). A análise de risco proporciona ao investidor um amplo e completo estudo abrangendo, desde a identificação dos riscos existentes, mensurando-os e interpretando os resultados fornecidos pelas ferramentas de análise de riscos e tomada de decisões sobre o assunto. A análise de riscos proporciona maior grau de confiabilidade nas decisões tomadas. Há diversas definições de risco. Para Bernstein (1997), a origem do termo vem do italiano *risicare*, cujo significado é ousar. A palavra risco também pode ser entendida como a inconstância de resultados imprevistos (JORION, 2010). A análise de riscos é um processo com o qual é possível diagnosticar a diversas situações e possibilidades de ocorrências imprevistas, podendo mensura-las e adotar controles para minimizar ou eliminar os efeitos sobre as decisões financeiras. O risco é um dos principais pontos de atenção no gerenciamento das empresas. De acordo com Gherman (2005), os controles internos são utilizados como mecanismos de gerenciamento. Cabe à área de controladoria das empresas, criar os mecanismos de controle interno para o gerenciamento dos riscos. Quando os riscos são assumidos pelo investidor, são chamados de riscos

estratégicos, e tem como objetivo obter ganhos competitivos no mercado e a criação de valor. O sucesso das empresas está diretamente relacionado às tomadas de decisões relativas ao setor de atuação destas. Os riscos que uma empresa assume e sobre os quais não tem controle, são chamados de não estratégicos. Como se tratam de riscos que envolvem a conjuntura econômica, social e política, são de difícil controle e a maneira de enfrenta-los reduzindo, assim, suas consequências sobre a empresa, consiste na diversificação dos negócios. A ocorrência de eventos que possam levar a eventuais perdas no mercado financeiro, constituem os chamados riscos financeiros. Tais riscos decorrem de inconstâncias em variáveis financeiras que podem levar os investimentos a resultados diferentes dos planejados, com alterações nos fluxos de caixa. As variações dos preços dos ativos e passivo e uma empresa, constitui-se no que se denomina risco de mercado. Este apresenta dois tipos: o risco absoluto e o risco relativo. O valor da perda monetária potencial expressa em moeda corrente constitui o risco de mercado absoluto. O risco de mercado relativo consiste no *“valor do risco relacionado a um índice de referência medido em termos de desvios em relação a essa referência”* (Lima, 2018, pág. 7). O risco de mercado é o que apresenta o maior conjunto de métodos de avaliação de riscos. A possibilidade de não recebimento de um valor devido, seja por uma operação comercial com mercadorias, seja por uma operação financeira, como por exemplo, um empréstimo, é chamado de risco de crédito. Uma forma de controlar o risco de crédito é o estabelecimento de limites na concessão de crédito, através de uma análise de risco dos clientes. Uma outra espécie de risco, é o risco de liquidez, que se refere à possibilidade de não conseguir negociar um ativo no mercado. No risco de liquidez inclui-se, ainda, o risco de liquidez de fluxo de caixa ou de financiamento, quando não se consegue honrar passivos por falta de recursos. O planejamento financeiro e controle do capital de giro é a forma de controlar esse risco. Erros humanos, propositais, ou não, tecnológicos ou ambientais, constituem o que se denomina de risco operacional. Controles internos e a revisão periódica de processos, podem atenuar a ocorrência deste risco. Na ocorrência de uma operação não amparada pela legislação em vigor, surge o risco legal.

**Conclusão:** O risco está presente em todas as atividades empresariais e de investimentos. Deve-se conhecê-lo e mensurá-lo para que seus efeitos sejam reduzidos, ou eliminados.

### Referências

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

GHERMAN, Marcelo. **Controles Internos** – Buscando a solução adequada Parte I. disponível em [http://www.checkuptool.com/artigo\\_04.htm](http://www.checkuptool.com/artigo_04.htm). Acesso em 22/10/2018.

HOJI, Masakazu. **Administração Financeira e orçamentária**: matemática financeira aplicada, estratégias financeiras, orçamento empresarial. 12<sup>a</sup> ed., São Paulo: atlas, 2017.

LIMA, Fabiano Guasti. **Análise de riscos**. 2<sup>a</sup> ed., São Paulo: Atlas, 2018.

BERNSTEIN, Peter L. **Desafio aos deuses**. 2<sup>a</sup> ed., Rio de Janeiro: Campus, 1997.

JORION, Philippe. **Value at risk**: a nova fonte de referência para a gestão de risco financeiro. 2<sup>a</sup> ed. São Paulo: BM&FBOVESPA, 2010.

## LIDERANÇA

Camilla Grilo Ferreira<sup>1</sup>; Daiana Larissa Camargo<sup>2</sup>; Tayane de Jesus Germano de Paula<sup>3</sup>; Marcela Lanzoni Pereira<sup>4</sup>, Marisa Somani Bastos Marques<sup>5</sup>.

<sup>1</sup>Aluna do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB  
Camilla-grilo@hotmail.com;

<sup>2</sup>Aluna do curso de Gestão de Recursos Humanos – Faculdades Integradas de Bauru – FIB  
daianalarissacamargo@hotmail.com;

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

<sup>4</sup>Aluna do curso de Gestão de Recursos Humanos – Faculdades Integradas de Bauru – FIB  
marcelalanzoni1990@gmail.com;

<sup>5</sup>Professora do curso de Administração/ Gestão de Recursos Humanos – Faculdades Integradas de Bauru – FIB  
marisainteragir@gmail.com.

**Grupo de trabalho:** ADMINISTRAÇÃO/TECNOLOGIA EM GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS.

**Palavras-chave:** Liderança, Líder, Liderado, Ambiente Organizacional, Gestão de Liderança e pessoas.

**Introdução:** O tema “liderança” muitas vezes, traz um fenômeno comportamental consigo, a partir das demais diferentes necessidades, objetivos e focos. Analisando sua eficiência e sua eficácia, dentro ou fora do mercado. Sendo visto e falado como papel e função principal dentro de uma organização por adquirir conceitos teóricos, materiais e práticos e também pessoal para ter essa função.

**Objetivos:** Este trabalho tem como objetivo exemplificar, de forma clara e sintetizada, a competência a respeito de um líder ou liderança.

**Relevância do Estudo:** A liderança é um tema candente na atualidade. Tornou-se um assunto em destaque pela importância que se tem, principalmente no quesito organizacional e operacional de uma empresa, relevância essa que vem por meio de algo que eleva alguma coisa, ou alguém à sua maior realização. No sentido oposto, quando uma pessoa deixa de ser líder ou exercer este papel, ela retrocede no processo que era para ser construtivo e que passa a ser destrutivo.

**Materiais e métodos:** Trata-se de uma pesquisa bibliográfica, que, segundo Lakatos e Marconi (1987), é o levantamento de toda a bibliografia já publicada em forma de livros, revistas, jornais, boletins, monografias, dissertações, com o objetivo de colocar o pesquisador em contato direto com todo o material já escrito sobre o assunto.

**Resultados e discussões:** De acordo com Benis (1988, p.18), “uma empresa com falta de capital pode tomar dinheiro emprestado, e uma em má localização pode mudar-se, mas uma empresa que tenha falta de liderança tem pouca oportunidade de sobreviver”. Seus colaboradores motivados e comprometidos para alcançar resultados é peça fundamental para revisão da empresa dentro do mercado, que está cada vez mais competitivo. Quando necessário, os burocratas eficientes que atuam em campos restritos terão de modificar seu comportamento. As organizações precisam ser lideradas para que possam sobrepujar (sobrepôr, ultrapassar) sua incapacidade e adaptarem-se as condições que se modificam. Gaudencio (2007, p.35; explica que “para comprometer os outros com seu sonho, o líder precisa saber ouvir, ser humilde e ter integridade”. Liderança acaba sendo dentro de uma

organização, ou em uma pessoa que ela está em uma posição que poucos conseguem chegar e, sem esta transformação que é necessária tratando-se de organizações e que ocorre entre líderes e seguidores, não haverá bom funcionamento organizacional, e em aspecto individual, resiliência acaba sendo peça chave, e comprometimento com o próximo é crucial para que o objetivo seja alcançado. Em se tratando ainda de organização é necessário que os subordinados compartilhem dos objetivos do líder dentro de um clima de confiança mútua. Pois não seria indicado que o líder detivesse o controle sobre a decisão final (BERGAMINI, 1994). Poderíamos distinguir o significado do ato de administrar e liderar neste conceito de autonomia de poder.

Administrar: significa: “ocasionar, realizar, assumir a responsabilidade, reduzir”, e liderar significa: “Influenciar, guiar em direção, ação, opinião” (BENIS, 1988).

**Conclusão:** A partir das pesquisas concluiu-se que a liderança é a atitude que requer múltiplas habilidades para ser exercida com eficiência e eficácia, não se trata apenas de exercício de autoridade, (MILIONI, 2003).

### Referências

BERGAMINI, Cecília. **Liderança: administração do sentido**. São Paulo: Atlas, 1994.

BENIS, Warren; NANUS, Burt. **Líderes: estratégias para assumir a verdadeira liderança**. São Paulo: Harbra, 1988.

CRUZ, Renata Braga da. **A influência da liderança na motivação dentro do contexto organizacional**. Disponível em: <<http://www.avm.edu.br/monopdf/23/RENATA%20BRAGA%DA%20CRUZ.pdf>>. Acesso em: 16 mai. 2018.

GAUDENCIO, Paulo. **Super dicas para se tornar um verdadeiro líder**. São Paulo: Saraiva, 2007.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia do trabalho científico**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1987

MILIONI, Benedito. **Dicionário de termos de recursos humanos**. São Paulo: Central de negócios, 2003.

## PROPOSTA DE UM PLANO DE NEGÓCIO PARA UMA PRESTADORA DE SERVIÇOS EM AGRICULTURA DE PRECISÃO NA CANA DE AÇÚCAR

Luana de Sousa Oliveira<sup>1</sup>; Maykon Vinicius Simões<sup>2</sup>; Tatiene Martins Coelho<sup>3</sup>; Clemlilton Luis Bassetto<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Aluna de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – luana.soliveira91@yahoo.com;

<sup>2</sup>Aluno de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – agendamaykon@gmail.com;

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

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

**Grupo de trabalho:** ADMINISTRAÇÃO

**Palavras-chave:** Plano de negócio. Agricultura de precisão. Cana de açúcar.

**Introdução:** De acordo com Franco (2013), a expansão da Agricultura de Precisão - prática agrícola que utiliza a tecnologia da informação no campo – no Brasil, que se situou na ordem de 25% ao ano nos últimos quatro anos, deve manter igual desempenho nos próximos cinco anos [...] a partir do momento em que o produtor começa a verificar os ganhos de produtividade e a redução das perdas e dos custos que a técnica lhe permite, ele tende a ampliar o uso dos sistemas inteligentes.

Conforme explica Searcy (2000), a Agricultura de Precisão é um jogo de ações que tentam reduzir as ineficiências na produção agrícola e aumentar o retorno econômico do produtor. A adoção de técnicas de Agricultura de Precisão só faz sentido quando o produtor estiver fazendo todo o esforço para melhorar a eficiência da produção agrícola. Ineficiências identificadas através de técnicas de Agricultura de Precisão incluem os fatores limitantes e aplicação excessiva de insumos de produção.

Diante do cenário apresentado pretende-se mostrar através da proposta do plano de negócios, voltado para uma prestadora de serviços no ramo de Agricultura de Precisão os benefícios em utilizar a tecnologia no campo pelos pequenos e médios produtores de cana de açúcar.

**Objetivos:** Desenvolver a proposta de um plano de negócios que permita avaliar os benefícios, a viabilidade de uma prestadora de serviço em agricultura de precisão com foco nos pequenos e médios agricultores de cana de açúcar e o crescimento que o setor vem obtendo no mercado.

**Relevância do Estudo:** Trata-se de um plano de negócios com intuito de mostrar os benefícios da agricultura de precisão no aumento da produtividade nos canaviais com redução de custos operacionais para os pequenos e médios produtores de cana de açúcar.

**Materiais e métodos:** Para a elaboração do projeto foi realizado uma pesquisa bibliográfica com os tópicos abordados no decorrer do trabalho e por último, foi realizado um estudo de caso, mostrando as vantagens da Agricultura de Precisão e sua expansão no mercado.

**Resultados e discussões:** De acordo com Gonçalves (2018), o plano de negócios é uma das ferramentas mais importantes para o alcance do sucesso profissional, sendo um roteiro a ser seguido capaz de mostrar toda a viabilidade e estratégias do empreendimento.

Para isso, Inceres (2016), afirma que a agricultura de precisão vem ganhando espaço no mercado, sendo considerado um sistema com o objetivo de reduzir os custos e aumentar a produtividade por meio de tecnologias que envolvem tratores, GPS's, controladores de aplicação e análises de solo dentre outros.

O Portal de Telecomunicações Telessíntese (2017), afirma que o mercado global de soluções em Agricultura de Precisão deverá se expandir de € 2,2 bilhões em 2016 para € 4,2 bilhões em 2021, o que representa uma taxa de crescimento composta anual (CAGR<sup>1</sup>) de 13,6% ao ano.

Dados da Jacto Agrícola (2018), comprovam que o Brasil mantém uma posição de ostentação de maior produtor e exportador mundial de açúcar, respondendo por 20% da produção e por 40% da exportação global, sendo o segundo maior produtor de etanol do mundo, movimentando aproximadamente US\$ 40 bilhões, o equivalente a 2% do PIB brasileiro.

Segundo dados da Companhia Nacional de Abastecimento – CONAB (2017), o Estado de São Paulo é o responsável por 54% da cana-de-açúcar processada, concentra o maior polo sucroalcooleiro do país. O calendário de moagem, nesse estado, se concentra de abril a novembro.

Grego et al. (2013), relata que os produtores do setor canavieiro buscam cada vez mais tecnologias agrícolas competitivas, tanto para maiores retornos financeiros, quanto para menores impactos no ambiente.

**Conclusão:** Contudo, foi possível verificar que a proposta do plano de negócios é viável ao empreendedor, mesmo no cenário de retração no crescimento do país, o setor apresenta crescimento, desenvolvimento e tendência entre os pequenos e médios produtores da cultura de cana de açúcar, cujo custo benefício é ajudar o produtor a ganhar mais produtividade e eficiência nos canaviais, através do uso da tecnologia e das ferramentas da agricultura de precisão.

#### Referências

FRANCO, L. **Agricultura de precisão crescerá 25% ao ano no Brasil**. Disponível em: <<http://revistagloborural.globo.com/Revista/Common/0,,EMI339201-18272,00-AGRICULTURA+DE+PRECISAO+CRESCERA+AO+ANO+NO+BRASIL.html>>. Acesso em: 17 mar. 2018.

GONÇALVES, V. **A importância de um plano de negócios**. Disponível em: <<https://novonegocio.com.br/empreende/a-importancia-de-um-plano-de-negocios/>>. Acesso em: 19 out. 2018.

INCERES. **As vantagens do uso da tecnologia no agronegócio**. Disponível em: <<http://inceres.com.br/as-vantagens-do-uso-da-tecnologia-no-agronegocio/>>. Acesso em: 17 mar. 2018.

JACTO AGRÍCOLA. **Mercado de cana-de-açúcar busca tecnologias para melhorar desempenho e qualidade**. Disponível em: <<https://g1.globo.com/sp/bauru-marilia/especial-publicitario/jacto-agricola/noticia/mercado-de-cana-de-acucar-busca-tecnologias-para-melhor-desempenho-e-qualidade.ghtml>>. Acesso em: 26 set. 2018.

SEARCY, S. W. In: O ESTADO DA ARTE DA AGRICULTURA DE PRECISÃO NO BRASIL. Agricultura de Precisão: **Um desafio para a extensão e educação continuada**. Piracicaba: L. A. Balastreire, 2000. p. 17-24.

TELESINTESE. **Indústria da Agricultura de Precisão cresce a taxa anual de 13,6%**. Disponível em: <<http://www.telesintese.com.br/industria-da-agricultura-de-precisao-cresce-taxa-anual-de-136/>>. Acesso em: 11 mar. 2018.

---

<sup>1</sup> CAGR: Sigla em inglês que significa taxa de crescimento composta anual.

## OS FUNDAMENTOS DA PRODUÇÃO ENXUTA

Milena Ferreira Kuroda<sup>1</sup>; Paloma Gomes Dias Reginato<sup>2</sup>; Thalita Alves Feitosai<sup>3</sup>; Marco Antonio Gandolfo Rodrigues<sup>4</sup>

<sup>1</sup> Aluna do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – milena\_kuroda@hotmail.com

<sup>2</sup> Aluna do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – paloma.gms@outlook.com.br

<sup>3</sup> Aluna do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – thalitaalvesfeitosa@hotmail.com

<sup>4</sup> Professor Esp. do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB prof.gandolfo@hotmail.com.

### Grupo de trabalho: ADMINISTRAÇÃO

**Palavras-chave:** Produção enxuta, produção puxada, produção contínua.

**Introdução:** Conhecida por ser a produção realizada sem desperdícios, a produção enxuta é a tradução de “*Lean Manufacturing*” do inglês é usada para realizar técnicas que visem a melhoria contínua. Ganhou esse nome e foi reconhecido através do “*Lean Manufacturing*” e Sistema Toyota de Produção, também conhecida como produção puxada deve ser eficiente e eficaz, ou seja, deve chegar ao consumidor final (cliente) o que ele realmente deseja, na quantidade que deseja e tempo que ele quiser. Isto é conhecer a necessidade do cliente e utilizar todos os processos possíveis para atender tal necessidade.

**Objetivos:** Este artigo tem por objetivo demonstrar que a utilização da produção enxuta pode ajudar a empresa a melhorar a lucratividade.

**Relevância do Estudo:** Apresentar a produção enxuta como opção para as empresas reduzir os desperdícios e aumentar a eficiência no processo produtivo.

**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 produção enxuta, seus benefícios e seu desenvolvimento/aplicação atual.

**Resultados e discussões:** Produção enxuta também conhecida como produção puxada, procura atender as necessidades dos clientes no menor tempo (prazo) possível, atendendo aos quesitos de cumprir e produzir com alta qualidade e baixo custo. Visando sempre eliminar os desperdícios, com o fluxo contínuo da produção devido à demanda dos clientes. Teve seu surgimento da década de 1950, através dos japoneses e suas práticas para se reconstruir, onde o Japão estava totalmente abalado pois sua indústria estava praticamente toda destruída. Para que pudesse melhorar a situação da empresa criou-se então a produção enxuta, ela se baseava em dois aspectos importantes flexibilidade e conhecimento amplo no que o cliente necessitava. Adaptou-se então na sua linha de produção para fazer aquilo que o cliente quisesse, como ele quisesse e na hora que quisesse, ou seja, eles aumentariam a sua produtividade e não alterariam os custos desenvolvendo uma serie de práticas necessárias para que isso ocorresse.

De acordo com Ghinato (2000), a produção enxuta repousa sobre dois pilares igualmente importantes, que são o *jidoka* e o *just in time*. O *Jidoka* tem operado, para interromper o processamento caso for detectado alguma anormalidade, isso depende de três elementos importantes. O primeiro elemento do *Jidoka* é a separação entre homem e máquina, o objetivo é que a máquina detecte o problema que está ocorrendo e o homem entre com a

solução para o mesmo. O segundo elemento é a multifuncionalidade, com o objetivo em a máquina detecta seu próprio problema e assim o operador consegue desenvolver várias operações simultaneamente. O terceiro elemento e não menos importante é a autonomia, cujo objetivo principal é o operador multifuncional auxiliar na identificação das causas que está causando alguma anormalidade à máquina. O *Just In Time* significa no tempo certo e no momento certo, o objetivo dele é suprir cada fase do processo com todos os itens certos, na quantidade certa, no momento certo e no local certo.

**Conclusão:** A produção enxuta tem por objetivo principal minimizar ou eliminar atividades que não geram valor agregado para o produto final é um processo de melhoria continua que envolve toda a organização, na tentativa de melhor atender o cliente com a utilização do mínimo possível, de capital, mão de obra, materiais, energia dentre outros.

### Referências

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

CORREA, H. L.; GIANESI, I. G. N.; CAON, M.; **Planejamento, programação e controle da produção MRPII/ERP: conceitos, uso e implantação**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

FERRO, José. “**Definição de produção puxada e sistemas puxados**”. Disponível em: <<https://www.lean.org.br/conceitos/102/definicao-de-producao-puxada-e-sistemas-puxados.aspx>> . Acesso em: 01/abr 2018.

GHINATO, P; **Produção & Competitividade**: aplicações e inovações. Recife: Editora UFPE, 2000.

OHNO, Taiichi. **O Sistema Toyota de Produção**: além da produção em larga escala. Porto Alegre: Artes Médicas, 1997

QUEIROZ, José. “**Pilares da produção Enxuta**”. 2011. Disponível em: <[http://www.abepro.org.br/biblioteca/enegep2011\\_tn\\_sto\\_135\\_856\\_18131.pdf](http://www.abepro.org.br/biblioteca/enegep2011_tn_sto_135_856_18131.pdf)>. Acesso em 01/abr 2018.

SLACK, Nigel e outros. **Administração da Produção** - Edição Compacta. São Paulo: Atlas, 2010.

VALENTE, Antônio; AIRES, Victor. **Gestão de Projetos e Lean Construction**: Uma Abordagem Prática e Integrada. Appris, 2018. pág 31.

WOMACK, J. P.; JONES, D. T. **A mentalidade Enxuta nas empresas**: elimine o desperdício e crie riqueza. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.



## TOMADA DE DECISÕES Á PARTIR DA GESTÃO DA DEMANDA

Gabriela Sampaio<sup>1</sup>; Larissa Regina Pereira Climaites<sup>2</sup>; Poliane Sestari<sup>3</sup>; Rafael Ferreira Florentino<sup>4</sup>; Marco Antonio Gandolfo Rodrigues<sup>5</sup>

<sup>1</sup> Aluna do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB  
gabi.ampaio2096@icloud.com;

<sup>2</sup> Aluna do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB larivertuan@gmail.com;

<sup>3</sup> Aluna do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB poliane-sestari@hotmail.com;

<sup>4</sup> Aluno do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB rafagraia07@gmail.com;

<sup>5</sup> Professor Esp. do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB  
prof.gandolfo@hotmail.com

### Grupo de trabalho: ADMINISTRAÇÃO

**Palavras-chave:** Previsão, demanda, produção

**Introdução:** A organização encontra-se em um ambiente competitivo, dinâmico que envolve as decisões gerenciais com um papel importante e influente para o alcance da competitividade e dos resultados positivos. Por isso, necessitam de orientação quanto a direcionamentos futuros de fatores e variáveis que influenciam o planejamento estratégico, tático e operacional.

**Objetivos:** Este trabalho tem por objetivo a previsão de demanda visando uma orientação para o planejamento estratégico.

**Relevância do Estudo:** Obtendo uma orientação correta aumentará as chances de sucesso e evitará perigos futuros, consiste em uma influência nas escolhas e investimentos corretos que favorecerá o aproveitamento de oportunidades vindouras.

**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 busca seu desenvolvimento atual.

**Resultados e discussões:** Assim como a produção, a demanda da empresa também deve ser gerenciada.

Para Kotler; Armstrong (1991), os quatro maiores problemas associados com o uso de previsão de demanda no apoio à tomadas de decisões são:

1. A incerteza sobre o futuro, a qual está conectada ao grau de precisão de previsão;
2. A escolha do método aplicado para gerar a previsão;
3. A qualidade e a confiabilidade do conjunto de dados de entrada do método;
4. A interpretação correta da previsão, ou seja, a maneira como serão utilizadas as previsões na tomada de decisão. O papel da previsão de demanda é apontar e avaliar incertezas e riscos;

Deve-se sempre ter em mente que a incerteza não pode ser eliminada, e conseqüentemente, o futuro pode sempre mudar e ser diferente do previsto.

Algumas das razões apontadas são: Poucas empresas são tão flexíveis ao ponto de alterar substancialmente seus volumes de produção ou *mix* de produtos de um período para o outro, para atender as variações da demanda. Para muitas empresas, ao menos parte da demanda não vem do ambiente externo, mas de outras divisões ou subsidiárias, o que permite esforços para sua administração.

Empresas que tem relações de parceria com seus clientes podem negociar quantidade e momento da demanda por eles gerada, de modo à melhor adaptá-la a suas possibilidades

de produção. A demanda de muitas empresas pode ser criada ou modificada, tanto em termos de quantidade ou de momento, por meio das atividades de *marketing*, promoções, propaganda, esforço de vendas, entre outros.

Demanda Independente são aquelas que não se faz uma determinada previsão futura, ou seja, as decisões acerca de que maneira a empresa irá suprir a demanda de seus consumidores, sendo que não existe nenhum tipo de antecipações firmes sobre os pedidos dos consumidores, ou também poderá haver uma “suposta” previsão, baseadas anteriormente e assim usá-las com um indicador do que possa ser no futuro, mas nada garantido de certeza.

Demanda Dependente torna-se previsível devido a sua dependência em alguns fatores conhecidos, algumas operações já podem prever e fazer provisões antecipadas, porque tem pedidos futuros firmes de consumidores, ou seja, determinada venda já garantida, a determinados clientes, ou a operação pode ter uma pequena ideia do que outros clientes poderão vim querer a pedir futuramente.

Sabe-se que o planejamento e o controle são a garantia de que o processo da produção aconteça com eficiência e que os produtos e serviços estejam conforme e requeridos pelos consumidores, ou seja, é o processo de conciliar demanda e fornecimento, desse modo a natureza das decisões tomadas para planejar e controlar uma operação produtiva dependerá tanto da natureza da demanda como da natureza do fornecimento na operação.

**Conclusão:** Com a metodologia de demanda e fornecimento vimos através dela sua a importância em auxiliar os gestores nas tomadas de decisões e direcionamento para as previsões. Contudo, a gestão empresarial precisa sempre estar atendo as necessidades de sua demanda, preocupando-se em satisfazer o cliente, obtendo habilidades em gerir um negócio onde cumprirá os objetivos e os resultados com, responsabilidade, flexibilidade, confiabilidade e qualidade.

### **Referências**

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

CORREA, H. L.; GIANESI, I. G. N.; CAON, M.; **Planejamento, programação e controle da produção MRPII/ERP: conceitos, uso e implantação**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

KOTLER, Philip & ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing**. 9. ed. São Paulo. PearsonPrentice Hall, 2003.

SLACK, N.; CHAMBERS, S.; HARLAND, C.; HARRISON, A.; JOHNSTON, R. **Administração da Produção**. Ed. Compacta. São Paulo: Atlas, 2010.

**Previsão de Demanda e sua importância no fluxo de caixa e orçamento empresarial.** Disponível em <<https://www.treasy.com.br/topico/previsao-de-demanda-e-sua-importancia-no-fluxo-de-caixa-e-orcamento-empresarial/>>. Acesso em 20/out 2018.

---

## UNIÃO DE PARIS – BENEFÍCIOS PARA O PLANETA

Milena Ferreira Kuroda<sup>1</sup> ; Poliane Sestari<sup>2</sup>; Thalita Alves Feitosa Marco Antonio Gandolfo Rodrigues<sup>4</sup>

<sup>1</sup> Aluna do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB –  
milena\_kuroda@hotmail.com

<sup>2</sup> Aluna do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – poliane-  
sestari@hotmail.com

<sup>3</sup> Aluna do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB –  
thalitaalvesfeitosa@hotmail.com

<sup>4</sup> Professor Esp. do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB  
prof.gandolfo@hotmail.com.

### Grupo de trabalho: ADMINISTRAÇÃO

**Palavras-chave:** Acordo de Paris, sustentabilidade, tratados ambientais.

**Introdução:** Atualmente grandes partes das empresas começaram a dar valor a sustentabilidade, no qual vem sendo discutido a muitos anos, maneiras de recuperar parte do que já foi destruído e poluir menos.

**Objetivos:** Este trabalho tem por objetivo o acordo de Paris, seus benefícios e malefícios para com os envolvidos.

**Relevância do Estudo:** Importância na participação dos países para a redução das emissões de gases do efeito estufa que está destruindo a camada de ozônio.

**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 história do acordo de Paris, além de seus benefícios, e seu desenvolvimento atual.

**Resultados e discussões:** Antes de existir o acordo de Paris, houveram outros tratados ambientais – o que foi um processo histórico. A questão do efeito estufa, desde a industrialização vem causando impactos negativos no meio ambiente. O seu foco era apenas no lucro e no aumento da produção, e sem nenhuma preocupação com as consequências, emitiam CO<sup>2</sup> (gás carbônico), que agrava uma série de questões ambientais. Desde a era pré-industrial, a temperatura da Terra já aumentou 1°C, o que causa impactos na biodiversidade, água, oceanos, produção de alimentos e eventos naturais intensos.

Na conferência da ONU, reuniu os países para negociar o primeiro acordo efetivamente global para frear as emissões de gases poluentes e lidar com os impactos do meio ambiente. Entra em vigor em 4 de novembro de 2016, mas vem sendo discutida desde dezembro de 2015. Considerado como o maior acordo ambiental da história, o acordo de Paris teve um longo caminho até ser adotado formalmente. Não há nenhuma legislação imposta aos países para cumprirem o acordo, cada país fica responsável por anunciar a porcentagem que pretendem reduzir e o prazo para isso. Os países envolvidos participam das negociações que ocorrerão a cada 5 anos. Esse acordo determina que os países façam promessas opcionais para reduzir as emissões nacionais e que deem atualizações periódicas sobre seu progresso.

De acordo com o Ministério do Meio Ambiente, o acordo de Paris tem como objetivo principal proteger as grandes ameaças geradas pelas mudanças do clima e fazer com que os países saibam lidar com os impactos decorrentes dessa situação. Apresentada ao conselho em 2015, foi adotada inicialmente por 195 países. Entraram no acordo para que

diminuíssem a emissão de gases de efeito estufa, no contexto do desenvolvimento sustentável. O compromisso ocorre no sentido de manter o aumento da temperatura média global em bem menos de 2°C acima dos níveis pré-industriais e de envidar esforços para limitar o aumento da temperatura a 1,5°C acima dos níveis pré-industriais. A NDC Brasil alega que irá diminuir as emissões de gases de efeito estufa, cerca de 37% abaixo dos níveis de 2005, em 2025. Além disso aumentará sua participação de bioenergia sustentável na sua matriz energética para 18% até 2030, também deverá reflorestar 12 milhões de hectares de floresta.

O Brasil, portanto, reduzirá emissões de gases de efeito estufa no contexto de um aumento contínuo da população e do PIB, bem como da renda per capita, o que confere ambição a essas metas.

**Conclusão:** Falando a nível mundial, os países já vêm se posicionando reconhecendo suas responsabilidades com esse problema. Acordos antes do estudado já foram criados, porém sem continuidade. Desde 1972 com o Tratado de Estocolmo, as organizações mundiais vêm trabalhando com a finalidade de fazer com que o aquecimento global deixe de ser um problema e que a temperatura volte para os níveis pré-industriais. O mais parecido com o Acordo de Paris foi o Protocolo de Kyoto, onde tinha compromissos de redução na emissão de gases que agravam o efeito estufa.

Desde 2012, com o RIO+20 não houve outro tratado ou acordo mundial, até que em 2015, na França, foi assinado o primeiro acordo onde todos os países concordaram com as condições de redução de CO<sup>2</sup>, com todos os países cumprindo seus compromissos, a terra ainda poderá aquecer 0,3 centígrados até o final do século.

## Referências

**ACORDO DE PARIS SOBRE AS ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS.** Conselho Europeu - Conselho da União Europeia. Disponível em: <<http://www.consilium.europa.eu/pt/policies/climate-change/timeline/>> Acesso em 17 set. 2017.

BARBIERI, J. C. **Gestão ambiental empresarial:** conceitos, modelos e instrumentos. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

BRAUN, Julia. O QUE ACONTECERÁ APÓS A SAÍDA DOS EUA DO ACORDO DE PARIS? Portal Veja. 2017. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/mundo/o-que-acontecera-apos-a-saida-dos-eua-do-acordo-de-paris/>>. Acesso em: 13 set. 2017.

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

IANDOLI, Rafael. **QUAL O IMPACTO DA SAÍDA DOS EUA DO ACORDO DO CLIMA DE PARIS.** Portal Nexo. 2017. Disponível em: <<https://www.nexojornal.com.br/expresso/2017/06/01/Qual-o-impacto-da-sa%C3%ADa-dos-EUA-do-acordo-do-clima-de-Paris>>. Acesso em: 13 set. 2017.

## TECNOLOGIA APLICADA À INDÚSTRIA 4.0

Matheus Henrique P Santana<sup>1</sup>; José Paulo Nardone<sup>2</sup>; Kleber Luiz N. Milaneze<sup>3</sup>; Luis Carlos Gançalves<sup>4</sup>; Marco Antonio Gandolfo Rodrigues<sup>5</sup>

<sup>1</sup>Aluno de Banco de Dados – Faculdade de Tecnologia de Bauru – FATEC  
Matheushp.adm@outlook.com;

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

<sup>3</sup>Doutor em Engenharia de Produção e professor do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB klemilaneze@hotmail.com;

<sup>4</sup>Mestre em Administração e professor do curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – lcg1954@hotmail.com

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

**Grupo de trabalho:** ADMINISTRAÇÃO

**Palavras-chave:** Tecnologia, indústria 4.0, Brasil, informações.

**Introdução:** Para se entender o que é a quarta revolução industrial inicia-se seu entendimento desde a primeira revolução, segundo Schwab e Miranda (2016), a primeira revolução industrial teve como característica o advento das máquinas e o uso do carvão como combustível, a segunda, teve a energia elétrica como grande invenção a qual fez grandes mudanças no modo de produção, a terceira revolução industrial teve por marco a automação de máquinas uso de computadores e internet, esta última que influenciou muito para que a quarta revolução aconteça-se. Surge o termo de indústria 4.0, um termo que, se discutido a vinte ou trinta anos atrás, referindo-se a máquinas conversando com máquinas e trabalhando em alta sintonia sem ociosidade e os humanos coletando informações através de uma quantidade gigantesca de dados.

**Objetivos:** O objetivo deste estudo é apresentar os conceitos de indústria 4.0 e sua influência no Brasil e as principais tecnologias utilizadas neste indústria.

**Relevância do Estudo:** De acordo com o Conselho Nacional da Indústria (CNI, 2016), o Brasil precisa se adaptar as novas mudanças de industrialização e se adequar ao molde da 4ª revolução industrial, como forma estratégica para se reerguer da crise econômica que se encontra. Porém existe certas dificuldades neste percurso.

De acordo do CNI (2016), um dos problemas inevitáveis com essa implantação é a questão da relação com o empregado. A indústria 4.0 é autossuficiente em muitos aspectos, busca automatizar e melhorar todos os processos industriais, reduzindo assim em grande quantidade o volume de mão de obra humana empregada nos processos produtivos. Outro aspecto, é surgimento da necessidade de mão de obra especializada, para operar comandar ou até mesmo programar a indústria, dependendo assim de funcionários treinados, capacitados e inteligentes para resolverem os problemas. Além de investimentos em infraestrutura tecnológica.

**Materiais e métodos:** Pesquisa bibliográfica junto a renomados autores sobre o assunto.

**Resultados e discussões:** Segundo a Amazon (2018), internet das coisas é uma forma de conectar o mundo físico com a internet, proporcionando uma arrecadação de dados cada vez maior de tudo e de todos. Na indústria 4.0, a internet das coisas tem alguns papéis importantes, como por exemplo uma geladeira inteligente conectada à internet, para uma empresa fabricante de caixinhas de leite, quando acabar uma caixa de leite em uma geladeira inteligente, a empresa saberá com exatidão quantas caixas de leite ela terá que produzir, da mesma forma ela também estará coletando dados para ver qual produto vende ou não para assim futuros novos lançamentos e isto pré-classifica o próximo item.

De acordo com a Oracle (2018), o Big Data descreve uma estratégia de gerenciamento de informações holística que incluem e integram muitos tipos de dados e gerenciamento de informações, isto é, o Big Data é o uso de tecnologias que coletam, armazenam e processam uma grande quantidade de dados, com o objetivo de transformá-los em informações úteis e estratégicas. Na indústria 4.0 esta tecnologia proporciona reduzir custos, como por exemplo, produzir apenas o que é demandado, sem sobras e gastos desnecessários, além de proporcionar grandes soluções de problemas como: padrões de produção, melhoria e aperfeiçoamento nas máquinas e no produto final.

Segurança Cibernéticas são meios de comunicação cada vez mais confiáveis e sofisticados, um exemplo é o *internet protocol 6* ou IPv6, ainda não muito utilizado, mas seu conceito consiste em que cada objeto tenha sua conexão fixa com a internet. Na indústria 4.0 é um fator importante, já que existe uma comunicação constante entre a indústria e o consumidor em seus respectivos aparelhos eletrônicos. Segundo FOCCOERP (2018), robôs automatizados são aqueles que além das funções normais e atuais, futuramente, serão capazes de interagir com outras máquinas e com os humanos, tornando-se mais flexíveis e cooperativos. Isso proporciona uma autoidentificação e autossuficiência da indústria, pois haverá necessidade da intervenção humana na produção ou até mesmo no surgimento de novas ideias. Segundo EESC (2014), manufatura aditiva ou impressão 3d é uma maneira de se ter flexibilidade e capacidade de impressão de geometrias complexas. A indústria 4.0 pode usufruir desta tecnologia como uma forma de auto conserto de suas máquinas e equipamentos, mais uma vez tornando-a autossuficiente para se manter. O *cloud computing* ajuda a guardar informações importantes ou até mesmo consultar dados de qualquer lugar em que estiver. Assim, na indústria 4.0, poderá acessar as informações estão sendo geradas e procuradas a todo momento em qualquer parte do mundo por meio do armazenamento em nuvem. A realidade aumentada é a interação entre o mundo real e o mundo virtual, um exemplo é a tecnologia QRcode, onde é possível acessar informações de determinado produto ou serviço online a qualquer hora de forma digital. Na indústria 4.0 a realidade aumentada são sistemas baseados nesta tecnologia, que executam uma variedade de serviços, como selecionar peças em um armazém e enviar instruções de reparação por meio de dispositivos móveis.

**Conclusão:** De acordo com pesquisa pela CNI (2016) envolvendo 2.225 empresas de pequeno, médio e grande porte, os números mostram que: 73% delas usam pelo menos umas das tecnologias na etapa de processos, 47% na etapa de desenvolvimento e 33% na criação de novos produtos. A pesquisa mostrou que o setor industrial mais avançado na adoção da indústria 4.0 é o de equipamentos de informática, eletrônico e ópticos.

A pesquisa conclui ainda que o Brasil não apresenta uma infraestrutura tecnológica suficiente para essa implementação da indústria 4.0, e que grandes investimentos devem ser realizados nos próximos anos e muitos estudos serão necessários para sua implementação.

#### Referências

Amazon. **O que é internet das coisas?** Disponível em: <<https://goo.gl/CyVR8W>>. Acesso em: 16 set. 2018.

CNI, Conselho Nacional da Indústria. **Indústria Aponta os Caminhos para o Crescimento Sustentado.** Disponível em: <<https://goo.gl/QrbEnZ>>. Acesso em: 14 set. 2018.

EESC, Escola de Engenharia de São Carlos. **Manufatura aditiva: o futuro do mercado industrial de fabricação e inovação.** São Paulo: USP, 2014. Disponível em: <<https://goo.gl/i4dTMX>>. Acesso em: 14 set. 2018.

Foccoerp. **Indústria 4.0: Guia completo da Indústria do Futuro.** Disponível em: <<https://www.foccoerp.com.br/materiais-educativos/>>. Acesso em: 12 set. 2018.

Oracle. **A Base da Inovação de Dados.** Disponível em: <<https://www.oracle.com/br/big-data/index.html>>. Acesso em: 16 set. 2018.

Schwab, Klaus; Miranda, Daniel Moreira. **A Quarta Revolução Industrial.** São Paulo: Edipro, 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/Pvn2dw>>. Acesso em: 15 set. 2018.

---

## GESTÃO EM SAÚDE: DESAFIOS A SEREM ENFRENTADOS

Marli Monteiro<sup>1</sup>; Adilson Bueno Leite<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Doutora em Ciências pela USP. Docente do Curso de Administração – Faculdades Integradas de Bauru – FIB - adv-marlim@hotmail.com;

<sup>2</sup> Mestre em Direito Empresarial pela UNIMAR. Docente da UNIESP/Universidade Brasil – Bauru - adv.abl@terra.com.br.

**Grupo de trabalho:** Administração

**Palavras-chave:** Gestão. Saúde. Participação popular.

**Introdução:** A legislação em vigor no Brasil inclui como parte do processo de gestão descentralizada e participativa, a existência dos Conselhos Municipais de Saúde e os inclui como parte do processo de gestão descentralizada e participativa, e seus membros são novos atores deliberativos, consultivos e fiscalizadores, apesar da própria legislação tê-los vinculado ao Poder Executivo Municipal, como órgãos auxiliares da gestão pública. Essa forma de gestão das políticas públicas de saúde tomou grande impulso como a nova realidade constitucional a partir de 1988 e, a socialização das práticas e decisões da gestão local é fundamental para formar uma população consciente de sua cidadania, capaz de desempenhar papel ativo perante a agenda pública.

**Objetivos:** Apresentar a participação popular nos Conselhos Municipais de Saúde como agentes de transformação e controle social na gestão pública.

**Relevância do Estudo:** A Constituição Federal brasileira inclui como parte do processo de gestão descentralizada e participativa, a existência dos Conselhos Municipais de Saúde, e seus membros são novos atores para a deliberação e fiscalização dos atos do Poder Executivo. Entretanto, a sociedade civil brasileira ainda se encontra pouco mobilizada, de modo que até mesmo aqueles setores que, historicamente se apresentavam como setores organizados expressam, na atualidade, um desconhecimento acerca dos Conselhos Municipais enquanto mecanismos de controle social.

**Materiais e métodos:** Por meio de pesquisa bibliográfica observacional, pelo método indutivo, busca-se apresentar o panorama da participação população consagrada na Constituição Federal brasileira na atualidade.

**Resultados e discussões:** A participação popular de forma efetiva na gestão dos serviços públicos só pode ser considerada existente, quando a própria administração pública busca a interação entre usuários e o poder público prestador do serviço. E, esta, sua vez, só se efetiva quando a população organizada luta pelo cumprimento dos seus direitos e rompe com a condição de mero espectador e passa a ser agente de sua própria história, transformando-a. O diálogo emancipador é eficaz na medida em que, além do atendimento das necessidades dos usuários, propicia-lhes condições e informações necessárias e suficientes para a produção dos cuidados em saúde. Nesse sentido, os Conselhos comunitários são importante canal facilitador do acesso à participação popular nas discussões para o consenso na prestação de um serviço eficaz de saúde. O diálogo emancipador é eficaz na medida em que, além do atendimento das necessidades dos usuários, propicia-lhes condições e informações necessárias e suficientes para a produção dos cuidados em saúde. Embora, durante décadas, tenha havido intensa mobilização da sociedade civil no Brasil, a estrutura organizativa resultante varia de acordo com as características demográficas, econômicas e políticas de cada região. A força de instituições

políticas e dos movimentos popular e sindical em cidades grandes, tornou viável a participação de grupos de pressão, determinando o tipo de envolvimento que os usuários teriam nos Conselhos de Saúde (CORTES, 1998).

No entanto, há incipiente e limitada possibilidades de extensão da agenda de discussões dos Conselhos; enquanto o gerenciamento dos serviços de saúde nas cidades não estiver sob o controle municipal, o poder de decisão política dos Conselhos, dentro do processo decisório geral do setor, tenderá a permanecer limitado, apesar dessa forma de gestão participativa ser fundamental para formar uma população consciente de seus direitos e deveres, e, se mostrar como uma ferramenta importante para o exercício do controle sobre as políticas públicas de saúde.

**Conclusão:** Verifica-se que a sociedade civil brasileira ainda se encontra pouco mobilizada, de modo que até mesmo aqueles setores que, historicamente se apresentavam como articuladores do diálogo e participação popular, expressam, na atualidade, um desconhecimento da importância dos Conselhos enquanto mecanismo de controle social. Para sua efetivação será necessário o enfrentamento de alguns desafios associados à mobilização, com incentivo e formação dos participantes. Tal ação poderá ser concretizada por meio da participação dos agentes de saúde em cursos que os qualifique como repassadores dos direitos mínimos para a população em um projeto integrador entre sociedade e estado do bem estar social.

#### Referências

BRASIL (1988) - **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, 5 de Outubro de 1988.

Brasil. **Lei Federal nº 8.080 de 19 de setembro de 1990. Dispõe sobre as condições para a promoção, proteção e recuperação da saúde, a organização e o funcionamento dos serviços correspondentes e dá outras providências**. Diário Oficial da União 1990; 19 set. Disponível em [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_nlinks&ref=000112&pid=S1413-8123200900030001500001&lng=en](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_nlinks&ref=000112&pid=S1413-8123200900030001500001&lng=en). Acesso em 12/10/2017.

CORTES, Soraya Maria Vargas. **Conselhos Municipais de Saúde: A Possibilidade dos Usuários Participarem e os Determinantes da Participação**. In: Rev. Ciênc. saúde coletiva vol.3 no.1 Rio de Janeiro Jan./June 1998. Disponível em <http://dx.doi.org/10.1590/1413-812319983102412014>. Acesso em 12 de Out. 2017.

Gohn MG. **Conselhos Gestores e Participação Sociopolítica**, v. 84. 2ª ed. São Paulo: Cortez; 2003.

Coelho VSP. **Conselhos de Saúde Enquanto Instituições Políticas: o que está faltando?** In: Coelho VSP, Nobre M, organizadores. Participação e deliberação: teoria democrática e experiências institucionais no Brasil contemporâneo. São Paulo: Ed. 34; 2004.



---

## TIPOS DE ANÁLISES E AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO

<sup>1</sup>Thiago de Souza Carvalho; <sup>2</sup>Tatiene Martins Coelho Trevisanuto

Aluno de Administração das Faculdades Integradas de Bauru – FIB –  
thiagoadm\_carvalho@hotmail.com

<sup>2</sup>Professora Doutora do curso de Administração das Faculdades Integradas de Bauru – FIB –  
tatiene@gmail.com

**Grupo de trabalho:** ADMINISTRAÇÃO

**Palavras-chave:** desempenho, avaliação, ambiente interno, competitividade.

**Introdução:** Segundo Bohlander (2003, p.3) “as pessoas estão sendo consideradas, cada vez mais, como a única fonte verdadeiramente sustentável de vantagem competitiva”, assim cada vez mais as organizações entendem que a mão de obra presente nelas é de extrema importância e que uma boa condução acompanhada de outros recursos, é receita de sucesso. Visando essa dinâmica do mercado globalizado, as organizações voltam suas tensões à área de recursos humanos, pois cada um que compõe o quadro de funcionários da empresa tem uma experiência, uma visão, um ritmo e cada indivíduo pode contribuir menos ou mais para com a empresa, como verificar que aquele colaborador vai contribuir mais para aquele determinado setor, se aquela pessoa tem o perfil indicado para trabalhar com aquela área, se aquela equipe está sendo bem conduzida ou se pode melhorar, se falta um talento ou se a empresa não está conseguindo reter os talentos que possui. Tudo isso pode ser identificado e estudado através de algumas ferramentas administrativas como, por exemplo, a Avaliação de Desempenho, tema do estudo apresentado a seguir.

**Objetivos:** Maximizar o recurso humano da empresa, analisando as oportunidades através de suas competências e suas fraquezas.

**Relevância do Estudo:** O estudo mostra a importância da ferramenta administrativa que é a Avaliação de Desempenho, com ela conseguimos identificar se o colaborador tem os mesmos objetivos e propósitos que a organização. Melhorando o ambiente interno, capacitando e alocando melhor o recurso humano, como trunfo fortalecendo o ambiente interno da empresa, fazendo da empresa ainda mais competitiva.

**Materiais e métodos:** Para realização deste trabalho foi elaborada uma pesquisa bibliográfica.

**Resultados e discussões:** As ferramentas de Avaliação de Desempenho trazem pra empresa de forma simples e eficaz como extrair o melhor resultado do ambiente interno, deixando assim a organização mais competitiva. Independente do modelo aplicado a empresa que não faz uma avaliação deixa as oportunidades de fora, a melhoria constante tem que estar integrada na empresa e em seus colaboradores, gerando significado e propósito. Os métodos aplicados são escolhidos pela empresa devido os seus costumes, nível de maturidade de líderes e liderados, se é uma empresa quente ou fria, até mesmo a sua necessidade de mudança, quais objetivos querem alcançar. A mudança é necessária, a evolução tem que ser constante, o ser humano quando fica muito estagnado, à-vontade, deixa de ser produtivo pego pela comodidade, as ferramentas de avaliação sempre vão deixar a “chama” acesa. A seguir são apresentados alguns modelos de Avaliação de Desempenho, conforme segue: **Escala Gráfica:** O formulário é composto de linhas e colunas, segundo Chiavenato (2000, p. 334) “os fatores são previamente selecionados e escolhidos para definir em cada pessoa as qualidades que pretendem avaliar”. **Escolha Forçada:** Avalia o desempenho das pessoas através de blocos de frases descritivas que focalizam determinados aspectos do comportamento. O avaliador deve escolher forçadamente apenas uma das frases em cada bloco, o avaliador escolhe aquelas que mais se identifica ao candidato. Identificando assim as necessidades e qualidades do avaliado, orientando-o de suas faltas e fartas. Esse método é mais usado em empresas que prezam

pelo processo seletivo interno de cargos e salários. **Pesquisa de Campo:** Trata-se de um método mais complexo, onde um especialista em Avaliação de Desempenho (*staff*) realiza entrevistas com os gerentes. O método consiste em quatro etapas: entrevista de avaliação inicial, entrevista de análise complementar, planejamento das providências e acompanhamento posterior dos resultados, segundo Chiavenato (2009, p. 137) “é um método de avaliação mais amplo que permite, além de um diagnóstico do desempenho da pessoa, a possibilidade de planejar com o superior imediato seu desenvolvimento no cargo e na organização”. **Método dos Incidentes Críticos:** Ele se baseia em características extremas (incidentes críticos) que representam desempenhos altamente positivos (sucesso) ou altamente negativos (fracasso). Aplicado por meio de ficha de controle de cada avaliado, contendo os dados de produtividade, disciplina, relacionamento, pontualidade entre outras, avaliando a evolução ou regressão do avaliado. O método tem que ser feito periodicamente, mensal ou bimestral. Após cada avaliação são feitos combinados para correção dos incidentes negativos, para caráter de evolução, esse método quando aplicado o feedback estimula a maior fraqueza de um ser humano, o ego, pode ter reação positiva ou negativa dependendo do nível de maturidade do avaliado. **Avaliação Participativa Por Objetivos:** Esse método está diretamente relacionado ao modelo de administração por objetivos. É método do qual o líder e o subordinado identificam juntos, os objetivos a serem atingidos. É um método envolvente, participativo e motivador. **Listas de Verificação:** Segundo Chiavenato (2004 ,p. 468) “A listagem de verificação produz melhores resultados do que uma abordagem informal, pois proporciona um formato que permite o preparo do material para o questionário e para o registro das informações”, é considerado um método tradicional, baseado em uma relação de fatores de avaliação a serem considerados (*check-list*) a respeito de cada colaborador. Cada um desses fatores de desempenho recebe uma avaliação quantitativa. **Avaliação por Competência:** É uma abordagem que consiste nas competências do colaborador, com o objetivo de identificar seus potenciais, melhorar o trabalho em equipe e a qualidade das relações dos colaboradores e seus líderes, como também estimular a responsabilidade pela excelência nos resultados pessoais e organizacionais. **Avaliação 360 graus:** Segundo Chiavenato (2000, p. 330) “Trata-se de uma avaliação que é feita de modo circular por todos os elementos que mantem alguma forma de interação com o avaliado”. Nessa ferramenta podemos avaliar os colaboradores, líderes, empresa e setores.

**Conclusão:** Em um mundo competitivo, é obrigação dos gestores é manterem a chama acesa dentro de cada colaborador, avaliando-os, orientando-os, através de suas competências. Dessa forma conseguimos gerar vantagem competitiva, um capital humano mais capacitado e uma empresa mais consolidada e competitiva.

## Referências

ARAÚJO, L.C. G., **Gestão de pessoas**. São Paulo: Atlas, 2006.

BOHEANDER, G.; SCOTT, S.; SHIERMAN, A. **Administração de Recursos Humanos**. São Paulo: Thomson, 2003.

CHIAVENATO, I. **Gestão de pessoas**. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2004.

CHIAVENATO, I. **Recursos humanos**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

CHIAVENATO, I. **Desempenho humano nas empresas: como desenhar cargos e avaliar o desempenho para alcançar resultados**. 6. ed. Barueri: Manole , 2009.

## INCUBADORA DE EMPRESAS VIRTUAL NAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR: UMA PROPOSTA PARA ESTÍMULO À INOVAÇÃO E AO EMPREENDEDORISMO

Chiara Ranieri Bassetto<sup>1</sup>; Clemilton Luís Bassetto<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Aluna de Mestrado na Faculdade de Odontologia de Bauru (FOB) Universidade de São Paulo (USP)  
– [chiarar@usp.br](mailto:chiarar@usp.br) – [chiarar@usp.br](mailto:chiarar@usp.br);

<sup>2</sup>Professor do curso de Administração; Engenharia Civil e Ciência da Computação – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – [profbassetto@gmail.com](mailto:profbassetto@gmail.com).

**Grupo de trabalho:** ADMINISTRAÇÃO

**Palavras-chave:** inovação, empreendedorismo, desenvolvimento econômico; educação superior.

**Introdução:** A sociedade contemporânea apresenta-se em cenário turbulento e dinâmico, principalmente quando considera-se o ambiente de negócios, o qual exige rápida resposta e atitude de mudança de todos os envolvidos. Afirmção que reforça o conceito apresentado por Schumpeter (1939), que mesmo sendo apresentado na Década de 30, tem um significado bastante atual ao afirmar que o desenvolvimento econômico é conduzido pela inovação em um processo dinâmico de evolução, capaz de destruir os velhos modelos, substituindo-os por novos. Essa característica apresentada pelo autor reforça a necessidade de busca/adoção de novos modelos de atuação no mercado de negócio. Principalmente quando se considera o ambiente de formação oferecido nas Instituições de Ensino Superior.

**Objetivos:** Identificar os desafios e oportunidades com a implantação de uma Incubadora de Empresas Virtual na cidade de Bauru como modelo de estímulo à inovação e ao empreendedorismo aos alunos do ensino superior.

**Relevância do Estudo:** De acordo com os autores Chiarini e Vieira (2012), as universidades têm caráter vital não somente na formação de recursos humanos, mas também na geração de conhecimentos técnico-científicos para o desenvolvimento sócio-econômico no contexto dos Sistemas de Inovação. São agentes basilares e auxiliam o processo de criação e disseminação, tanto de novos conhecimentos, quanto de novas tecnologias, através de pesquisa básica, pesquisa aplicada e desenvolvimento e, por essa razão são encaradas como agentes estratégicos no contexto de uma sociedade. Nesse contexto, a proposta apresentada para implantação de Incubadora de Empresas Virtual nas Instituições de Ensino Superior, pode oferecer as condições adequadas e necessárias ao pleno e efetivo alcance de melhores indicadores de desenvolvimento econômico e social da região.

**Materiais e métodos:** Para realização deste estudo exploratório-descritivo utilizou-se de pesquisa bibliográfica com apoio em princípios teóricos de Severino (2000), Martins (2002) e Marconi e Lakatos (2010) e pesquisa de campo através das técnicas de análise documental apoiada nos princípios de Marconi e Lakatos (2010)

**Resultados e discussões:** Considerando os desafios que se apresentam com relação às condições apresentadas anteriormente, as universidades têm papel fundamental no desenvolvimento da inovação e, por consequência, no desenvolvimento da sociedade. Pois, segundo o relatório elaborado em 2016, pela Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD, p.16) ou Organização para Cooperação Desenvolvimento Econômico para a Reunião dos Ministros de Ciência, Tecnologia e Inovação do G-20, retrata algumas condicionantes para o desenvolvimento da inovação que reforçam as informações apresentadas anteriormente e mostram alguns direcionamentos:

Os sistemas educacionais desempenham um papel importante no apoio à inovação, uma vez que as sociedades baseadas no conhecimento dependem de uma força de trabalho qualificada e flexível em todos os setores da economia e da sociedade. A inovação requer a capacidade de aprendizado contínuo e a habilidade de atualização constante. Embora as competências básicas sejam geralmente consideradas importantes para a absorção de novas tecnologias de alto nível, as competências são fundamentais para a criação de novos conhecimentos e tecnologias. A ênfase é cada vez mais colocada sobre capacidades para adaptar e combinar conhecimentos multidisciplinares para resolver questões complexas (OECD, 2016, p.16).

Assim, ao se considerar a implantação de uma Incubadora de Empresas para a Saúde, espera-se contribuir também com o desenvolvimento econômico e social, além de resolver questões mais latentes da sociedade. Uma vez que, experiências de outros países evidenciam que investimentos em inovação, além de constituir fator de competitividade, têm relação direta com o aumento da produtividade e motor do crescimento econômico dos países. Nesse sentido, para enfrentar a crescente competição global por mercados, as nações têm dado grande relevância aos fatores relacionados ao desenvolvimento científico, tecnológico e à inovação, tanto que, mesmo em período de crise, muitos países continuaram ampliando o volume de recursos direcionado a atividades de pesquisa e desenvolvimento (OECD, 2016).

**Conclusão:** A criação de ambientes de inovação e empreendedorismo ultrapassam os limites do ensino tradicional já que as oportunidades advindas com esses espaços potencializam a capacidade criativa dos estudantes, professores e empreendedores, que por sua vez colaboram para o fortalecimento e a melhoria das condições de vida da comunidade contribuindo com o desenvolvimento local.

#### **Referências**

CHIARINI, T., VIEIRA, K. P. **Universidades como produtoras de conhecimento para o desenvolvimento econômico:** sistema superior de ensino e as políticas de CT&I. Revista Brasileira de Economia. v. 66, n. 1, p. Rio de Janeiro Jan./Mar. 2012. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0034-71402012000100006](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-71402012000100006)>. Acesso em: 15 fev. 2018.

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

MARTINS, G. de A. **Manual para elaboração de monografias e dissertações.** 3 ed. São Paulo: Atlas, 2002.

OECD. (Organisation for Economic Co-operation and Development). **G20 INNOVATION REPORT 2016.** Disponível em: <<https://www.oecd.org/sti/inno/G20-innovation-report-2016.pdf>>. Acesso em: 14 fev. 2018.

SCHUMPETER, J. A. **Business cycles:** a theoretical, historical and statistical analysis of the capitalist process. New York: McGraw-Hill, 1939.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico.** 21. ed. São Paulo: Cortez, 2000.

---

## AMBIENTES DE INOVAÇÃO E EMPREENDEDORISMO NO ENSINO SUPERIOR: EXPERIÊNCIA DAS FACULDADES INTEGRADAS DE BAURU (FIB)

Chiara Ranieri Bassetto<sup>1</sup>; Clemilton Luís Bassetto<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Aluna de Mestrado na Faculdade de Odontologia de Bauru (FOB) Universidade de São Paulo (USP)  
– [chiarar@usp.br](mailto:chiarar@usp.br) – [chiarar@usp.br](mailto:chiarar@usp.br);

<sup>2</sup>Professor do curso de Administração; Engenharia Civil e Ciência da Computação – Faculdades Integradas de Bauru – FIB – [profbassetto@gmail.com](mailto:profbassetto@gmail.com).

**Grupo de trabalho:** ADMINISTRAÇÃO

**Palavras-chave:** inovação; empreendedorismo; educação superior

**Introdução:** A sociedade carece de estudos e produção de conhecimento que possam ser aplicados e que ofereçam melhores processos, caminhos e soluções para as demandas emergentes. As universidades têm como objetivos o ensino, a pesquisa e a extensão, caracterizam-se como fontes geradoras de conhecimento. A geração de conhecimento é resultado da ação da pesquisa e o ensino trabalha com a reprodução do conhecimento. No entanto, muito do que se produz de conhecimento no ambiente universitário acaba em uma estante ou biblioteca sem a aplicação prática. Fazendo com que o conhecimento fique restrito a um seleto grupo de pessoas e/ou instituições. Para diminuir essas lacunas e provocar o encontro entre a necessidade da sociedade e o potencial irrestrito encontrado na academia, realizou-se esse estudo observando a experiência das Faculdades Integradas de Bauru (FIB).

**Objetivos:** Utilizar ambientes de inovação e empreendedorismo no ensino superior como fatores influenciadores do desenvolvimento local no município de Bauru.

**Relevância do Estudo:** O modelo atual adotado pelas universidades se mostrou ineficiente ao evidenciar que não adianta fazer sempre o mesmo e esperar resultados diferentes. Há a necessidade de promover uma ruptura com o modelo atual e, nesse sentido, incentivar empreendedorismo e inovação nas Instituições de Ensino Superior (IES) podem se caracterizar como mecanismos fundamentais para uma Política de Desenvolvimento e Inovação. Tendo em vista que têm se mostrado ao longo das últimas décadas, como excelente instrumento para promover o empreendedorismo e possibilidade de gerar negócios com novas tecnologias e produtos inovadores.

Destaca-se a característica universitária da cidade de Bauru, que possui 23 universidades/faculdades credenciadas para atuar na educação e as recentes conquistas com a implantação de duas faculdades de medicina na cidade. Situações que convergem para a futura criação de Parque Tecnológico no município.

Percebe-se, portanto, a necessidade do desenvolvimento de estudos que permitam verificar a viabilidade de implantação ambientes de inovação e empreendedorismo nas Instituições de Ensino Superior no município de Bauru/SP, considerando, a priori, haver ambiente propício formado por todos os elos que podem potencializar as ações necessárias para a população, o desenvolvimento econômico e social, influenciados pela inovação e tecnologia gerada no contexto universitário.

**Materiais e métodos:** Pesquisa/revisão bibliográfica e análise documental realizada em documentos oficiais disponibilizados pelas Faculdades Integradas de Bauru (FIB), utilizando-se dos princípios teóricos de Severino (2000), Martins (2002) e Marconi e Lakatos (2010).

**Resultados e discussões:** O grau de empreendedorismo de uma comunidade tende a ser resultado direto da conquista do desenvolvimento econômico. A constituição de ambientes favoráveis ao estímulo à inovação e empreendedorismo, estão diretamente relacionadas ao nível de envolvimento, liderança, capacidade de coordenação dos empreendedores, fatores que evidenciam o desempenho e o desenvolvimento econômico de uma localidade (DOLABELA, 1999).

Após realizar análise documental no Projeto Político Institucional (PPI), Projeto de Desenvolvimento Institucional (PDI), Projeto Pedagógico do Curso (PPC), Relatórios de Avaliações Institucionais Externas, Relatórios de Auto Avaliação Institucional, das Faculdades Integradas de Bauru (FIB), observou-se que a inclusão da disciplina de Liderança e Empreendedorismo nos semestres finais de todos os 20 cursos de graduação, trouxe o tema inovação e empreendedorismo para as discussões estruturantes de seus projetos pedagógicos e a consequente compreensão do ganho de valor na formação acadêmica, bem como no seu reconhecimento enquanto agente de transformação e protagonismo do desenvolvimento local.

Observou-se também a promoção da extensão empreendedora, escritórios modelos com oferta de soluções para o agronegócio, para a construção civil, em projetos de arquitetura e urbanismo, gestão empresarial e da produção industrial, inovação e desenvolvimento de produtos, e soluções para a comunicação integrada.

Em implementação - espaços de *coworking*, (espaço de uso compartilhado para apoio de projetos de inovação e empreendedorismo com impacto socioeconômico), *FabLab* (espaço para o desenvolvimento de produtos inovadores), incubadora de empresas (espaço para apoio de projetos de inovação e empreendedorismo com foco em negócios em fase inicial).

**Conclusão:** Pode-se inferir que a IES ao adotar esse modelo deve fazê-lo de forma que estejam alinhadas às políticas institucionais que norteiam o seu desenvolvimento no contexto regional. Trata-se de uma diretriz que deve ser vivenciada em todas as dimensões da instituição, de forma integrada e na indissociabilidade do ensino, pesquisa e extensão. O assunto inovação e empreendedorismo deve ser tratado em todos os cursos e em todos os níveis, conforme destaca Lopes (2010, p.83), ao afirmar que as IES “[...] devem criar condições para que o aluno possa se desenvolver para incorporar as habilidades necessárias do complexo e disputado mundo de negócios em que vivemos”.

## Referências

DOLABELA, F. **Oficina do Empreendedor:** A metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza. São Paulo: Cultura, 1999.

LOPES, R. M. A. (Org.). **Educação Empreendedora:** conceitos, modelos e práticas. Rio de Janeiro: Elsevier; São Paulo: Sebrae, 2010.

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

MARTINS, G. de A. **Manual para elaboração de monografias e dissertações.** 3 ed. São Paulo: Atlas, 2002.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico.** 21. ed. São Paulo: Cortez, 2000.