

ADMINISTRAÇÃO:

PERSPECTIVAS TEÓRICAS E
FUNDAMENTOS EPISTEMOLÓGICOS

2

CLAYTON ROBSON MOREIRA DA SILVA
(ORGANIZADOR)

ADMINISTRAÇÃO:

PERSPECTIVAS TEÓRICAS E

FUNDAMENTOS EPISTEMOLÓGICOS

2

CLAYTON ROBSON MOREIRA DA SILVA
(ORGANIZADOR)

Editora Chefe

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Assistentes Editoriais

Natalia Oliveira

Bruno Oliveira

Flávia Roberta Barão

Bibliotecária

Janaina Ramos

Projeto Gráfico e Diagramação

Natália Sandrini de Azevedo

Camila Alves de Cremo

Luiza Alves Batista

Maria Alice Pinheiro

Capa

Daphynny Pamplona

Edição de Arte

Luiza Alves Batista

Revisão

Os Autores

2021 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do Texto © 2021 Os autores

Copyright da Edição © 2021 Atena Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena Editora pelos autores.



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição-Não-Comercial-NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. 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.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná

Prof. Dr. Américo Junior Nunes da Silva – Universidade do Estado da Bahia

Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais

Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília

Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Crisóstomo Lima do Nascimento – Universidade Federal Fluminense
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Daniel Richard Sant’Ana – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Profª Drª Dilma Antunes Silva – Universidade Federal de São Paulo
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá
Prof. Dr. Elson Ferreira Costa – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima
Prof. Dr. Gustavo Henrique Cepolini Ferreira – Universidade Estadual de Montes Claros
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionale delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas
Profª Drª Maria Luzia da Silva Santana – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Pablo Ricardo de Lima Falcão – Universidade de Pernambuco
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Vanessa Ribeiro Simon Cavalcanti – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Ciências Agrárias e Multidisciplinar

Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano
Prof. Dr. Arinaldo Pereira da Silva – Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará
Prof. Dr. Antonio Pasqualetto – Pontifícia Universidade Católica de Goiás
Profª Drª Carla Cristina Bauermann Brasil – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Cleberton Correia Santos – Universidade Federal da Grande Dourados
Profª Drª Diocléa Almeida Seabra Silva – Universidade Federal Rural da Amazônia
Prof. Dr. Écio Souza Diniz – Universidade Federal de Viçosa
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Fágner Cavalcante Patrocínio dos Santos – Universidade Federal do Ceará
Profª Drª Gírlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Jael Soares Batista – Universidade Federal Rural do Semi-Árido
Prof. Dr. Jayme Augusto Peres – Universidade Estadual do Centro-Oeste
Prof. Dr. Júlio César Ribeiro – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Profª Drª Lina Raquel Santos Araújo – Universidade Estadual do Ceará
Prof. Dr. Pedro Manuel Villa – Universidade Federal de Viçosa
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Profª Drª Talita de Santos Matos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Tiago da Silva Teófilo – Universidade Federal Rural do Semi-Árido
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

Ciências Biológicas e da Saúde

Prof. Dr. André Ribeiro da Silva – Universidade de Brasília
Profª Drª Anelise Levay Murari – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás
Profª Drª Daniela Reis Joaquim de Freitas – Universidade Federal do Piauí
Profª Drª Débora Luana Ribeiro Pessoa – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Douglas Siqueira de Almeida Chaves – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Edson da Silva – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri
Profª Drª Elizabeth Cordeiro Fernandes – Faculdade Integrada Medicina
Profª Drª Eleuza Rodrigues Machado – Faculdade Anhanguera de Brasília
Profª Drª Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina
Profª Drª Eysler Gonçalves Maia Brasil – Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira
Prof. Dr. Fernando Lima Santos – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Profª Drª Fernanda Miguel de Andrade – Universidade Federal de Pernambuco
Prof. Dr. Fernando Mendes – Instituto Politécnico de Coimbra – Escola Superior de Saúde de Coimbra
Profª Drª Gabriela Vieira do Amaral – Universidade de Vassouras
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Helio Franklin Rodrigues de Almeida – Universidade Federal de Rondônia
Profª Drª Iara Lúcia Tescarollo – Universidade São Francisco
Prof. Dr. Igor Luiz Vieira de Lima Santos – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Jefferson Thiago Souza – Universidade Estadual do Ceará
Prof. Dr. Jesus Rodrigues Lemos – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Jônatas de França Barros – Universidade Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof. Dr. Luís Paulo Souza e Souza – Universidade Federal do Amazonas
Profª Drª Magnólia de Araújo Campos – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Marcus Fernando da Silva Praxedes – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Profª Drª Maria Tatiane Gonçalves Sá – Universidade do Estado do Pará
Profª Drª Mylena Andréa Oliveira Torres – Universidade Ceuma
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federacl do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Paulo Inada – Universidade Estadual de Maringá
Prof. Dr. Rafael Henrique Silva – Hospital Universitário da Universidade Federal da Grande Dourados
Profª Drª Regiane Luz Carvalho – Centro Universitário das Faculdades Associadas de Ensino
Profª Drª Renata Mendes de Freitas – Universidade Federal de Juiz de Fora
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Welma Emidio da Silva – Universidade Federal Rural de Pernambuco

Ciências Exatas e da Terra e Engenharias

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto
Profª Drª Ana Grasielle Dionísio Corrêa – Universidade Presbiteriana Mackenzie
Prof. Dr. Carlos Eduardo Sanches de Andrade – Universidade Federal de Goiás
Profª Drª Carmen Lúcia Voigt – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Cleiseano Emanuel da Silva Paniagua – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás
Prof. Dr. Douglas Gonçalves da Silva – Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Profª Drª Érica de Melo Azevedo – Instituto Federal do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará
Profª Dra. Jéssica Verger Nardeli – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho
Prof. Dr. Juliano Carlo Rufino de Freitas – Universidade Federal de Campina Grande

Profª Drª Luciana do Nascimento Mendes – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Marcelo Marques – Universidade Estadual de Maringá
Prof. Dr. Marco Aurélio Kistemann Junior – Universidade Federal de Juiz de Fora
Profª Drª Neiva Maria de Almeida – Universidade Federal da Paraíba
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Priscila Tessmer Scaglioni – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Sidney Gonçalo de Lima – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

Linguística, Letras e Artes

Profª Drª Adriana Demite Stephani – Universidade Federal do Tocantins
Profª Drª Angeli Rose do Nascimento – Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro
Profª Drª Carolina Fernandes da Silva Mandaji – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Profª Drª Denise Rocha – Universidade Federal do Ceará
Profª Drª Edna Alencar da Silva Rivera – Instituto Federal de São Paulo
Profª Drª Fernanda Tonelli – Instituto Federal de São Paulo,
Prof. Dr. Fabiano Tadeu Grazioli – Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Profª Drª Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná
Profª Drª Miranilde Oliveira Neves – Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará
Profª Drª Sandra Regina Gardacho Pietrobon – Universidade Estadual do Centro-Oeste
Profª Drª Sheila Marta Carregosa Rocha – Universidade do Estado da Bahia

Conselho Técnico Científico

Prof. Me. Abrãao Carvalho Nogueira – Universidade Federal do Espírito Santo
Prof. Me. Adalberto Zorzo – Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza
Prof. Dr. Adailson Wagner Sousa de Vasconcelos – Ordem dos Advogados do Brasil/Seccional Paraíba
Prof. Dr. Adilson Tadeu Basquerote Silva – Universidade para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí
Profª Ma. Adriana Regina Vettorazzi Schmitt – Instituto Federal de Santa Catarina
Prof. Dr. Alex Luis dos Santos – Universidade Federal de Minas Gerais
Prof. Me. Alexsandro Teixeira Ribeiro – Centro Universitário Internacional
Profª Ma. Aline Ferreira Antunes – Universidade Federal de Goiás
Profª Drª Amanda Vasconcelos Guimarães – Universidade Federal de Lavras
Prof. Me. André Flávio Gonçalves Silva – Universidade Federal do Maranhão
Profª Ma. Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa
Profª Drª Andreza Lopes – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento Acadêmico
Profª Drª Andrezza Miguel da Silva – Faculdade da Amazônia
Profª Ma. Anelisa Mota Gregoleti – Universidade Estadual de Maringá
Profª Ma. Anne Karynne da Silva Barbosa – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Antonio Hot Pereira de Faria – Polícia Militar de Minas Gerais
Prof. Me. Armando Dias Duarte – Universidade Federal de Pernambuco
Profª Ma. Bianca Camargo Martins – UniCesumar
Profª Ma. Carolina Shimomura Nanya – Universidade Federal de São Carlos
Prof. Me. Carlos Antônio dos Santos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Me. Carlos Augusto Zilli – Instituto Federal de Santa Catarina
Prof. Me. Christopher Smith Bignardi Neves – Universidade Federal do Paraná
Profª Drª Cláudia de Araújo Marques – Faculdade de Música do Espírito Santo
Profª Drª Cláudia Taís Siqueira Cagliari – Centro Universitário Dinâmica das Cataratas
Prof. Me. Clécio Danilo Dias da Silva – Universidade Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Me. Daniel da Silva Miranda – Universidade Federal do Pará
Profª Ma. Daniela da Silva Rodrigues – Universidade de Brasília
Profª Ma. Daniela Remião de Macedo – Universidade de Lisboa

Profª Ma. Dayane de Melo Barros – Universidade Federal de Pernambuco
Prof. Me. Douglas Santos Mezacas – Universidade Estadual de Goiás
Prof. Me. Edevaldo de Castro Monteiro – Embrapa Agrobiologia
Prof. Me. Edson Ribeiro de Britto de Almeida Junior – Universidade Estadual de Maringá
Prof. Me. Eduardo Gomes de Oliveira – Faculdades Unificadas Doctum de Cataguases
Prof. Me. Eduardo Henrique Ferreira – Faculdade Pitágoras de Londrina
Prof. Dr. Edwaldo Costa – Marinha do Brasil
Prof. Me. Eliel Constantino da Silva – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita
Prof. Me. Ernane Rosa Martins – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás
Prof. Me. Euvaldo de Sousa Costa Junior – Prefeitura Municipal de São João do Piauí
Prof. Dr. Everaldo dos Santos Mendes – Instituto Edith Theresa Hedwing Stein
Prof. Me. Ezequiel Martins Ferreira – Universidade Federal de Goiás
Profª Ma. Fabiana Coelho Couto Rocha Corrêa – Centro Universitário Estácio Juiz de Fora
Prof. Me. Fabiano Eloy Atilio Batista – Universidade Federal de Viçosa
Prof. Me. Felipe da Costa Negrão – Universidade Federal do Amazonas
Prof. Me. Francisco Odécio Sales – Instituto Federal do Ceará
Prof. Me. Francisco Sérgio Lopes Vasconcelos Filho – Universidade Federal do Cariri
Profª Drª Germana Ponce de Leon Ramírez – Centro Universitário Adventista de São Paulo
Prof. Me. Gevair Campos – Instituto Mineiro de Agropecuária
Prof. Me. Givanildo de Oliveira Santos – Secretaria da Educação de Goiás
Prof. Dr. Guilherme Renato Gomes – Universidade Norte do Paraná
Prof. Me. Gustavo Krahl – Universidade do Oeste de Santa Catarina
Prof. Me. Helton Rangel Coutinho Junior – Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro
Profª Ma. Isabelle Cerqueira Sousa – Universidade de Fortaleza
Profª Ma. Jaqueline Oliveira Rezende – Universidade Federal de Uberlândia
Prof. Me. Javier Antonio Albornoz – University of Miami and Miami Dade College
Prof. Me. Jhonatan da Silva Lima – Universidade Federal do Pará
Prof. Dr. José Carlos da Silva Mendes – Instituto de Psicologia Cognitiva, Desenvolvimento Humano e Social
Prof. Me. Jose Elyton Batista dos Santos – Universidade Federal de Sergipe
Prof. Me. José Luiz Leonardo de Araujo Pimenta – Instituto Nacional de Investigación Agropecuaria Uruguay
Prof. Me. José Messias Ribeiro Júnior – Instituto Federal de Educação Tecnológica de Pernambuco
Profª Drª Juliana Santana de Curcio – Universidade Federal de Goiás
Profª Ma. Juliana Thaisa Rodrigues Pacheco – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Kamilly Souza do Vale – Núcleo de Pesquisas Fenomenológicas/UFPA
Prof. Dr. Kárpio Márcio de Siqueira – Universidade do Estado da Bahia
Profª Drª Karina de Araújo Dias – Prefeitura Municipal de Florianópolis
Prof. Dr. Lázaro Castro Silva Nascimento – Laboratório de Fenomenologia & Subjetividade/UFPR
Prof. Me. Leonardo Tullio – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Ma. Lilian Coelho de Freitas – Instituto Federal do Pará
Profª Ma. Lilian de Souza – Faculdade de Tecnologia de Itu
Profª Ma. Liliani Aparecida Sereno Fontes de Medeiros – Consórcio CEDERJ
Profª Drª Lívia do Carmo Silva – Universidade Federal de Goiás
Prof. Dr. Lucio Marques Vieira Souza – Secretaria de Estado da Educação, do Esporte e da Cultura de Sergipe
Prof. Dr. Luan Vinicius Bernardelli – Universidade Estadual do Paraná
Profª Ma. Luana Ferreira dos Santos – Universidade Estadual de Santa Cruz
Profª Ma. Luana Vieira Toledo – Universidade Federal de Viçosa
Prof. Me. Luis Henrique Almeida Castro – Universidade Federal da Grande Dourados
Prof. Me. Luiz Renato da Silva Rocha – Faculdade de Música do Espírito Santo
Profª Ma. Luma Sarai de Oliveira – Universidade Estadual de Campinas
Prof. Dr. Michel da Costa – Universidade Metropolitana de Santos

Prof. Me. Marcelo da Fonseca Ferreira da Silva – Governo do Estado do Espírito Santo
Prof. Dr. Marcelo Máximo Purificação – Fundação Integrada Municipal de Ensino Superior
Prof. Me. Marcos Aurelio Alves e Silva – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo
Profª Ma. Maria Elanny Damasceno Silva – Universidade Federal do Ceará
Profª Ma. Marileila Marques Toledo – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri
Prof. Dr. Pedro Henrique Abreu Moura – Empresa de Pesquisa Agropecuária de Minas Gerais
Prof. Me. Pedro Panhoca da Silva – Universidade Presbiteriana Mackenzie
Profª Drª Poliana Arruda Fajardo – Universidade Federal de São Carlos
Prof. Me. Rafael Cunha Ferro – Universidade Anhembi Morumbi
Prof. Me. Ricardo Sérgio da Silva – Universidade Federal de Pernambuco
Prof. Me. Renan Monteiro do Nascimento – Universidade de Brasília
Prof. Me. Renato Faria da Gama – Instituto Gama – Medicina Personalizada e Integrativa
Profª Ma. Renata Luciane Polsaque Young Blood – UniSecal
Prof. Me. Robson Lucas Soares da Silva – Universidade Federal da Paraíba
Prof. Me. Sebastião André Barbosa Junior – Universidade Federal Rural de Pernambuco
Profª Ma. Silene Ribeiro Miranda Barbosa – Consultoria Brasileira de Ensino, Pesquisa e Extensão
Profª Ma. Solange Aparecida de Souza Monteiro – Instituto Federal de São Paulo
Profª Ma. Taiane Aparecida Ribeiro Nepomoceno – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Prof. Me. Tallys Newton Fernandes de Matos – Faculdade Regional Jaguaribana
Profª Ma. Thatianny Jasmine Castro Martins de Carvalho – Universidade Federal do Piauí
Prof. Me. Tiago Silvio Dedoné – Colégio ECEL Positivo
Prof. Dr. Welleson Feitosa Gazel – Universidade Paulista

Administração: perspectivas teóricas e fundamentos epistemológicos 2

Bibliotecária: Janaina Ramos
Diagramação: Camila Alves de Cremo
Correção: Giovanna Sandrini de Azevedo
Edição de Arte: Luiza Alves Batista
Revisão: Os Autores
Organizador: Clayton Robson Moreira da Silva

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

A238 Administração: perspectivas teóricas e fundamentos epistemológicos 2 / Organizador Clayton Robson Moreira da Silva. – Ponta Grossa - PR: Atena, 2021.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-5983-179-1

<https://doi.org/10.22533/at.ed.791212806>

1. Administração. 2. Estratégia. I. Silva, Clayton Robson Moreira da (Organizador). II. Título.

CDD 658

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

Atena Editora

Ponta Grossa – Paraná – Brasil

Telefone: +55 (42) 3323-5493

www.atenaeditora.com.br

contato@atenaeditora.com.br

DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa.

APRESENTAÇÃO

O livro “Administração: Perspectivas Teóricas e Fundamentos Epistemológicos” é uma obra publicada pela Atena Editora e está organizada em dois volumes. Este segundo volume reúne um conjunto de dezessete capítulos que abordam diversos assuntos que permeiam o campo da administração. Destaca-se que o debate científico é o caminho para que esta ciência possa se desenvolver e se consolidar cada vez mais no meio acadêmico, ampliando as possibilidades de investigação e contribuindo diretamente para a resolução de questões inerentes à prática gerencial.

Embora a administração seja considerada por muitos uma ciência ainda nova, seu campo de aplicação está em plena expansão, resultando em um vasto contingente de estudos sobre diversos fenômenos sociais, econômicos e organizacionais. Assim, este livro se propõe a ampliar o conhecimento científico na área da administração por meio de um leque de estudos, integrando teoria e prática em diversos contextos organizacionais. Compreende-se que, ao trazer diferentes perspectivas teóricas, este livro agrega à área da administração e conduz docentes, pesquisadores, estudantes, gestores e demais profissionais à reflexão sobre os diversos temas que se desenvolvem nessa área.

Por fim, agradecemos aos autores pelo empenho e dedicação no desenvolvimento de seus estudos, que possibilitaram a construção desta obra de excelência. Esperamos que esta leitura seja uma experiência valerosa para aqueles que buscam ampliar seus conhecimentos sobre a administração a partir de uma obra rica e diversificada.

Clayton Robson Moreira da Silva

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1..... 1

RELAÇÕES ENTRE VALORES PESSOAIS E POTENCIAL EMPREENDEDOR

Deise Grazielle Dickel

Luisa Sabedra Inda

Gilnei Luiz de Moura

Gustavo Griebler

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.7912128061>

CAPÍTULO 2..... 17

ANÁLISE DE MOTIVAÇÕES EMPREENDEDORAS DE ESTUDANTES DE IES

Felipe Belloni Urtado

Matheus Lima Spinosa

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.7912128062>

CAPÍTULO 3..... 30

EMPREENDEDORISMO COMO ESTRATÉGIA DE NEGÓCIO EM PEQUENAS E MICROEMPRESAS

Selma Velozo Fontes

Paula Mendes Gomes

Caroliny Sales dos Santos Silva

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.7912128063>

CAPÍTULO 4..... 51

CARACTERIZAÇÃO DO ECOSSISTEMA UNIVERSITÁRIO EMPREENDEDOR DA UTFPR

Claudia Marli Oliveira Barboza

Maria Lúcia Figueiredo Gomes de Meza

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.7912128064>

CAPÍTULO 5..... 65

FATORES DE SUCESSO E DE FRACASSO NA FORMAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DE *STARTUPS* NO BRASIL

Priscilla Câmara Oliveira

Virgínia do Socorro Motta Aguiar

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.7912128065>

CAPÍTULO 6..... 85

PERCEPÇÃO DOS CONSUMIDORES DA CAFETERIA ESCOLA CAFESAL-UFLA: UMA ANÁLISE SENSORIAL DE DIFERENTES TIPOS DE TORRA DE CAFÉ ESPECIAL

Nilmar Diogo dos Reis

Gustavo Clemente Valadares

Emanuelle Aparecida da Costa

Luiz Gonzaga de Castro de Junior

Jaqueline Severino da Costa

André Luís Machado

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.7912128066>

CAPÍTULO 7	102
QUALIDADE NO ATENDIMENTO COMO ESTRATÉGIA DE FIDELIZAÇÃO AO CLIENTE: ESTUDO DE CASO EM UMA ORGANIZAÇÃO DO TERCEIRO SETOR	
Suélen Aparecida Martins André Prado	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.7912128067	
CAPÍTULO 8	119
AVALIAÇÃO DA PERCEPÇÃO DA QUALIDADE DE SERVIÇOS DE UM CENTRO AUTOMOTIVO NA CIDADE DE SÃO PAULO	
Caroline Michel Hage Moussa Virgínia do Socorro Motta Aguiar	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.7912128068	
CAPÍTULO 9	138
COMPORTAMENTO DE CONSUMO DIANTE DA RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL EMPRESARIAL: UM ESTUDO ESTATÍSTICO ENTRE A GERAÇÃO Y E Z	
Emerson de Souza Santos Rafael de Almeida Martarello Rita de Cássia Arruda Fajardo	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.7912128069	
CAPÍTULO 10	151
A MARCA E A BIOMIMÉTICA - UMA ANÁLISE POR MEIO DA SEMIÓTICA PEIRCIANA DAS MARCAS DOS PARQUES ECOLÓGICOS DE MINAS GERAIS	
Giovani Abrantes Flisch Nicássia Feliciano Novôa Hélder Antônio da Silva Cláudia Maria Miranda de Araújo Pereira	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.79121280610	
CAPÍTULO 11	173
ESTUDO DE CASO “X STUDIO” – O PÓS COVID E A INDÚSTRIA DO ENTRETENIMENTO	
Jéssica Maria Fonseca Calegário	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.79121280611	
CAPÍTULO 12	185
ANÁLISE DO CENÁRIO ECONÔMICO E FINANCEIRO DAS EMPRESAS DO SETOR DE CONSUMO CÍCLICO	
Fernando Cesar de Cunha Mattos Bernard Mothé Mattos Leandro Jose dos Santos	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.79121280612	
CAPÍTULO 13	205
ANÁLISE DO DISCLOSURE DE ATIVOS E DE PASSIVOS CONTINGENTES EM UMA	

AMOSTRA DE EMPRESAS LISTADAS NA B3

Alessandro Maurício Januário Ribeiro

Robson Ramos Oliveira

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.79121280613>

CAPÍTULO 14..... 221

RASTREABILIDADE NO AGRONEGÓCIO BRASILEIRO DA MAÇÃ: COMPETIVIDADE E ORIENTAÇÃO PARA O MERCADO

Andressa Morgan

César Augustus Winck

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.79121280614>

CAPÍTULO 15..... 243

A INTERCOOPERAÇÃO APLICADA AO MODELO DE AGÊNCIAS COMPARTILHADAS DE COOPERATIVAS DE CRÉDITO

Mateus Dias Pena

Marlene Catarina de Oliveira Lopes Melo

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.79121280615>

CAPÍTULO 16..... 258

PLANO DE NEGÓCIO DA EMPRESA HEALTHY FOOD E LANÇAMENTO DE PRODUTO DA LINHA FAST FOOD SAUDÁVEL

Daniel Luiz Beluzzo

Natan Ehmke

Simone Arndt Terra

Cimara Bruna Bedende

Maicon Raasch de Oliveira

Juão Gilberto Coltro do Rosario

Luiz Fernando Martins Gandon

Luciana Maria Bernstein Pavan

Aloísio Kalinoski

Alaércio de Paris

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.79121280616>

CAPÍTULO 17..... 272

OS DESAFIOS LOGÍSTICOS DE UMA DISTRIBUIDORA ATACADISTA DE MATERIAIS HOSPITALARES EM JUIZ DE FORA/MG

Adams de Oliveira Azevedo

Tatiana Dornelas de Oliveira Mendes

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.79121280617>

SOBRE O ORGANIZADOR..... 287

ÍNDICE REMISSIVO..... 288

CAPÍTULO 16

PLANO DE NEGÓCIO DA EMPRESA HEALTHY FOOD E LANÇAMENTO DE PRODUTO DA LINHA FAST FOOD SAUDÁVEL

Data de aceite: 01/06/2021

Daniel Luiz Beluzzo

Discente do Curso de Administração, Nível VII2020/1 -Faculdade IDEAU
Getúlio Vargas/RS

Natan Ehmke

Discente do Curso de Administração, Nível VII2020/1 -Faculdade IDEAU
Getúlio Vargas/RS

Simone Arndt Terra

Discente do Curso de Administração, Nível VII2020/1 -Faculdade IDEAU
Getúlio Vargas/RS

Cimara Bruna Bedende

Discente do Curso de Administração, Nível VII2020/1 -Faculdade IDEAU
Getúlio Vargas/RS

Maicon Raasch de Oliveira

Discente do Curso de Administração, Nível VII2020/1 -Faculdade IDEAU
Getúlio Vargas/RS

Juão Gilberto Coltro do Rosario

Discente do Curso de Administração, Nível VII2020/1 -Faculdade IDEAU
Getúlio Vargas/RS

Luiz Fernando Martins Gandon

Doscente do Curso de Administração, Nível VII2020/1 -Faculdade IDEAU
Getúlio Vargas/RS

Luciana Maria Bernstein Pavan

Doscente do Curso de Administração, Nível VII2020/1 -Faculdade IDEAU
Getúlio Vargas/RS

Aloísio Kalinoski

Doscente do Curso de Administração, Nível VII2020/1 -Faculdade IDEAU
Getúlio Vargas/RS

Alaércio de Paris

Doscente do Curso de Administração, Nível VII2020/1 -Faculdade IDEAU
Getúlio Vargas/RS

RESUMO: O plano de negócios é uma ferramenta de gestão, o qual auxilia no processo de planejamento. Para o bom êxito é preciso, ao empreendedor, criar produtos ou serviços diferenciados, analisar a viabilidade do negócio e assim ajudar nas tomadas de decisões e investimentos relacionados ao futuro da organização, o qual indicará o que a empresa é e qual seu futuro, quais áreas gerarão melhor resultado de investimento e quais devem ser priorizadas. Deste modo, o projeto tem finalidade de realizar um plano de negócios e a elaboração de um produto inovador, totalmente fitness, para indivíduos com restrições alimentares. A metodologia utilizada é baseada na pesquisa exploratória e no estudo de caso, envolvendo teoria e prática para coleta de informações, proporcionando um suporte na efetivação deste artigo, o qual realizou-se em uma empresa do ramo alimentício. Perante isso foi realizado um plano de negócios na empresa Healthy Food e a criação de produtos na linha fitness que atendam uma determinada demanda. Assim, auxiliando na definição de objetivos a serem alcançados a curto, médio e longo prazo.

PALAVRAS-CHAVE: Plano de negócios; Planejamento; Saudável.

ABSTRACT: The business plan is a management tool, which helps in the planning process. For successful success, it is necessary, for the entrepreneur, to create differentiated products or services, analyze the viability of the business and thus help in making decisions and investments related to the future of the organization, which will indicate what the company is and what its future is, which areas will generate better investment results and which should be prioritized. In this way, the project aims to carry out a business plan and the elaboration of an innovative product, totally fitness, for individuals with dietary restrictions. The methodology used is based on exploratory research and the case study, involving theory and practice for collecting information, providing a support in the realization of this article, which was carried out in a food company. In view of this, a business plan was carried out at the company Healthy Food and the creation of products in the fitness line that meet a certain demand. Thus assisting in the definition of objectives to be achieved in the short, medium and long term.

KEYWORDS: Business plan; Planning; Healthy.

1 | CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Inserida nos prazeres da vida a alimentação é muito importante na saúde das pessoas. Em uma civilização contextualizada pela globalização, o cotidiano das mesmas é tomado por um acúmulo de atividades que não suportam a qualidade de uma alimentação saudável, isso devido à falta de tempo para realizar uma refeição que supre a demanda de energia do corpo. Nesta mesma perspectiva, encontram-se indivíduos com restrições alimentares, seja por cuidados com o corpo, ou mesmo por problemas de saúde.

Dessa forma, este artigo tem a finalidade de construir um plano de negócios para uma empresa que produza e comercialize produtos para pessoas com restrição alimentar, bem como apresentar um produto inovador que atenda aos públicos que frequentam academias, para diabéticos, intolerantes a lactose e glúten, e para pessoas que apenas preferam uma alimentação mais saudável.

Para Biagio e Batocchio (2005) o plano de negócios é a primeira inserção da empresa em planejamento estratégico e, adverso do que muitos acreditam, também pode ser realizado por uma organização menor, já que estas em raros casos possuem recursos para reorganizar casuais desacertos.

Para satisfazer o proposto, foi necessário a utilização de uma pesquisa bibliográfica relacionada aos conceitos de empreendedorismo, jogos empresariais, gestão de projetos, logística e consultoria.

2 | DESENVOLVIMENTO

2.1 Referencial Teórico

Este item apresenta os conteúdos estudados nas disciplinas do decorrente semestre, que embasam o tema apresentado neste artigo: Empreendedorismo; Gestão de projetos; Logística; e Consultoria.

2.1.1 *Empreendedorismo*

Segundo Dornelas (2005), empreendedorismo quer dizer aquele que assume riscos e começa algo novo, o termo inglês *entrepreneurship*, originou-se do verbo francês *entrepreneur*. O primeiro a utilizar este termo foi Marco Pólo, que definia como empreendedores os indivíduos que se colocavam em risco físico e emocional. Na idade média, era conhecido como empreendedor aqueles que gerenciavam projetos de produção, usando os recursos disponíveis.

O empreendedor, segundo Chiavenato (2012), não é apenas quem constroi novos negócios, ou funda novas empresas. Empreender vai muito além disso, pois fornece toda energia que movimenta a economia, além disso, o empreendedor é o gerador de mudança e transformações, produz novas ideias, alavanca talentos e competências e gera empregos.

2.1.1.2 *Plano de negócio*

Um Plano de negócios, para Dornelas (2005), quando bem organizado auxilia a delinear o caminho para a empresa, a partir de seu nascimento, onde se encontra hoje, até o lugar em que deseja chegar futuramente, verificando metas, barreiras e rotas almeçadas ao longo deste caminho.

A estratégia de negócio de uma empresa, conforme Ferreira et al. (2010) incide na opção de uma direção, um rumo estratégico, que consinta à empresa chegar a um coeficiente de desempenho superior (lucros mais altos) e uma vantagem competitiva. A estratégia envolve as ações e decisões de simulação de recursos, que os administradores adotam, para a empresa continuar a sua visão e conseguir um determinado nível de desempenho, superior ao da concorrência.

2.1.2 *Gestão de projetos*

Segundo Maximiano (2002), o projeto tem por objetivo fornecer um produto dentro de restrições orçamentária, utilizando uma sequência de atividades com começo, meio e fim programados.

Para que se tenha um projeto de sucesso, é importante ter um gerente (*Project Management* - PM) que além de lembrar todos sobre prazos e deveres, deve também cuidar para que todo o planejamento ande na linha e com isso, seguir a risca as fases do

projeto. Um projeto normalmente possui 5 fases, as quais analisa-se no quadro abaixo: (SANTOS, 2018).



Figura 1 - 5 Fases de Gerenciamento de Projetos.

Fonte: Santos (2018).

Fase 1 - Iniciação do Projeto: É o começo do projeto, essa fase tem por objetivo definir o quê e para que irá servir, qual nível a empresa quer atingir; é vista a viabilidade do projeto, e sua eficácia. (SANTOS, 2018).

Fase 2 - Planejamento de Projetos: A segunda fase é muito importante para o sucesso do projeto. No planejamento existe dois modelos mais populares de definições de metas que são SMART e CLEAR.

O **SMART** tem por objetivo garantir que as metas tenham sido cuidadosamente avaliadas, além disso, deixa claro as implicações do processo de definição de metas.

O **CLEAR objetiva** um método mais recente de definição de metas, que leva em consideração o ambiente de hoje em dia onde os negócios são acelerados.

Seguem alguns dos documentos que um PM criará durante essa fase, para garantir que o projeto continue no caminho certo, conforme Santos (2018): Declaração de escopo; Programação de divisão de trabalho (WBS); Marcos; Gráfico de Gantt; Plano de Comunicação; e Plano de Gerenciamento de Risco.

Fase 3 - Execução do Projeto: Incluem-se algumas tarefas concluídas durante a fase de execução: Desenvolver equipe; Atribuir recursos; Executar planos de gestão por projetos; Gerenciamento de aquisições, se necessário; PM dirige e gerencia a execução do projeto; Configurar sistemas de rastreamento; Tarefas atribuídas são executadas; Reuniões de status; Atualizar cronograma do projeto; e Modificar os planos do projeto conforme necessário (SANTOS, 2018)

Fase 4 - Desempenho/Monitoramento do Projeto: É a fase onde se mede a progressão e o desempenho do projeto e garantir que tudo o que está acontecendo esteja de acordo com o plano de gestão do projeto. Os gerentes de projeto utilizam de dois a cinco indicadores de desempenho (KPIs) normalmente para determinar se o projeto está dentro

dos conformes: Objetivos do Projeto; Entregas de qualidade; Esforço e Rastreamento de Custos; e Desempenho do Projeto (SANTOS, 2018).

Fase 5 - Encerramento do Projeto: Esta fase significa a conclusão do projeto. Empreiteiros, os quais foram contratados para trabalhar especificamente no projeto são desligados neste momento, e membros valiosos da equipe são reconhecidos. Quando um projeto é concluído, um PM frequentemente realiza uma reunião, às chamadas de “*post mortem*”, para avaliar o que deu certo no projeto e identificar falhas no mesmo, algumas empresas concluem com algum evento em comemoração (SANTOS, 2018).

2.1.3 Logística

Em linhas gerais, pode-se definir a Logística como a colocação do produto certo, na quantidade certa, no lugar certo, no prazo certo, com a qualidade certa, com a documentação certa, ao custo certo. Sendo produzido ao menor custo, da melhor forma, e deslocada mais rapidamente, agregando valor ao produto e dando resultados positivos aos acionistas e aos clientes (ROSA, 2011).

Segundo Chopra e Meindl (2003), para que uma empresa seja bem sucedida, a estratégia logística e a estratégia competitiva devem estar alinhadas, ou seja, ambas devem convergir para os mesmos objetivos. Se o alinhamento não for alcançado, aparecem os conflitos entre diferentes objetivos funcionais. Já a estratégia logística de uma empresa está relacionada com a redução de custos diante do fluxo de materiais e informações do processo logístico. O acerto estratégico ocorrerá quando a empresa estabelecer equilíbrio entre ambos objetivos, redução de custo x eficiência.

2.1.4 Consultoria

Segundo Oliveira (2010), consultoria empresarial é um processo interativo de um agente de mudanças externo à empresa, para identificação e investigação de situações problemas, de forma a ser recomendado ações e procedimentos no qual irá auxiliar os executivos e profissionais em suas tomadas de decisões. Se torna importante, pois a consultoria é uma estratégia utilizada pelas empresas para garantir aumento da lucratividade, diminuir as despesas, atuar na gestão de pessoas e satisfazer as necessidades dos clientes.

O consultor deve atuar como um agente de mudanças ou agente de desenvolvimento organizacional. É o profissional que gera novos processos, comportamentos e atitudes que permitam à empresa/cliente relacionar-se de forma interativa com os vários elementos constituintes do campo corporativo. O consultor precisa se comprometer em servir adequadamente a seus clientes que são diretamente ou indiretamente afetados por seu trabalho (SOUZA, 2016).

2.2 Material e Métodos

A estratégia utilizada para o projeto em relação à natureza do trabalho é a pesquisa aplicada, que visa gerar conhecimentos para aplicação prática, dirigidos à solução de problemas específicos. Quanto à abordagem do problema é a pesquisa qualitativa. Essa segundo Goldenberg (1997) se preocupa com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, uma organização ou empresa.

Quanto ao objetivo do projeto empregou-se a pesquisa exploratória, que para Gil (2002, p.41), têm por “objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a tornar mais explícito ou a construir hipóteses, visando o aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições”.

E por fim, quanto aos procedimentos utilizou-se a pesquisa bibliográfica e o estudo de caso, que de acordo com Fonseca (2002), toda pesquisa bibliográfica permite o pesquisador aprofundar o que já estudou sobre o assunto, a partir do levantamento de referências teóricas já analisadas e publicadas por meios escritos e eletrônicos.

Para o desenvolvimento do estudo de caso deste artigo, foi necessário organizar algumas etapas para elaboração e concretização do objetivo proposto. Inicialmente, foi criada a empresa Healthy Food com os sócios: Daniel, Maicon, João, Cimara, Simone e Natan, onde cada sócio entrou com R\$ 15.000,00 de capital inicial. Pensou-se na filosofia empresarial para a organização, criando a missão, visão e valores da mesma. Após, definiu-se que para a constituição da empresa e produção, seria necessário um investimento de R\$ 90.000,00.

Em um segundo momento, definiu-se o público-alvo, que são pessoas que buscam uma vida mais saudável e que tenham restrições alimentares. E ainda, fez-se a análise da matriz Swot, identificando os pontos fortes, pontos fracos, oportunidades e ameaças frente a concretização da empresa e produto. Ainda, houve a necessidade de utilizar o Canvas, para definir uma proposta de valor, através dos 9 pontos estratégicos interligados.

Para contemplar a Logística, analisou-se o melhor local para instalação da empresa. E em relação a divulgação do produto, o mesmo será anunciado, principalmente, através de mídias, e a uma logomarca que fará o visualizador lembrar da empresa com pouco esforço.

2.3 Análise dos Resultados

A empresa Healthy Food, é uma empresa constituída para pessoas que desejam um alimento prático e com a riqueza de sabor que só o melhor desejo do dia consegue revelar. Não apenas um alimento que sacia a fome, mas alimentos que podem ser consumidos por qualquer pessoa, inclusive com restrições alimentares. Voltada para o público fitness, a empresa investe em produtos naturais, que podem ser consumidos por pessoas com intolerância a glúten e lactose, ou apenas procuram uma alimentação saudável.

A empresa Healthy Food, dedica-se em proporcionar aos clientes uma alimentação

saudável, trazendo uma nova visão na linha de Fast Food, uma versão saudável. Sendo isso, visto com responsabilidade, planeja entregar além de saúde, sabor, mudando o conceito em relação a produtos saudáveis.

Tendo em vista a escassez de tempo nos dias de hoje, uma alimentação saudável está cada vez mais difícil, pois em um mundo que está sempre acelerado, ter um alimento saboroso, de fácil acesso e rápida preparação é algo de grande valor, e ainda produtos de qualidade e totalmente nutritivos.

2.3.1 Missão, visão e valores da empresa

Missão: Entregar produtos saudáveis que tenha o melhor sabor. Atender o mercado fitness com produtos de qualidade e saudáveis, aprimorando continuamente esses produtos para atender às novas exigências e tendências de mercado.

Visão: Ser líderes no fornecimento do ramo alimentício fitness e referência no ramo, pela praticidade inovadora, oferecendo uma solução integral para o mercado de academias, estúdios de pilates e demais interessados pelo produto, com uma alimentação mais consciente e saudável.

Valores: Ética e Responsabilidade Social; Alta qualidade nos produtos; e Comprometimento e disciplina.

A Healthy Food considera importante toda e qualquer atitude favorável à saúde e à segurança ambiental. Sempre buscando ser ecologicamente correta e tendo embalagens biodegradáveis, cuidando cada vez mais do meio ambiente; e que os produtos satisfaçam a demanda. A empresa busca sempre ser ética com seus clientes, fazendo com que tudo ocorra corretamente.

2.3.2 Público alvo

Assim como o mercado fitness encontra-se cada vez mais competitivo, com marcas, produtos e tendências inovadoras, e clientes cada vez mais preocupados em cuidar da saúde e do bem-estar, hoje as pessoas querem se manter jovens e ter mais qualidade de vida. Com isso, existe um aumento constante de praticantes de atividades físicas e alimentação saudável, a qual seja de fácil preparo.

O consumidor está sempre buscando uma vida mais saudável, e um produto totalmente nutritivo, de qualidade e com um preço intermediário, que consiga atender suas necessidades. Assim, hoje o mercado alimentício traz a possibilidade de expansão desses produtos e a criação de uma linha de produtos saudáveis, que abranja pessoas de academias, com restrições alimentares, crianças e todas as pessoas que desejam comer um alimento totalmente saudável.

2.3.3 Matriz Swot

Através da Matriz Swot, foi possível verificar e analisar os pontos fortes que se destacam na empresa, os pontos fracos que precisam de um cuidado periódico, as ameaças dos fatores externos e as oportunidades no ramo de negócio na qual a empresa atuará no mercado.

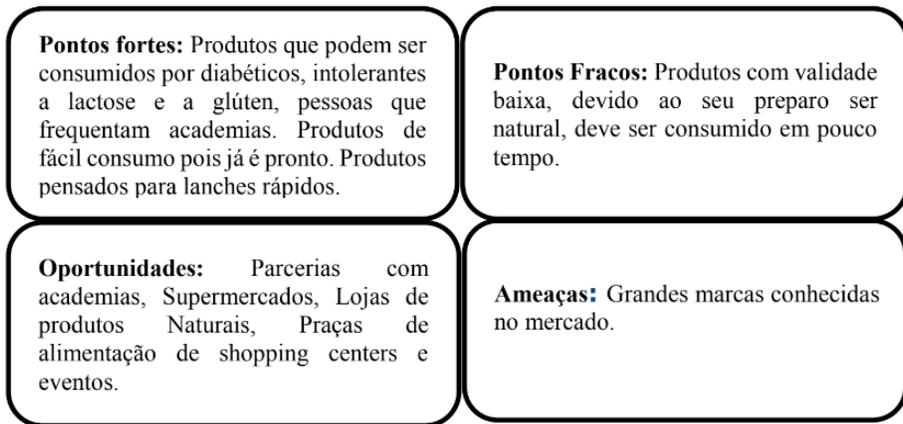


Figura 2 - Matriz Swot

Fonte: Os autores.

2.3.4 Canvas

O Canvas é uma ferramenta dinâmica em um formato de quadro, no qual permite analisar o modelo de negócios que está sendo criado, remodelado ou adaptado. Esse modelo tem como premissa o pensamento visual, ou seja, o uso de desenhos para representar situações ou ideias, no qual tem como objetivo principal definir uma proposta de valor através dos 9 pontos estratégicos interligados.

Esta ferramenta é o que inicia o plano de negócios para a criação de uma empresa, pois em alguns itens, consegue-se ter a dimensão de negócio que se irá investir (Quadro 2).

Parecias chave	Atividades chave	Ofertas de valor	Relacionamento	Segmento de clientes
Fornecedores de matéria prima. Estabelecimentos de revenda do produto.	Produção e venda de produtos da linha fast food saudável	Vendas de produtos próprios. Qualidade na fabricação. Produtos saudáveis. Responsabilidade social	Marketing em mídias. Exposição dos produtos nos estabelecimentos de revenda	Todos os tipos de pessoas que necessitam de uma alimentação saudável
	Recursos chave		Canais	
	Pessoas Capital líquido Matéria Prima Equipamentos para produção		Estabelecimentos de revenda do produto	
Estruturas de Custo		Fontes de receita		
Pessoas Estruturas Físicas Matéria Prima		Vendas de produtos Naturais		

Quadro 1 - Canvas

Fonte: Os autores.

2.3.5 Gestão de Projetos

O projeto iniciou-se com objetivo de transformar um conceito em alimentação saudável, pensando no bem-estar e saúde da população, trazendo além de uma visão agradável um sabor surpreendente.

O Quadro 3 explana o gerenciamento de projetos para a construção do Projeto de Aperfeiçoamento Teórico Prático, deixando-o mais objetivo e otimizado, auxiliando e agilizando o trabalho do Gerente de Projeto.

Ressalta-se ainda, que o Quadro criado pode ser alterado para melhor atender o objetivo do projeto, e durante a condução do mesmo vai se adaptando conforme a sua necessidade.

O que?	Quem?	Por que?	Quando?	Concluído?
Elaboração do projeto	Grupo	Iniciar o PATP	14/02	Sim
Divisão de tarefas	Grupo	Agilizar a construção do PATP	21/02	Sim
Escolha de produto	Grupo	Para ser assertivo com o empreendimento	21/02	Sim
Propósito do produto	Grupo	Mudar o conceito de alimentação saudável	21/02	Sim
Tipo de cliente	Grupo	Pessoas com restrições alimentares, Fitness, que queiram emagrecer	21/02	Sim
Nome do produto	Grupo	Uma ótima escolha ajuda na aceitação do produto	26/02	Sim
Nome da empresa	Grupo	Para que seja uma referência em alimentação saudável	26/02	Sim
Organização geral	Daniel	Para analisar se o projeto está no caminho certo	14/02	Sim

Fornecedores	Juão	Avaliar qual são os melhores insumos para produção, bem como valor de compra	25/03	
Custo do produto	Grupo	Avaliar o valor total para enxugar ao máximo e ter uma venda do produto competitiva	25/03	
Marketing	Maicon	Avaliar qual é a melhor forma para lançar o produto e deixá-lo atraente	25/03	
Venda	Natan	Para desovar o produto nos pontos de venda e distribuição	25/03	
Produção do produto	Grupo	Fazer o produto para poder tê-lo em mãos para a comercialização	*****	
Financeiro	Cimara	Saber como está a organização financeira, capital de giro, investimentos, financiamentos	25/03	
Logística	Simone	De qual forma o produto irá chegar nos pontos de venda e ao consumidor,	25/03	
Satisfação do cliente	Grupo	Para satisfazê-lo e fidelizar	21/02	

Quadro 2 - Passos detalhados com as fases do projeto.

Fonte: Os autores.

2.3.6 Logística

A empresa está localizada na rua Alfredo Drucker, n. 1405, centro, Floriano Peixoto/RS, CEP: 99910-000. Foi feita a escolha desse local, por ser mais centralizado e ficando mais próximo ao raio de atuação, que são as cidades que rodeiam Floriano Peixoto: Áurea, Carlos Gomes, Centenário, Charrua, Coxilha, Erebangó, Erechim, Estação, Floriano Peixoto, Getúlio Vargas, Ipiranga, Passo Fundo, Quatro Irmãos e Sertão.

Os fornecedores são do norte do Rio Grande do Sul, e assim a logística garante a coordenação e integração entre todos os componentes da cadeia, como fornecedores, consumidores e prestação de serviços. Eles suprem as necessidades inerentes do negócio, minimizando os estoques e atendendo as solicitações nos prazos estabelecidos.

O Processo de entrega será feito por meio de veículos terrestre no raio de 100 Km. Os produtos chegarão no mesmo dia até a empresa, pois os produtos são perecíveis, e a empresa necessita de produtos frescos diariamente, e por isso conta com fornecedores das cidades próximas.

2.3.7 Apresentação do produto

O produto foi pensado em função a boa saúde das pessoas, fazendo com que todos tenham uma vida mais saudável, não apenas aqueles que têm restrições alimentares, mas atendendo todos os seus clientes. O Hamburguer criado é um produto totalmente saudável, e não perdendo sua apresentação esteticamente, um produto totalmente fitness e diferenciado no mercado.

O Hamburguer Healthy Food é um produto totalmente saudável, feito a partir de ingredientes cuidadosamente selecionados e com um sabor incomparável. Elaborado para pessoas que buscam cuidar de sua saúde.

Seus ingredientes são: leite em pó sem lactose, óleo de soja, azeite de oliva, sal refinado, vinagre de maçã, peito de frango, mix temperos verdes desidratados, tempero verde, limão, cebola, alho, aveia em flocos finos, iogurte natura, cream cheese sem lactose, ricota, tomate, alface, fermento biológico para pão, açúcar mascavo, gérmen de trigo, linhaça e farinha de trigo integral. Estes são necessários para toda a produção do hambúrguer, incluindo o pão.

2.3.8 *Divulgação do produto*

A divulgação do produto será realizada através de propagandas anunciadas nas mídias: eletrônica, tradicional e impressa, através do diálogo entre vendedor e comprador, e redes sociais. Aliado a uma logomarca que fará o cliente lembrar da empresa com pouco esforço.

Analisando outras grandes marcas do mercado, criou-se algo simbólico com o primeiro lançamento que é o Healthy Burger. Essa logomarca será utilizada em todos os produtos da empresa (Figura 3).



Figura 3 – Logomarca.

Fonte: Os autores.

2.3.9 *Sociedade e investimentos*

O capital inicial desta empresa é de R\$ 90.000,00, igualmente integralizado pelos sócios, este valor provem de recursos próprios de cada sócio. Esse investimento é necessário para aquisição de equipamentos e também matéria prima para confecção dos produtos.

A Tabela 1, descreve os investimentos principais que serão necessários para a

produção.

DESCRIÇÃO	VALOR
Sovadeira industrial	R\$ 4.000,00
Forno industrial	R\$ 1.400,00
Fogão industrial	R\$ 2.000,00
Geladeira mini câmara	R\$ 3.500,00
Freezer horizontal	R\$ 2.000,00
Utensílios gerais de uma cozinha	R\$ 5.000,00
Móveis e materiais de escritórios	R\$ 2.000,00
Tecnologia (Software)	R\$ 1.000,00
Matéria prima – Fluxo de caixa	R\$ 69.100,00
Total	R\$ 90.000,00

Tabela 1 - Investimentos necessário para constituição da empresa e produção.

Fonte: Os autores, com base nos dados pesquisados.

2.3.10 Viabilidade Econômica

DRE - Demonstrativo de Resultado do Exercício						
FLUXO DE CAIXA	INICIAL	1º Ano	2º Ano	3º Ano	4º Ano	5º Ano
Receita Bruta		R\$ 436.335,12				
PIS/COFINS/ISS		R\$ 44.288,01				
Receita Líquida		R\$ 392.047,11				
Gastos		R\$ 364.200,00				
Investimentos	R\$ 90.000,00					
EBITDA		R\$ 27.847,11				
Depreciação		R\$ -				
IR (Imposto de Renda)		R\$ 8.911,07				
Lucro Líquido	-R\$ 90.000,00	R\$ 18.936,03				
Lucro Livre Acumulado	-R\$ 90.000,00	R\$ 18.936,03	R\$ 37.872,06	R\$ 56.808,09	R\$ 75.744,13	R\$ 94.680,16

Tabela 2 – Demonstrativo de Resultados do Exercícios

Fonte: Os autores, com base nos dados pesquisados.

A DRE (Tabela 2) mostra as projeções de receita e lucro acumulado no período de cinco anos. Com o preço de venda do produto a R\$ 15,99 por unidade, e uma projeção de venda de 95 hambúrgueres por dia. Com um índice de 5,2% de ROI (retorno do investimento) no período de cinco anos, e com um *playback* (tempo de retorno do investimento) de 4,8 anos.

Esses dados demonstram que o investimento de R\$ 90.000,00 retornará para os investidores no prazo de quatro anos e dez meses, tornando a viabilidade do negócio positiva.

3 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

O plano de negócios é uma importante ferramenta de gestão que ajuda a determinar a viabilidade da empresa, auxilia a detectar as particularidades do mercado e possibilita ampliar a perspectiva do empreendimento para o médio e longo prazo. Assim, essa ferramenta permite uma visão mais precisa dos reais potencializadores de sua ideia.

Este estudo teve por objetivo elaborar um plano de negócios da empresa Healthy Food, usando ferramentas como a matriz swot, analisando pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças internas e externas da organização.

Nesta análise foi possível diagnosticar vários fatores a serem considerados para uma boa gestão, tornando a empresa Healthy Food mais competitiva no mercado. Também foi utilizado a ferramenta Canvas, o qual auxiliou na organização das informações iniciais do negócio, identificando e mapeando os processos em cada área, e assim, obtendo uma visão macro do negócio.

Com este estudo, teve-se a oportunidade de trabalhar ferramentas de plano de negócio, compreendendo como este instrumento é importante para uma empresa, trazendo vantagens como: segurança, conhecimento de seu negócio, perspectivas de onde quer chegar, crescimento estruturado e acompanhamento de resultados, ter ótimo posicionamento de mercado, aumento nas chances de atingir os clientes certos e controle financeiro do negócio.

REFERÊNCIAS

AMARANTE, Juliana Marangoni, GORAIEB, Marcelo Ribeiro; MACHADO, Hilka Pelizza Vier. Concepções de sucesso e de fracasso empreendedor. **Pretexto**. v. 15, n. 2, abr./jun. 2014. Disponível em: <http://www.fumec.br/revistas/pretexto/article/view/1797/Artigo_2_V_15_n2_2014>. Acesso em: 6 mar. 2020.

BIAGIO, Luiz Arnaldo; BATOCCHIO Antonio. **Plano de negócios**: estratégia para micro e pequenas empresas. São Paulo: Manole, 2005.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. 4.ed. Barueri, SP: Manole, 2012.

CHING, Hong Yuh. **Gestão de estoques na cadeia de logística integrada** – Supply chain. São Paulo: Atlas, 1999.

CHOPRA, S. MEINDL, P. **Gerenciamento da cadeia de suprimentos**: estratégia, planejamento e operação. São Paulo: Prentice Hall, 2003.

CHRISTOPHER, M. **Logística e gerenciamento da cadeia de suprimentos**. São Paulo: Pioneira Thomson, 2002.

DEWES, Mariana de Freitas. **Empreendedorismo e exportação no setor de desenvolvimento software**: características de empreendedores e empresas. 2005. 101 p. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Escola de Administração. Programa de Pós-Graduação em Administração. Porto Alegre, 2005. Disponível em: <<https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/5259/000467973.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 19 mar. 2020.

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

FERREIRA, Manuel Portugal; SANTOS, João Carvalho; SERRA, Fernando Ribeiro. **Ser empreendedor**: pensar, criar e moldar a nova empresa. 2.ed. Lisboa: Edições Sílabo, 2010.

GONÇALVES, Cristina; SANTOS, Dolores; RODRIGO, J.; FERNANDES, Sant'Ana. Contabilidade Financeira Explicada: manual prático. (eBook) 2.ed. **Vida Económica**, outubro de 2016. Disponível em: <https://books.google.com.br/books/about/Contabilidade_Financeira_Explicada.html?id=OMwkDwAAQBAJ&redir_esc=y> Acesso em: 10 mar. 2020.

GRAMIGNA, Maria Rita Miranda. **Jogos de empresa**. 2.ed. São Paulo: Makron Books, 2007.

GREATTI, Ligia; SENHORINI, Vilma Meurer. Empreendedorismo - uma visão comportamentalista. Universidade Estadual de Maringá. **Anais do I EGEPE**. p. 22-34. Maringá, out. 2000.

IBIE – Instituto Brasileiro de Inovação e Empreendedorismo. **Intraempreendedorismo**. Disponível em: <http://www.ibie.com.br/index.php?option=com_content&task=view&id=14&Itemid=28>. Acesso em: 05 mar. 2020.

MAXIMIANO, Antonio Cesar A. **Administração de Projetos**: como transformar ideias em resultados. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2002.

OLIVEIRA, D. D. P. R. **Manual de Consultoria Empresarial**. 9.ed. São Paulo: Atlas S.A, 2010.

RABELO, Fernanda Costa. **Gestão de estoques na cadeia de logística integrada**. Disponível em: <https://www.academia.edu/36379555/GEST%C3%83O_DE_ESTOQUES_NA_CADEIA_DE_LOG%C3%8DSTICA_INTEGRADA>. Acesso em: 05 mar. 2020.

ROSA, Rodrigo de Alvarenga. **Gestão de operações e logística** Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração/UFSC; Brasília: CAPES:UAB, 2011.

SANTOS, Virgilio F. M. Desmistificando as 5 fases da gestão por projetos. **FM2S**. Disponível em: <<https://www.fm2s.com.br/5-fases-gestao-por-projetos/>>. Acesso em: 08 mar. 2020.

SOUZA, O. G.D. **Consultoria Empresarial**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2016.

SZABO, Viviane. **Jogos Empresariais**: organização SGS Academy. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Agência compartilhada 243, 251, 252, 253, 254, 255, 256

Análise econômica 185, 193

Análise financeira 185, 193, 203, 204

Atendimento 41, 42, 102, 103, 104, 110, 112, 114, 115, 116, 117, 122, 124, 128, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 137, 183, 243, 244, 249, 250, 251, 252, 253, 254, 256, 273, 277, 281, 283, 284

Ativos contingentes 205, 208, 209, 211, 213, 214, 215, 216, 217, 218, 219

B

Biomimética 151, 152, 153, 154, 155, 156, 169, 170, 171, 172

C

Cadeia de suprimentos 223, 224, 236, 237, 239, 240, 270, 271, 272, 273, 274, 275, 277, 278, 283, 284, 285, 286

Cadeias produtivas 221, 229, 230

Cafés especiais 85, 86, 87, 88, 89, 90, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100

CCT 151, 152, 170, 171

Centros automotivos 119, 120

Compliance 205

Comportamento do consumidor 101, 138

Consumo cíclico 185, 186, 187, 192, 193, 196, 198, 200, 201, 203

Cooperativismo financeiro 243, 257

Correlação 1, 7, 8, 11, 12, 13, 14, 93, 98, 113, 211

Covid 14, 173, 174, 179, 180, 181, 183

D

Desenvolvimento 2, 14, 17, 18, 19, 20, 21, 26, 27, 30, 31, 32, 33, 37, 39, 40, 46, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 76, 81, 82, 83, 85, 87, 91, 93, 104, 105, 106, 108, 111, 115, 117, 118, 122, 137, 138, 140, 141, 142, 143, 147, 148, 149, 152, 154, 161, 170, 172, 173, 176, 184, 187, 189, 219, 222, 224, 228, 230, 236, 237, 239, 240, 245, 246, 247, 253, 256, 257, 260, 262, 263, 271, 275

Distribuidora 272, 273, 274, 275, 282, 283

Divulgação 27, 108, 169, 181, 183, 205, 206, 208, 209, 210, 211, 213, 214, 215, 216, 217, 218, 219, 220, 263, 268

E

Economia colaborativa 243, 244

Ecosistemas 51, 52, 53, 54, 55, 57, 58, 61, 62, 64, 161

Ecosistema universitário empreendedor 51, 53

Empreendedorismo 1, 2, 3, 4, 5, 9, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 36, 37, 38, 39, 40, 42, 43, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 58, 59, 60, 61, 62, 64, 68, 84, 116, 259, 260, 270, 271

Estratégia 30, 31, 32, 36, 37, 43, 45, 46, 47, 48, 49, 51, 53, 55, 81, 102, 103, 110, 114, 122, 136, 149, 182, 183, 227, 240, 260, 262, 263, 270, 276

Estudantes 1, 3, 4, 5, 7, 11, 13, 16, 17, 19, 20, 22, 26, 27, 28, 53, 55, 57, 58, 62, 138, 141

F

Fatores 2, 14, 17, 19, 22, 45, 52, 53, 55, 56, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 74, 75, 78, 79, 81, 82, 83, 84, 89, 93, 98, 109, 119, 125, 126, 128, 130, 131, 132, 154, 194, 200, 208, 209, 210, 223, 224, 228, 230, 232, 233, 234, 235, 236, 239, 249, 265, 270, 275, 283

Fidelização 102, 103, 104, 108, 109, 110, 112, 115, 116, 117, 139, 149, 200, 232, 276, 283

Formação 4, 19, 34, 37, 43, 58, 59, 62, 65, 66, 67, 68, 70, 72, 76, 79, 80, 81, 82, 83, 95, 176, 246

Fracasso 44, 46, 65, 66, 67, 69, 70, 72, 74, 79, 81, 82, 83, 175, 270

G

GAPS 86, 119, 120, 121, 122, 124, 125, 127, 128, 135, 136

Geração Y 138, 140, 141, 143, 145, 148, 149

Geração Z 138, 140, 141, 143, 145, 148, 149, 150

I

Indústria 41, 42, 55, 101, 173, 174, 175, 176, 184, 186, 213, 227, 233

Inovação 2, 18, 30, 31, 32, 33, 35, 36, 37, 42, 45, 48, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 65, 66, 67, 69, 70, 75, 81, 83, 120, 121, 153, 238, 240, 271

Intenção empreendedora 2, 15, 17, 18, 21, 28

Intercooperação 243, 244, 245, 246, 247, 248, 249, 250, 251, 254, 255, 256, 257

L

Logística 226, 259, 260, 262, 263, 267, 270, 271, 272, 273, 274, 282, 283, 284, 285, 286

M

Marcas 38, 151, 152, 155, 169, 170, 171, 175, 187, 264, 268

Marketing 15, 16, 36, 50, 59, 61, 62, 85, 86, 87, 89, 90, 101, 104, 110, 112, 116, 117, 118, 135, 136, 137, 139, 140, 142, 147, 149, 150, 152, 153, 156, 169, 170, 171, 172, 181, 184,

227, 241, 242, 267, 274

Mercados sustentáveis 221

Motivação empreendedora 17, 20, 21, 22, 27

N

Negócio 4, 20, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 66, 67, 68, 69, 70, 86, 103, 112, 116, 177, 190, 202, 203, 236, 258, 260, 265, 267, 270, 273, 284, 285

Notas explicativas 188, 205, 206, 210, 211, 212, 213, 214, 215, 216, 217, 218

P

Palavras-chave 1, 17, 30, 51, 65, 85, 102, 119, 138, 151, 185, 205, 221, 243, 259, 272

Parques ecológicos 151

Passivos contingentes 205, 206, 207, 208, 209, 210, 211, 213, 214, 215, 216, 217, 218, 219, 220

Percepção do consumidor 85

Planejamento 30, 31, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 67, 70, 102, 241, 258, 259, 260, 261, 270, 274

Plano de negócios 43, 59, 258, 259, 260, 265, 270, 285

Pomicultura 221, 224

Pós 28, 51, 57, 63, 94, 96, 97, 98, 111, 117, 140, 170, 171, 173, 174, 179, 182, 224, 242, 271

Potencial empreendedor 1, 2, 3, 4, 5, 7, 8, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 29

Q

Qualidade 5, 22, 36, 41, 42, 53, 55, 70, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 93, 102, 103, 104, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 119, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 142, 148, 157, 175, 180, 181, 182, 218, 221, 222, 223, 225, 226, 227, 230, 231, 233, 234, 235, 236, 237, 238, 239, 249, 256, 259, 262, 264, 273, 275, 282

Qualidade em serviços 119, 120, 122, 123, 124, 126, 127, 136

R

Responsabilidade socioambiental empresarial 138, 140, 141, 150

S

Saudável 226, 258, 259, 263, 264, 266, 267, 268

Semiótica peirciana 151, 156

Startups 36, 38, 53, 54, 58, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84

Sucesso 4, 5, 6, 18, 20, 21, 22, 26, 30, 35, 36, 37, 38, 39, 45, 46, 47, 48, 53, 55, 56, 65, 66, 67, 68, 69, 72, 74, 75, 76, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 103, 104, 115, 179, 236, 260, 261, 270, 275, 276, 277, 284, 285

Suprimentos hospitalares 272, 273, 274, 275, 277, 284, 286

U

Universidade 15, 17, 27, 28, 30, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 83, 85, 86, 90, 92, 100, 101, 116, 117, 118, 119, 136, 138, 150, 155, 171, 173, 185, 205, 207, 219, 257, 271, 286, 287

V

Valores pessoais 1, 2, 3, 5, 7, 8, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16

ADMINISTRAÇÃO:

PERSPECTIVAS TEÓRICAS E

FUNDAMENTOS EPISTEMOLÓGICOS

2



www.atenaeditora.com.br



contato@atenaeditora.com.br



[@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora)



[facebook.com/atenaeditora.com.br](https://www.facebook.com/atenaeditora.com.br)

ADMINISTRAÇÃO:

PERSPECTIVAS TEÓRICAS E

FUNDAMENTOS EPISTEMOLÓGICOS

2



www.atenaeditora.com.br



contato@atenaeditora.com.br



[@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora)



[facebook.com/atenaeditora.com.br](https://www.facebook.com/atenaeditora.com.br)