

Administração 4.0: Flexibilidade para a Inovação das Organizações

Clayton Robson Moreira da Silva
(Organizador)



Clayton Robson Moreira da Silva

(Organizador)

Administração 4.0: Flexibilidade para a Inovação das Organizações

Atena Editora
2019

2019 by Atena Editora
Copyright © Atena Editora
Copyright do Texto © 2019 Os Autores
Copyright da Edição © 2019 Atena Editora
Editora Executiva: Prof^a Dr^a Antonella Carvalho de Oliveira
Diagramação: Karine de Lima
Edição de Arte: Lorena Prestes
Revisão: Os Autores

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof^a Dr^a Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Prof^a Dr^a Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof^a Dr^a Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof^a Dr^a Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof^a Dr^a Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof^a Dr^a Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Ciências Agrárias e Multidisciplinar

Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano
Prof^a Dr^a Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof^a Dr^a Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

Ciências Biológicas e da Saúde

Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás
Prof.^a Dr.^a Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará

Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

Ciências Exatas e da Terra e Engenharias

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

Conselho Técnico Científico

Prof. Msc. Abrãao Carvalho Nogueira – Universidade Federal do Espírito Santo
Prof. Dr. Adaylson Wagner Sousa de Vasconcelos – Ordem dos Advogados do Brasil/Seccional Paraíba
Prof. Msc. André Flávio Gonçalves Silva – Universidade Federal do Maranhão
Prof.ª Drª Andreza Lopes – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento Acadêmico
Prof. Msc. Carlos Antônio dos Santos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Msc. Daniel da Silva Miranda – Universidade Federal do Pará
Prof. Msc. Eliel Constantino da Silva – Universidade Estadual Paulista
Prof.ª Msc. Jaqueline Oliveira Rezende – Universidade Federal de Uberlândia
Prof. Msc. Leonardo Tullio – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof.ª Msc. Renata Luciane Polsaque Young Blood – UniSecal
Prof. Dr. Welleson Feitosa Gazel – Universidade Paulista

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)	
A238	Administração 4.0 [recurso eletrônico] : flexibilidade para a inovação das organizações / Organizador Clayton Robson Moreira da Silva. – Ponta Grossa, PR: Atena Editora, 2019. Formato: PDF Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader Modo de acesso: World Wide Web Inclui bibliografia ISBN 978-85-7247-520-4 DOI 10.22533/at.ed.204190607 1. Administração de empresas. 2. Inovação. 3. Tecnologia. I. Silva, Clayton Robson Moreira da. CDD 658.1
Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422	

Atena Editora
Ponta Grossa – Paraná - Brasil
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

A obra “Administração 4.0: Flexibilidade para a Inovação das Organizações”, publicada pela Atena Editora, compreende um conjunto de vinte e quatro capítulos que abordam diversas temáticas inerentes ao campo da administração, promovendo o debate sobre estratégias, ações e mecanismos flexíveis focados na inovação das organizações.

Dessa forma, esta obra é dedicada àqueles que desejam ampliar seus conhecimentos e percepções sobre administração das organizações, com foco na inovação, por meio de um arcabouço teórico especializado. Ainda, ressalta-se que este livro agrega à área da gestão à medida em que reúne um material rico e diversificado, proporcionando a ampliação do debate sobre diversos temas e conduzindo gestores, empreendedores, técnicos e pesquisadores ao delineamento de novas estratégias de gestão para a inovação. A seguir, apresento os estudos que compõem os capítulos deste volume, juntamente com seus respectivos objetivos.

O primeiro capítulo é intitulado “Grau de Inovação das Micro e Pequenas Empresas: uma análise sob a ótica do radar de inovação” e objetivou evidenciar a importância da inovação para as micro e pequenas empresas, apresentando o grau de inovação de uma microempresa que participou do projeto Agentes Locais de Inovação (ALI), no período de 2009 a 2011. O segundo capítulo tem como título “Perfil dos Empreendedores Brasileiros: o que mostra a pesquisa SEBRAE/ IBQP/ *Global Entrepreneurship Monitor*” e objetivou identificar o perfil do empreendedor brasileiro, utilizando a metodologia de pesquisa da *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM). O terceiro capítulo, intitulado “Pequenas e Médias Empresas: modelagem de processos de negócios e seus desafios”, objetivou elucidar os esforços, os desafios e oportunidades de pequenas e médias empresas em desenvolverem-se no mercado nacional e estrangeiro por meio do uso do gerenciamento de processos de negócio e suas vertentes.

O quarto capítulo é intitulado “Visão Crítica das Políticas de Gestão de Pessoas e Gestão do Conhecimento em Pequenas Empresas” e objetivou debater a importância da articulação teórica entre políticas de gestão de pessoas (GP) e gestão do conhecimento nas pequenas empresas. O quinto capítulo tem como título “Estilos de liderança e a Teoria da Liderança Situacional de Hersey e Blanchard” e apresenta a Teoria da Liderança Situacional como uma ferramenta de gerenciamento que faz uso de diferentes estilos de liderança existentes aproveitando suas virtudes conforme o grau de maturidade do colaborador. O sexto capítulo, intitulado “A Percepção do Colaborador acerca da Implantação de um Plano de Cargos e Carreira: um estudo de caso em uma ICES – Instituição Comunitária de Ensino Superior”, teve como objetivo investigar a percepção dos colaboradores de uma Instituição Comunitária de Ensino Superior (ICES) sobre a implantação do plano de cargos e carreira.

O sétimo capítulo tem como título “Violência Simbólica e Empoderamento:

mulheres que ocupam cargos de direção em centros universitários” e buscou analisar a percepção da existência de empoderamento e/ou da vivência da violência simbólica no cotidiano de trabalho de cinco mulheres que ocupam cargos de alta direção em Centros Universitários, em Belo Horizonte - MG. O oitavo capítulo é intitulado “Equidade Salarial Feminina no Mercado de Trabalho: reflexões a partir de um levantamento bibliográfico” e teve como objetivo nortear novos administradores nas questões relacionadas à equidade salarial através de um levantamento bibliométrico de pesquisas sobre o tema. O nono capítulo é intitulado “Teoria Crítica Pós-Moderna de Oposição: é possível situá-la no círculo das matrizes epistêmicas?” e explora a Teoria Crítica Pós-Moderna de Oposição (TCPO), no âmbito do Círculo das Matrizes Epistêmicas (CME), com base na Sociologia das Ausências, das Emergências, da Teoria (trabalho) de Tradução, bem como na Razão Subjacente: a Razão Cosmopolita como crítica à Razão Indolente.

O décimo capítulo tem como título “Descentralização das Ações de Indução da Cultura da Inovação: estudo do setor confeccionista no município de Curvelo/MG” e estudou a importância da implementação de uma rede inovadora nos municípios onde há unidades CEFET-MG, a fim de consolidar uma política inovadora. O décimo primeiro capítulo é intitulado “Modelo de Internacionalização de Empresas com Suporte nas Teorias Uppsala e Capital Social” e objetivou propor um modelo de internacionalização com suporte na relação entre a Teoria *Uppsala* e a Teoria do Capital Social. O décimo segundo capítulo tem como título “Capital Social e Ensino Superior na Perspectiva da Internacionalização” e objetivou elaborar um *framework* para compreender a internacionalização do Ensino Superior, por meio do capital social desenvolvido em Cooperação Acadêmica Internacional.

O décimo terceiro capítulo é intitulado “Transparência na Administração Pública Municipal do Estado da Paraíba” e objetivou verificar se os 223 municípios que formam o estado da Paraíba estão divulgando os instrumentos de transparência pública previstos no artigo 48 da Lei Complementar n 101 de 2000 (Lei de Responsabilidade Fiscal), nos portais eletrônicos dos municípios. O décimo quarto capítulo tem como título “*Accountability* como Ferramenta de Controle e Transparência na Universidade Federal de Rondônia” e objetivou analisar como a Pró-reitora de Planejamento (PROPLAN) cumpre os critérios de divulgação e transparência exigidos pela Lei de Acesso à Informação e pela Lei de Responsabilidade Fiscal. O décimo quinto capítulo, intitulado “Carta de Serviços ao Usuário: um estudo de caso numa grande universidade federal brasileira”, teve como objetivo verificar se o capítulo 2 do Decreto 9.094/2017 está sendo atendido nas universidades públicas federais brasileiras, ou seja, se a carta está disponibilizada ao usuário.

O décimo sexto capítulo é intitulado “Administração Transnacional, Governança Global e Política Mundial: as vicissitudes do mundo em transe” e desenvolve ensaio teórico à luz de Octavio Ianni, David Coen e Tom Pegrum, e Anne-Marie Slaughter. O décimo sétimo capítulo, intitulado “As Perspectivas Acadêmicas da Trajetória das

Políticas de Previdência Social no Brasil”, buscou analisar as perspectivas teóricas adotadas nos estudos científicos sobre a trajetória das políticas de Previdência Social no Brasil de 1998 a 2017 por meio de uma revisão bibliográfica sistemática integrativa. O décimo oitavo capítulo tem como título “Análise de Políticas Públicas: reflexões sobre a Política Nacional de Incentivo ao Manejo Sustentado e ao Cultivo do Bambu” e apresenta as principais características do bambu, seu uso nas atividades produtivas, como também analisa sinteticamente a Política Nacional de Incentivo ao Manejo Sustentado e ao Cultivo do Bambu.

O décimo nono capítulo tem como título “Reduzir, Reutilizar e Reciclar - Sustentabilidade de um Centro de Triagem de Materiais Recicláveis: estudo de caso” e buscou apresentar uma proposta de gestão financeira para um centro de triagem visando sua sustentabilidade no mercado de materiais recicláveis localizado na Região Metropolitana do Vale do Paraíba, Estado de São Paulo. O vigésimo capítulo é intitulado “Custo da Promoção versus o Retorno da Promoção: o caso da GODAM Alimentos” e objetivou mostrar os custos e os retornos esperados de uma ação promocional através do trabalho de um promotor de vendas desta empresa dentro de uma empresa-parceira (cliente). O vigésimo primeiro capítulo é intitulado “Perfil e-Consumidor dos Discentes do Curso de Administração de uma IES Brasileira” e objetivou conhecer o perfil e-consumidor dos alunos do curso de administração.

O vigésimo segundo capítulo é intitulado “Mito x Realidade: o *tag along* como mecanismo de proteção do acionista minoritário das sociedades anônimas brasileiras” e objetivou identificar a efetividade do *tag along* como prática de governança corporativa que protege o acionista minoritário da ação dos acionistas controladores em caso de alienação de controle. O vigésimo terceiro capítulo, intitulado “Análise da Carteira Eficiente entre o Mercado Imobiliário e os Títulos Públicos Federais”, objetivou apresentar uma solução para maximizar um portfólio, utilizando a combinação de investimentos diferentes, buscando, com isso, obter a melhor relação risco-retorno. O vigésimo quarto capítulo tem como título “*Organizational Learning as a Driver of a Social Business Model: a case study*” e investiga como os agricultores orgânicos no Sul do Brasil estão tornando seu negócio social operacionalmente sustentável, criando um ambiente de aprendizagem.

Assim, agradecemos aos autores pelo empenho e dedicação que possibilitaram a construção dessa obra de excelência, e esperamos que este livro possa contribuir para a discussão e consolidação de temas relevantes para a área de administração, levando pesquisadores, docentes, gestores, analistas, técnicos, consultores e estudantes à reflexão sobre os assuntos aqui abordados.

Clayton Robson Moreira da Silva

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
GRAU DE INOVAÇÃO DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS: UMA ANÁLISE SOB A ÓTICA DO RADAR DE INOVAÇÃO	
Jéssica dos Santos Veiga Anderson Luís do Espírito Santo Rosa de Barros Ferreira de Almeida	
DOI 10.22533/at.ed.2041906071	
CAPÍTULO 2	18
PERFIL DOS EMPREENDEDORES BRASILEIROS: O QUE MOSTRA A PESQUISA SEBRAE/ IBPQ/ GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR	
Ângelo José Penna Machado Carlos Rodrigo da Silva Ywrynicksom Ramos Fernandes	
DOI 10.22533/at.ed.2041906072	
CAPÍTULO 3	34
PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS: MODELAGEM DE PROCESSOS DE NEGÓCIOS E SEUS DESAFIOS	
Roquemar de Lima Baldam Daniel Vasconcelos Castro Morgana de Freitas Guaitolini Lourenço Costa Thalmo de Paiva Coelho Junior	
DOI 10.22533/at.ed.2041906073	
CAPÍTULO 4	49
VISÃO CRÍTICA DAS POLÍTICAS DE GESTÃO DE PESSOAS E GESTÃO DO CONHECIMENTO EM PEQUENAS EMPRESAS	
Talita Bernardi Goettens Denize Grzybovski	
DOI 10.22533/at.ed.2041906074	
CAPÍTULO 5	58
ESTILOS DE LIDERANÇA E A TEORIA DA LIDERANÇA SITUACIONAL DE HERSEY E BLANCHARD	
Elvis Magno da Silva Caique Bevilaqua Vilas Boas Rondinelli Heitor Resende Andrade Heloísa Teixeira Fidelis Fernandes	
DOI 10.22533/at.ed.2041906075	
CAPÍTULO 6	69
A PERCEPÇÃO DO COLABORADOR ACERCA DA IMPLANTAÇÃO DE UM PLANO DE CARGOS E CARREIRA: UM ESTUDO DE CASO EM UMA ICES – INSTITUIÇÃO COMUNITÁRIA DE ENSINO SUPERIOR	
Eder Ocimar Schuinsekel Berenice Beatriz Rossner Wbatuba	
DOI 10.22533/at.ed.2041906076	

CAPÍTULO 7	84
VIOLÊNCIA SIMBÓLICA E EMPODERAMENTO: MULHERES QUE OCUPAM CARGOS DE DIREÇÃO EM CENTROS UNIVERSITÁRIOS	
Cristiane Chaves Caldas	
Marlene Catarina de Oliveira Lopes Melo	
Ana Lúcia Magri Lopes	
DOI 10.22533/at.ed.2041906077	
CAPÍTULO 8	96
EQUIDADE SALARIAL FEMININA NO MERCADO DE TRABALHO: REFLEXÕES A PARTIR DE UM LEVANTAMENTO BIBLIOGRÁFICO	
Eline dos Anjos	
Washington Ângelo	
DOI 10.22533/at.ed.2041906078	
CAPÍTULO 9	113
TEORIA CRÍTICA PÓS-MODERNA DE OPOSIÇÃO: É POSSÍVEL SITUÁ-LA NO CÍRCULO DAS MATRIZES EPISTÊMICAS?	
Fabiana Pinto de Almeida Bizarria	
Alexandre Oliveira Lima	
Antônia Márcia Rodrigues Sousa	
Flávia Lorene Sampaio Barbosa	
DOI 10.22533/at.ed.2041906079	
CAPÍTULO 10	131
DESCENTRALIZAÇÃO DAS AÇÕES DE INDUÇÃO DA CULTURA DA INOVAÇÃO: ESTUDO DO SETOR CONFECCIONISTA NO MUNICÍPIO DE CURVELO/MG	
Ronaldo Ferreira Machado	
Lourdiane Gontijo das Mercês Gonzaga	
Nilton da Silva Maia	
Antônio Guimarães Campos	
Maria de Lourdes Couto Nogueira	
DOI 10.22533/at.ed.20419060710	
CAPÍTULO 11	145
MODELO DE INTERNACIONALIZAÇÃO DE EMPRESAS COM SUPORTE NAS TEORIAS UPPSALA E CAPITAL SOCIAL	
Fabiana Pinto de Almeida Bizarria	
Alexandre Oliveira Lima	
Antônia Márcia Rodrigues Sousa	
Flávia Lorene Sampaio Barbosa	
DOI 10.22533/at.ed.20419060711	
CAPÍTULO 12	168
CAPITAL SOCIAL E ENSINO SUPERIOR NA PERSPECTIVA DA INTERNACIONALIZAÇÃO	
Fabiana Pinto de Almeida Bizarria	
Alexandre Oliveira Lima	
Antônia Márcia Rodrigues Sousa	
Flávia Lorene Sampaio Barbosa	
DOI 10.22533/at.ed.20419060712	

CAPÍTULO 13	190
TRANSPARÊNCIA NA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA MUNICIPAL DO ESTADO DA PARAÍBA	
Marinely Costa de Lima	
Maria Manuela Costa de Lima	
Iran Jefferson Ribeiro de Lima	
Vera Lúcia Cruz	
DOI 10.22533/at.ed.20419060713	
CAPÍTULO 14	207
ACCOUNTABILITY COMO FERRAMENTA DE CONTROLE E TRANSPARÊNCIA NA UNIVERSIDADE FEDERAL DE RONDÔNIA	
Daniela Dourado Santos	
Marcilene de Assunção	
Marlene Valério dos Santos Arenas	
DOI 10.22533/at.ed.20419060714	
CAPÍTULO 15	223
CARTA DE SERVIÇOS AO USUÁRIO: UM ESTUDO DE CASO NUMA GRANDE UNIVERSIDADE FEDERAL BRASILEIRA	
Joyce Vasconcelos Coutinho dos Reis	
Diego Fillipe de Souza	
Jorge da Silva Correia Neto	
DOI 10.22533/at.ed.20419060715	
CAPÍTULO 16	236
ADMINISTRAÇÃO TRANSNACIONAL, GOVERNANÇA GLOBAL E POLÍTICA MUNDIAL: AS VICISSITUDES DO MUNDO EM TRANSE	
Carlos Antonio Mendes de Carvalho Buenos Ayres	
DOI 10.22533/at.ed.20419060716	
CAPÍTULO 17	248
AS PERSPECTIVAS ACADÊMICAS DA TRAJETÓRIA DAS POLÍTICAS DE PREVIDÊNCIA SOCIAL NO BRASIL	
Raquel Andrade e Silva	
Elaine Aparecida Teixeira	
DOI 10.22533/at.ed.20419060717	
CAPÍTULO 18	261
ANÁLISE DE POLÍTICAS PÚBLICAS: REFLEXÕES SOBRE A POLÍTICA NACIONAL DE INCENTIVO AO MANEJO SUSTENTADO E AO CULTIVO DO BAMBU	
Fábio Moita Louredo	
Ricardo de Souza Martins da Costa	
DOI 10.22533/at.ed.20419060718	

CAPÍTULO 19	273
REDUZIR, REUTILIZAR E RECICLAR - SUSTENTABILIDADE DE UM CENTRO DE TRIAGEM DE MATERIAIS RECICLÁVEIS: ESTUDO DE CASO	
Ricardo Zerinto Martins	
DOI 10.22533/at.ed.20419060719	
CAPÍTULO 20	284
CUSTO DA PROMOÇÃO VERSUS O RETORNO DA PROMOÇÃO: O CASO DA GODAM ALIMENTOS	
Elvis Magno da Silva	
Dayana Christina dos Reis	
Sibila Fernanda Martins Silva	
DOI 10.22533/at.ed.20419060720	
CAPÍTULO 21	293
PERFIL E-CONSUMIDOR DOS DISCENTES DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DE UMA IES BRASILEIRA	
Igor Ferreira de Fúcio	
Reginaldo Adriano de Souza	
Rita de Cássia Martins de Oliveira Ventura	
José Carlos de Souza	
Lilian Beatriz Ferreira Longo	
DOI 10.22533/at.ed.20419060721	
CAPÍTULO 22	308
MITO X REALIDADE: O TAG ALONG COMO MECANISMO DE PROTEÇÃO DO ACIONISTA MINORITÁRIO DAS SOCIEDADE ANÔNIMAS BRASILEIRAS	
Éder de Souza Beirão	
João Paulo Cavalcante Lima	
DOI 10.22533/at.ed.20419060722	
CAPÍTULO 23	324
ANÁLISE DA CARTEIRA EFICIENTE ENTRE O MERCADO IMOBILIÁRIO E OS TÍTULOS PÚBLICOS FEDERAIS	
Pedro Oliveira Otoch	
Marcelo Augusto Farias de Castro	
DOI 10.22533/at.ed.20419060723	
CAPÍTULO 24	336
ORGANIZATIONAL LEARNING AS A DRIVER OF A SOCIAL BUSINESS MODEL: A CASE STUDY	
Michelle Dauer	
Michele de Souza	
Luiz Reni Trento	
DOI 10.22533/at.ed.20419060724	
CAPÍTULO 25	348
A IMPORTÂNCIA DO LIDER COACHING NA GESTÃO PÚBLICA: UM ESTUDO COM A EQUIPE DO NÚCLEO DE PESQUISA - OBSERVATÓRIO DO TURISMO DO ESTADO DE GOIÁS	
Giovanna Adriana Tavares Gomes	
DOI 10.22533/at.ed.20419060725	

CAPÍTULO 26	354
A INFLUÊNCIA DO CONHECIMENTO CULTURAL NOS NEGÓCIOS INTERNACIONAIS	
Carolina Pellissari Ribeiro Ana Leticia Rupel Jessica Cristine Metnek Patricia Kroetz Maggioni	
DOI 10.22533/at.ed.20419060726	
CAPÍTULO 27	364
PERCEPÇÕES SOBRE O (DES)ALINHAMENTO DOS PRINCÍPIOS DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA, ACCOUNTABILITY E GERENCIAMENTO DE RESULTADOS EM INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS	
Leonardo da Silva Trindade Matos Rosiane Maria Lima Gonçalves Antônio Carlos Brunozi Júnior	
DOI 10.22533/at.ed.20419060727	
CAPÍTULO 28	377
INSTITUCIONALIZAÇÃO DA ECONOMIA SOLIDÁRIA EM MATO GROSSO DO SUL	
André Luiz Alvarenga de Souza	
DOI 10.22533/at.ed.20419060728	
CAPÍTULO 29	393
REDUÇÃO DE FALHAS EM SISTEMAS DE AUTOMAÇÃO DE PROCESSOS COM O USO DAS TÉCNICAS FTA, FMECA E ANÁLISE CRÍTICA DE ESPECIALISTAS	
Roquemar de Lima Baldam Patrick Soares Silva Lourenço Costa Thalmo de Paiva Coelho Junior	
DOI 10.22533/at.ed.20419060729	
SOBRE O ORGANIZADOR	404
ÍNDICE REMISSIVO	405

CUSTO DA PROMOÇÃO VERSUS O RETORNO DA PROMOÇÃO: O CASO DA GODAM ALIMENTOS

Elvis Magno da Silva

M.Sc. (FADMINAS)

Lavras - MG

Dayana Christina dos Reis

MBA Contr. e Fin. (FADMINAS)

Lavras - MG

Sibila Fernanda Martins Silva

Esp. Edu Amb. (FADMINAS)

Lavras - MG

RESUMO: A Godiva Alimentos (GODAM) iniciou no ano de 2000, com a fabricação de produtos confiáveis e com alto padrão de qualidade. Os produtos contam com um mix de néctares de vários sabores; a linha Lácteos com manteigas, queijos, requeijões, queijos light, requeijões light, ricota, creme de ricota e leite UHT sendo integral, desnatado e semi-desnatado. Um ponto positivo da empresa GODAM é o investimento em degustações semanais, quinzenais e em datas especiais isso é uma forma para atrair os clientes que não conhecem os produtos, onde eles experimentam e acabam comprando assim aumenta o giro do produto e consequentemente aumenta as vendas com um baixo gasto conforme apresentadas no trabalho. Disto posto o objetivo deste trabalho foi mostrar os custos e os retornos esperados de uma ação promocional através do trabalho

de um promotor de vendas desta empresa dentro de uma empresa-parceira (cliente). O presente trabalho foi uma pesquisa aplicada e visou gerar conhecimentos para aplicação prática. Esta pesquisa também foi conduzida para solução de um problema específico (custo x retorno). Utilizou-se para coleta de dados do estudo de caso: questionário e observação sistemática.

PALAVRAS-CHAVE: Custos. Contabilidade. Retorno. Promoção.

COST OF PROMOTION VERSUS RETURN PROMOTION: THE CASE OF GODAM ALIMENTOS

ABSTRACT: Godiva Alimentos (GODAM) started in the year 2000, with the manufacture of reliable products with a high quality standard. The products have a mix of nectars of various flavors; The dairy line with butters, cheeses, curd cheese, light cheeses, light curd, ricotta, ricotta cream and UHT milk being integral, skimmed and semi-skimmed. A positive aspect of the GODAM company is the investment in weekly, biweekly and special-day tastings. This is a way to attract customers who do not know the products, where they try and end up buying, thus increasing the product turnover and consequently increasing sales with A low expenditure as presented in the paper. From this point the objective of this work

was to show the costs and the returns of a promotional action through the work of a promoter of sales of this company within a partner company (client). The present work was an applied research and aimed at generating knowledge for practical application. This research was also conducted to solve a specific problem (cost x return). It was used to collect data from the case study: questionnaire and systematic observation.

KEYWORDS: Costs. Accounting. Return. Promotion.

1 | INTRODUÇÃO

Administração é o processo que permite alcançar as metas de uma empresa, fazendo uso do trabalho com e por meio de pessoas e outros recursos da empresa (CERTO, 2005).

Para Chiavenato (2005) Administração é alcançar resultados com os meios que se possui. Transformar recursos e competências em resultados extraordinários, sem ela o mundo moderno jamais seria o que é hoje. A administração é o maior responsável pela enorme disparada do desenvolvimento econômico e tecnológico que o mundo experimentou no século XX e promete continuar no futuro.

A contabilidade de custos, como um ramo da administração empresarial, destina-se ao fornecimento de informações para as pessoas que estão dentro da organização e que as dirige. A contabilidade de custos, em um sentido mais profundo, está voltada única e exclusivamente para a administração da empresa, procurando suprir informações que se encaixam de maneira válida e efetiva no modelo decisório do administrador.

Tem sido reconhecido pela literatura contábil que a variável 'custos', em seu contexto geral, influencia de forma determinante na dimensão de resultados. Portanto, a sua gestão é um pré-requisito para sua eficácia organizacional, visto possibilitar a obtenção de uma economia de custo eficaz, com benefícios para a empresa e seus clientes (SOUZA, 2006).

O objetivo geral do trabalho é mostrar os custos e os retornos esperados de uma ação promocional através do trabalho de um promotor de vendas dentro de uma organização.

A importância do tema escolhido é de grande interesse para todas as empresas, pois através de controle de custos de produção a empresa poderá investir mais em marketing, fazendo com que o produto tenha um giro maior assim contribuindo para a lucratividade e melhor posicionamento no ranking para a empresa.

O trabalho foi dividido em três partes, onde a primeira é uma introdução ao tema, na segunda parte o tema Custo Promoção *versus* Retorno Promoção foi explicado e na terceira parte fez se Considerações Finais.

2 | CUSTOS

Segundo Padoveze (2013) custos é a mensuração econômica dos recursos utilizados para as operações da empresa. O resultado das operações é a geração de produtos e serviços.

Custo é a parcela do gasto que é aplicada na produção, ou em outra qualquer função de custo, gasto este desembolso ou não. Custo é o valor aceito pelo comprador para adquirir um bem ou custo é a soma de todos os valores agregados ao bem desde a sua aquisição até a sua comercialização (DUTRA, 1995).

Uma outra definição conceitual de custos é que “custos é o sacrifício de recursos”. Essa conceituação está em linha com a teoria dos sistemas, onde a empresa, por ser um sistema aberto, processa recursos, que entram no sistema, para dar saída nos produtos e serviços (PADOVEZE, 2013).

Os tipos de custos são: fixos, variáveis, diretos, indiretos. Os custos fixos são aqueles que independentes do aumento ou diminuição da produtividade não apresentam variações. Ex: Salário da Administração, limpeza e conservação. Os custos variáveis oscilam de acordo com a produção ou volume produzido num determinado período. Ex: Comissão de vendas, água, energia.

Os custos totais são a soma dos custos fixos e dos custos variáveis.

Os custos diretos são aqueles que incidem diretamente sobre o produto e que se identificam plenamente, os quais podem ser calculados individualmente para cada unidade produzida. Os custos indiretos são aqueles que embora relacionados com a elaboração dos produtos ou serviços, não podem ser identificados com os mesmos e não é possível calcular por unidade produzida. Ex: Energia elétrica (ARAÚJO, 2005).

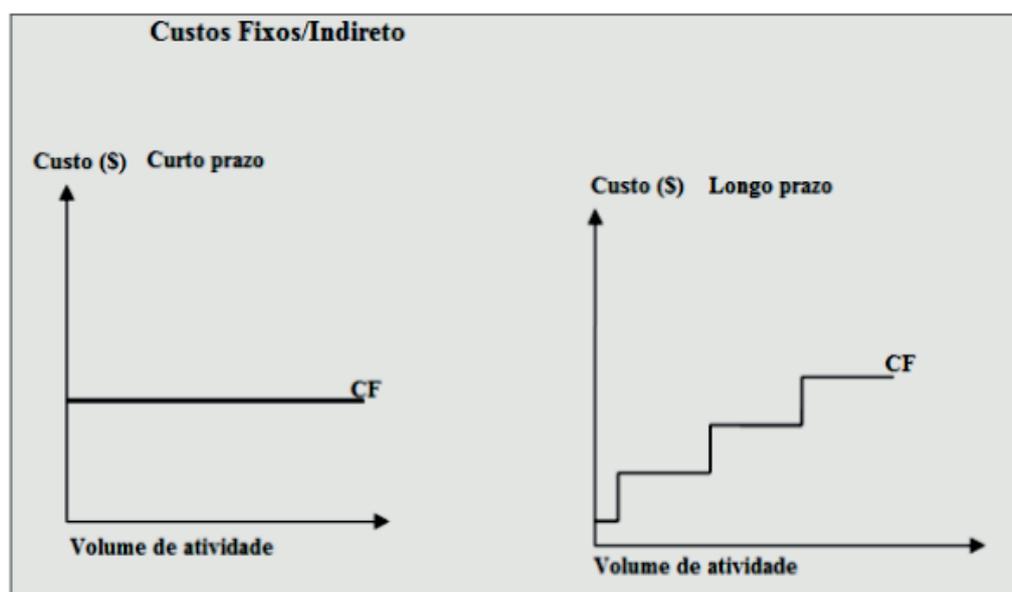


Figura 1: Representação de custos fixos/indiretos.

Fonte: Gestão Financeira e Orçamentária/Unilavras (2011).

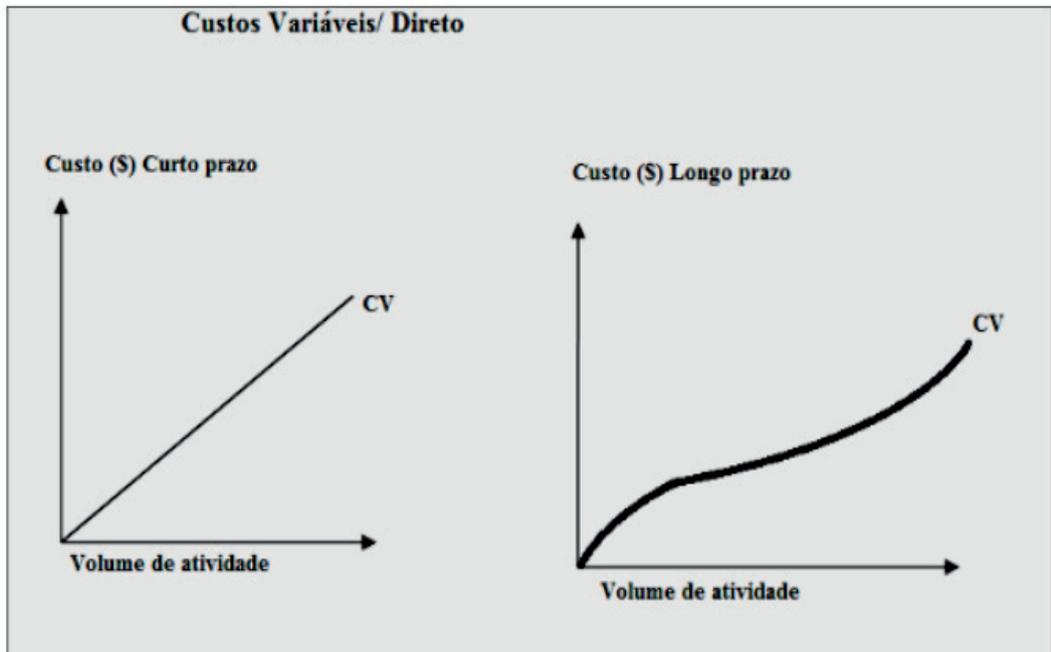


Figura 2: Representação de custos variáveis/diretos.
 Fonte: Gestão Financeira e Orçamentária/Unilavras (2011).

3 | METODOLOGIA

Classificação dos Tipos de Pesquisa segundo Silva e Menezes (2005):

<p><i>Do Ponto de Vista da NATUREZA:</i> Básica Aplicada</p> <p><i>Do Ponto de Vista da ABORDAGEM:</i> Quantitativa Qualitativa</p> <p><i>Do Ponto de Vista dos OBJETIVOS:</i> Exploratória Descritiva Explicativa</p>	<p>Do Ponto de Vista dos PROCEDIMENTOS:</p> <p>Bibliográfica Documental Experimental Levantamento</p> <p>Estudo de Caso Expost-Facto Pesquisa-Ação Participante Modelagem Simulação</p>
--	---

Tabela 1: Classificação dos Tipos de Pesquisa.
 Fonte: Silva e Menezes, 2005.

Segundo Silva e Menezes (2005) do ponto de vista da natureza essa é uma pesquisa aplicada, pois objetiva gerar conhecimentos para aplicação prática e dirigida à solução de problemas específicos. Ainda para os autores, do ponto de vista da abordagem é um trabalho qualitativo, pois considera que há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito. A interpretação dos fenômenos e a atribuição de significados são básicas no processo de pesquisa qualitativa. Não requer o uso de

métodos e técnicas estatísticas. O ambiente natural é a fonte direta para coleta de dados e o pesquisador é o instrumento-chave. É descritiva, pois os pesquisadores tendem a analisar seus dados indutivamente. O processo e seu significado são os focos principais de abordagem.

Quanto ao objetivo, é uma pesquisa descritiva: visa descrever as características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis. Envolve o uso de técnicas padronizadas de coleta de dados: questionário e observação sistemática. Normalmente, assume a forma de Levantamento. E quanto aos procedimentos foi uma pesquisa bibliográfica e estudo de caso (SILVA e MENEZES, 2005).

4 | ESTUDO DE CASO

4.1 A Empresa

Aliando a determinação ao *know-how* de seus fundadores, surgiu do desejo de fabricar produtos lácteos saudáveis, que pudessem levar Sabor e Saúde a mesa dos consumidores. A Godiva Alimentos (GODAM) iniciou no ano de 2000, com a fabricação de produtos confiáveis e com alto padrão de qualidade. Seus produtos contam com a linha *Juice* e *Juice Verão* lançamento que contém os Néctares de vários sabores; a linha Lácteos com manteigas, queijos, requeijões, queijos light, requeijões light, ricota, creme de ricota e leite UHT sendo integral, desnatado e semidesnatado.



Figura 3: Produtos GODAM.

Fonte: GODAM (2014).

Atualmente, a Godam conta com três unidades industriais: Patrocínio do Muriaé - MG, Jamapará - RJ e Ubá - MG, todas dentro dos rigorosos critérios da SIF (Serviço de Inspeção Federal). Está também próxima ao norte fluminense e sul capixaba, facilitando um abastecimento rápido e eficiente dos principais mercados consumidores da Godam: Minas Gerais, Rio de Janeiro, Espírito Santo e São Paulo.



Figura 4: Fábrica GODAM.

Fonte: GODAM (2014).



Figura 5: Fábrica GODAM.

Fonte: GODAM (2014).

A GODAM (2014) promove semanal ou quinzenal e em datas comemorativas, tais como: dia das mães, aniversário da rede de supermercados e natal, ações promocionais em jornais/encartes, degustações, troca de brindes onde são expostos alguns produtos que estão em promoção ou produtos que são lançamentos no mercado, para que assim os consumidores os conheçam e os adquiram. Isso acontece quando o estoque do produto está alto, a data do vencimento está curta ou alguma negociação grande feita entre o vendedor representante da empresa e o comprador da rede de supermercados.

Nas ações de troca de brindes, a empresa Godam fornece os brindes sendo potes plásticos úteis para o dia-a-dia, copos, petisqueiras, todos personalizados com

logomarca da empresa. Por ex: a cada 3 unidades adquiridas de um determinado produto leve uma petisqueira de brinde. Os clientes acabam sendo atraídos pelo preço do produto e na maioria das vezes pelo brinde que também será útil.

4.2 Custos De Promoção X Retorno Da Promoção

Os gastos atrelados a essas ações promocionais em jornais, são cobrados uma porcentagem para cada produto encartado e a duração é de 7 dias. Para cada quantidade de produto encartado o valor (%) aumenta ou diminui, as compras efetuadas pelas redes de supermercados são geradas boleto com prazo para pagamento de 28 dias após a entrega e estas ações promocionais são descontadas no boleto, conforme tabela abaixo.

Quantidade	Produto	Porcentagem	Duração
1	Requeijão 200g	2% desconto no boleto	10/06 a 17/06
2	Manteiga 200g/leite 1l	4% desconto no boleto	24/06 a 01/07
3	Trio queijos	6% desconto no boleto	01/07 a 08/07

Tabela 2: Porcentagem de descontos por produto encartado

Fonte: GODAM (2014).

Já os gastos das degustações, é feito um pedido dos produtos para a loja que realizará a ação, são enviados pelo caminhão durante a entrega que é feita quinzenal e estes entram como cortesia para o supermercado. Os materiais de uso como guardanapos, palitos, copos descartáveis também são enviados pela empresa em uma quantidade suficiente para umas 10 degustações em média que não são de alto valor.

Materiais p/ degustação	Quantidade	Valor/média
Guardanapos	2 pacotes	2
Palitos de dente	2 caixas	1
Copos descartáveis	100 unidades	2,8

Tabela 3: Gastos com materiais para degustação

Fonte: GODAM (2014).

Produto	Quantidade (Kg)	Quantidade unidade
Queijo minas padrão	3	6 peças
Queijo mini prato lanche	2	4 peças
Queijo minas frescal	2	4 peças

Tabela 4: Pedido de produtos para degustação

Fonte: GODAM (2014).

O promotor de vendas realiza seu trabalho fazendo com que as gôndolas fiquem organizadas, produtos precificados, bem expostos e realiza giro das datas. Já o degustador aborda os clientes expondo os produtos, falando da empresa, benefícios do produto e faz com que os clientes conheçam e adquiram o produto.

Estas ações são essenciais e diferenciais que cada empresa procura se destacar e fazer com que o consumidor fique satisfeito com o produto e sucessivamente gera aumento nas vendas, reconhecimento da marca Godam e ganho de novos consumidores.

Os clientes ao experimentar o produto procuram informações primeiramente sobre a empresa, localização, se é da própria cidade ou de alguma cidade vizinha, faz comentários positivos ou até mesmo negativos, alguns falam que já conhecem outros ficam surpresos com o sabor e a qualidade, na maioria das vezes o degustador consegue convencer o cliente a comprar o produto através daquela pequena degustação e criar um vínculo onde o cliente deixa de comprar a marca preferida para passar a comprar a partir daquele momento a marca Godam.

Alguns comentários:

“Eu nunca vi desta marca, é muito bom já estou levando um para experimentar em casa com a família”.

“Muito gostoso mesmo, vou passar a comprar no próximo mês”.

“Sempre vai ter? Gostei muito, vou comprar todo mês”.



Figura 7: Mesa preparada para degustação.

Fonte: Dados da pesquisa.

O retorno esperado com estas ações promocionais é o aumento do giro das vendas, aumento dos pedidos, e redução das trocas. Pois essas questões podem se

tornar prejuízo para a empresa.

Quanto mais pessoas experimentar, mais exposição e divulgação o produto tiver, o cliente terá mais uma opção de compra e a garantia de que o degustador está dizendo a verdade sobre o produto.

5 | CONCLUSÃO

Foi visto neste trabalho que custos é a mensuração econômica dos recursos utilizados para as operações da empresa. O resultado das operações é a geração de produtos e serviços.

Também foi visto os custos de promoção x retorno da promoção que a empresa Lácteos Godam promove e procura destacar entre os concorrentes, divulgando seus produtos de forma atrativa para os clientes e com objetivo principal de gerar sempre um retorno maior.

Quanto ao objetivo do trabalho, é uma pesquisa descritiva: visa descrever as características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis. Envolve o uso de técnicas padronizadas de coleta de dados: questionário e observação sistemática.

O objetivo foi cumprido e através do estudo de caso pude aperfeiçoar conhecimentos e adquirir novas experiências que utilizarei no dia a dia crescendo profissionalmente.

Este estudo de caso é de grande importância para a conclusão do MBA em Controladoria e Finanças Empresariais, pois através de dados coletados e observações conclui que toda empresa deve ter seu diferencial no mercado tanto em qualidade, produtos, preços e investimentos que torna mais vista e divulgada dentre os concorrentes. Assim assumindo um ranking esperado e trabalhando com profissionais qualificados que visam sempre lucro para a empresa.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, S. M. **Curso técnico em operações comerciais contabilidade**. Universidade Federal do Rio Grande do Norte-UFRN, Rio Grande do Norte: 2005.

CERTO, S. C. **Administração moderna**. São Paulo: Prentice Hall, 2007.

CHIAVENATO, I. **Administração nos novos tempos**. Rio de Janeiro: Campus, 2005.

DUTRA, R. G. **Custos**: Uma abordagem prática. 4. ed. rev. São Paulo: Atlas 1995. 191 p.

GODAM. Disponível em <<http://www.godam.com.br>>. Acessado em 30 de maio de 2014.

SOUZA, M. A. **Planejamento e controle dos custos da qualidade**: uma investigação da prática empresarial. São Paulo: Atlas, 2006.

PADOVEZE, C. L. **Custo e preços de serviços**. São Paulo: Atlas, 2013.

SOBRE O ORGANIZADOR

Clayton Robson Moreira da Silva: Professor do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí (IFPI). Doutorando em Administração e Controladoria pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Mestre em Administração e Controladoria pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Possui MBA em Gestão em Finanças, Controladoria e Auditoria pelo Centro Universitário INTA (UNINTA). Bacharel em Ciências Contábeis pela Universidade Estadual Vale do Acaraú (UVA).

ÍNDICE REMISSIVO

A

Accountability 6, 206, 207, 208, 210, 221, 222, 385, 387, 396
Acionista 7, 308, 309, 310, 311, 312, 313, 314, 315, 316, 317, 320, 321
Administração Pública 6, 83, 188, 196, 207, 208, 211, 213, 220, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 233, 234, 238, 240, 241, 253, 259, 260, 267, 306, 351, 385, 386, 387, 388, 390, 391, 392, 393, 395, 396
Agentes Locais de Inovação 5, 1, 3, 8, 9, 17
Alienação de Controle 308

B

Bambu 7, 10, 261, 262, 263, 265, 267, 269, 270, 271
BPM 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45

C

Capital Social 6, 145, 146, 147, 156, 157, 158, 159, 161, 162, 163, 164, 166, 168, 170, 171, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 183, 188
Carta de Serviços 6, 10, 223, 224, 225, 226, 227, 228, 229, 230, 231, 232, 233, 234
Carteira de Investimentos 324
Case Study 7, 46, 185, 223, 273, 285, 336, 337, 338, 339, 345, 346, 364
Círculo das Matrizes Epistêmicas 6, 113, 114, 115, 117, 118, 119, 130
Comportamento 68, 83, 383
Consumidor 7, 291, 293, 294, 295, 296, 297, 298, 300, 303, 305, 306, 307, 357
Contabilidade 110, 166, 206, 209, 214, 222, 284, 306, 323, 386, 389, 391, 396, 397
Cooperação Acadêmica 6, 168, 170, 171, 182, 183
Cooperatives 336, 341
Custos 156, 284, 290, 292

E

e-commerce 46, 143, 293, 294, 295, 296, 297, 300, 301, 303, 305, 306
Educação Superior 109, 168, 169, 186
Empoderamento Feminino 84, 86, 87, 92, 94, 111
Empreendedorismo 17, 18, 31, 32, 110, 112, 131, 146, 152, 156
Equidade 6, 96, 102, 109
Estudos Críticos em Administração 49

F

Fundos Imobiliários 324

G

Gestão do Conhecimento 5, 49

Gestão Financeira 273, 286, 287

Gestão Municipal 190

Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 5, 18, 19

Globalismo 126, 236, 238, 246, 247

Governança 6, 55, 221, 222, 236, 238, 241, 242, 247, 282, 308, 309, 311, 312, 313, 314, 316, 317, 322, 323, 396

Governança Corporativa 308, 311, 312, 313, 314, 316, 317, 322, 323

I

Incubadora de Empresas 132

Índice de Sharpe 324, 335

Inovação 2, 5, 6, 1, 3, 8, 9, 10, 11, 14, 15, 16, 17, 131, 132, 144, 359, 425, 426, 427, 428, 429

Internacionalização 6, 145, 147, 148, 151, 154, 159, 160, 161, 162, 165, 166, 168, 170, 171, 181, 183, 186, 354, 356, 358

L

Lei de Acesso à Informação 6, 191, 207, 208, 213, 218, 219, 228

Lei de Responsabilidade Fiscal 6, 190, 191, 192, 193, 204, 205, 207, 208, 211, 222

Liderança 5, 8, 58, 59, 60, 61, 62, 64, 66, 67, 102, 110, 111, 353, 365, 382, 383

Liderança Situacional 5, 8, 58, 59, 60, 64, 66, 67, 383

M

Maximização 324

Mercado de Trabalho 6, 99, 108, 109, 112, 369, 371, 383

Mercado Financeiro 308, 322, 323

Micro e Pequenas Empresas 5, 1, 3, 16, 17, 22, 24

Modelagem de Processos 34

Modelo de Internacionalização 6, 145, 151, 165

Mulher 94, 96, 99, 109, 111, 370, 373, 374, 383

N

Neosoberania 236

O

Organic food production 336

Organizational Learning 7, 336, 345, 346, 347

P

Participação 60, 110, 112, 137, 215, 236

Pequena Empresa 17, 49

Pequenas e Médias Empresas 5, 36

Percepção 5, 69, 77, 78, 79, 80, 81, 112

Perfil do Empreendedor Brasileiro 5, 18, 19, 30
Plano de Cargos e Carreira 5, 70, 74, 75, 78, 81
Políticas de Gestão de Pessoas 5, 49
Políticas Públicas 7, 10, 95, 109, 224, 233, 236, 238, 243, 245, 246, 247, 248, 249,
254, 260, 261, 262, 270, 271, 348, 412
Previdência Social 7, 197, 248, 249, 250, 251, 252, 253, 254, 255, 256, 257, 258, 259,
260
Promoção 7, 284, 285, 290
Propriedade Intelectual 131

R

Radar da Inovação 1, 10, 14
Reciclagem 273
Rede de Inovação 131, 132
Retorno 7, 284, 285, 290, 328, 334

S

Satisfação 73, 80, 83, 301, 357, 360, 361
Social Business 7, 338
Sociologia das Ausências 6, 113, 114, 124, 128
Sociologia das Emergências 113, 114, 124, 128
Sustentabilidade 7, 261, 273, 274, 282, 313, 314

T

Tag Along 308, 309, 314, 323
Teoria Crítica Pós-Moderna de Oposição 6, 113, 114, 115, 119, 124, 128
Teoria Uppsala 6, 145, 147, 163, 164
Títulos públicos 324, 326
Transnacionalização 236
Transparência 6, 190, 191, 194, 205, 206, 207, 211, 212, 215, 216, 217, 218, 220, 221,
223, 228, 233, 388, 390

V

Violência Simbólica 5, 9, 84

Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-7247-520-4

