

The background of the cover features a dark blue color scheme with various financial data visualizations. At the top, there is a candlestick chart. Below it, a white horizontal band contains the title. The main background shows a hand interacting with a tablet displaying a complex dashboard with multiple charts, including a line graph with glowing blue markers and a bar chart. The overall aesthetic is modern and data-driven.

Os paradigmas da administração:

Princípios e contextos

Elói Martins Senhoras
(Organizador)



Os paradigmas da administração:

Princípios e contextos

Elói Martins Senhoras
(Organizador)

Editora chefe

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Editora executiva

Natalia Oliveira

Assistente editorial

Flávia Roberta Barão

Bibliotecária

Janaina Ramos

Projeto gráfico

Bruno Oliveira

Camila Alves de Cremo

Daphynny Pamplona

Luiza Alves Batista

Natália Sandrini de Azevedo

Imagens da capa

iStock

Edição de arte

Luiza Alves Batista

2022 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do texto © 2022 Os autores

Copyright da edição © 2022 Atena Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena Editora pelos autores.

Open access publication by Atena Editora



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. Adilson Tadeu Basquerote Silva – Universidade para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí

Prof. Dr. Alexandre de Freitas Carneiro – Universidade Federal de Rondônia

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

Profª Drª Ana Maria Aguiar Frias – Universidade de Évora

Profª Drª Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa



Prof. Dr. Antonio Carlos da Silva – Universidade Católica do Salvador
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. Arnaldo Oliveira Souza Júnior – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Crisóstomo Lima do Nascimento – Universidade Federal Fluminense
Prof^o Dr^a Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Daniel Richard Sant’Ana – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Prof^o Dr^a 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
Prof. Dr. Humberto Costa – Universidade Federal do Paraná
Prof^o Dr^a Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Jadilson Marinho da Silva – Secretaria de Educação de Pernambuco
Prof. Dr. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. José Luis Montesillo-Cedillo – Universidad Autónoma del Estado de México
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Kárpio Márcio de Siqueira – Universidade do Estado da Bahia
Prof^o Dr^a Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal do Paraná
Prof^o Dr^a Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof^o Dr^a Lucicleia Barreto Queiroz – Universidade Federal do Acre
Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros
Prof. Dr. Lucio Marques Vieira Souza – Universidade do Estado de Minas Gerais
Prof^o Dr^a Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof^o Dr^a Marianne Sousa Barbosa – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas
Prof^o Dr^a Maria Luzia da Silva Santana – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Miguel Rodrigues Netto – Universidade do Estado de Mato Grosso
Prof. Dr. Pedro Henrique Máximo Pereira – Universidade Estadual de Goiás
Prof. Dr. Pablo Ricardo de Lima Falcão – Universidade de Pernambuco
Prof^o Dr^a Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof^o Dr^a 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
Prof^o Dr^a Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof^o Dr^a 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



Os paradigmas da administração: princípios e contextos

Diagramação: Daphynny Pamplona
Correção: Maiara Ferreira
Indexação: Amanda Kelly da Costa Veiga
Revisão: Os autores
Organizador: Elói Martins Senhoras

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

P222 Os paradigmas da administração: princípios e contextos /
Organizador Elói Martins Senhoras. – Ponta Grossa -
PR: Atena, 2022.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-258-0145-2

DOI: <https://doi.org/10.22533/at.ed.452220205>

1. Administração. I. Senhoras, Elói Martins
(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



Atena
Editora
Ano 2022

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; 6. Autorizam a edição da obra, que incluem os registros de ficha catalográfica, ISBN, DOI e demais indexadores, projeto visual e criação de capa, diagramação de miolo, assim como lançamento e divulgação da mesma conforme critérios da Atena Editora.



DECLARAÇÃO DA EDITORA

A Atena Editora declara, para os devidos fins de direito, que: 1. A presente publicação constitui apenas transferência temporária dos direitos autorais, direito sobre a publicação, inclusive não constitui responsabilidade solidária na criação dos manuscritos publicados, nos termos previstos na Lei sobre direitos autorais (Lei 9610/98), no art. 184 do Código penal e no art. 927 do Código Civil; 2. Autoriza e incentiva os autores a assinarem contratos com repositórios institucionais, com fins exclusivos de divulgação da obra, desde que com o devido reconhecimento de autoria e edição e sem qualquer finalidade comercial; 3. Todos os e-book são *open access*, *desta forma* não os comercializa em seu site, sites parceiros, plataformas de *e-commerce*, ou qualquer outro meio virtual ou físico, portanto, está isenta de repasses de direitos autorais aos autores; 4. Todos os membros do conselho editorial são doutores e vinculados a instituições de ensino superior públicas, conforme recomendação da CAPES para obtenção do Qualis livro; 5. Não cede, comercializa ou autoriza a utilização dos nomes e e-mails dos autores, bem como nenhum outro dado dos mesmos, para qualquer finalidade que não o escopo da divulgação desta obra.



APRESENTAÇÃO

A sistematização do pensamento administrativo tem uma evolução marcada pela recíproca influência da abstração de modelos e teorias no campo das ideias junto a avanços empíricos nas habilidades e tecnologias no campo das materialidades findando potencializar novos produtos, serviços e processos de gestão nas diferentes organizações.

Partindo deste cenário, o objetivo do presente livro, “Os Paradigmas da Administração: Princípios e Contextos”, é fomentar uma análise sobre o campo de Administração por meio de um roteiro fundamentado em uma perspectiva teórico-metodológico eclética que valoriza a discussão sobre diferentes temáticas e a apreensão empírica dos fenômenos e fatos no estudo das organizações e de sua gestão.

Destarte, a complexidade existente no mundo material e do mundo das ideias é captada neste livro a partir de um conjunto de capítulos que compartilha a preocupação de apresentar os respectivos debates e análises temáticas dentro de um explícito rigor científico, sem perder a contextualização de um implícito ecletismo teórico-metodológico presente na obra como um todo

A natureza exploratória, descritiva e explicativa quanto aos fins e a abordagem quali-quantitativa caracterizam o perfilamento metodológico desta obra, sendo o método teórico-dedutivo o fundamento para a utilização, tanto, de revisões bibliográficas e estudos de caso como procedimentos de levantamento de dados, quanto, de hermenêutica administrativa na análise de dados.

Estruturada em vinte capítulos, esta obra apresenta uma visão panorâmica sobre relevantes discussões no campo da Administração, abordando as clássicas vertentes público e privada por meio de instigantes estudos de caso nos quais é possível se apreender uma série de teorias, modelos e princípios que fundamentam os contemporâneos estudos administrativos.

As discussões presentes neste livro somente foram possíveis em função da presença de um esforço coletivo de pesquisa no campo epistemológico da Administração e em áreas afins, demonstrando a relevância da colaboração científica por meio de uma funcional rede internacional de pesquisadores com origem em diferentes instituições públicas e privadas de ensino e pesquisa do Brasil, Moçambique e México.

A indicação desta obra é recomendada para um extenso número de leitores, uma vez que foi escrito por meio de uma linguagem fluída e de uma abordagem didática que valoriza o poder de comunicação e da transmissão de informações e conhecimentos, tanto para um público leigo não afeito a tecnicismos, quanto para um público especializado de acadêmicos interessados pelos estudos administrativos.

Excelente leitura!

Elói Martins Senhoras

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1..... 1

O SABER ANTES DO SABER NA DISCIPLINA DE ADMINISTRAÇÃO: UMA REFLEXÃO EPISTEMOLÓGICA

Jamur Johnas Marchi

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4522202051>

CAPÍTULO 2..... 25

SABERES ÉTICOS EN LOS NUEVOS MODELOS DE FORMACIÓN DE EMPRENDEDORES UNIVERSITARIOS

Martha Silvia Torres Hidalgo

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4522202052>

CAPÍTULO 3..... 36

O RESGATE DA IDENTIDADE DA MULHER VÍTIMA DE VIOLÊNCIA POR MEIO DO DESENVOLVIMENTO DA ATITUDE EMPREENDEDORA

Denize Grzybovski

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4522202053>

CAPÍTULO 4..... 50

A INOVAÇÃO A PARTIR DO RELACIONAMENTO COM OS CLIENTES NAS MÉDIAS E PEQUENAS EMPRESAS

Josiane Cristina Batista Da Silva

Kelly Cristina De Lira Lixandrão

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4522202054>

CAPÍTULO 5..... 63

QUARENTENA E *HOME OFFICE* SEM PIJAMA: COGNIÇÃO DO VESTUÁRIO E O PODER DAS ROUPAS SOBRE A AUTOIMAGEM E A PRODUTIVIDADE

Sintya de Paula Jorge Motta

Leila Rabello de Oliveira

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4522202055>

CAPÍTULO 6..... 85

PERCEPÇÕES SOBRE OS FENÔMENOS DA INFORMALIDADE E SEUS PARES PRECARIZAÇÃO E FLEXIBILIZAÇÃO: UMA ANÁLISE EM CONSTRUÇÃO SOBRE O TRABALHO NAS PLATAFORMAS DIGITAIS NO CONTEXTO BRASILEIRO

Ludmila Rodrigues Antunes

Carolina Krugel Marquez

Marina Ferraz

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4522202056>

CAPÍTULO 7..... 97

A IMPORTÂNCIA DA DESCRIÇÃO DE CARGOS E FUNÇÕES COMO MEIO DE GESTÃO

ESTRATÉGICA DE EMPRESAS

Zelúdio Rendes Magalhães Guerra

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4522202057>

CAPÍTULO 8..... 103

A LIDERANÇA PLÁSTICA E INTEGRATIVA EM UM CONTEXTO DE DIVERSIDADE GERACIONAL

Sylvana Lima Teixeira

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4522202058>

CAPÍTULO 9..... 112

RELATO DE EXPERIÊNCIA: ELABORAÇÃO DE PROJETO DE CONSULTORIA PARA A ÁREA DE RECURSOS HUMANOS

Norma Licciardi

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4522202059>

CAPÍTULO 10..... 120

A MONARQUIA PATRIMONIALISTA COMO FONTE DO GERENCIALISMO BRASILEIRO: UMA DIGRESSÃO HISTÓRICA NO DIREITO ADMINISTRATIVO

Fernanda Cláudia Araújo da Silva

Francisco Yuri de Sousa Menezes

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.45222020510>

CAPÍTULO 11..... 131

A NOVA LEI DE LICITAÇÕES EM PAUTA: PRINCIPAIS INOVAÇÕES MATERIAIS E PROCESSUAIS NO CONTEXTO DAS CONTRATAÇÕES PÚBLICAS BRASILEIRAS

Stephane Gonçalves Loureiro Pereira

Pedro Durão

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.45222020511>

CAPÍTULO 12..... 148

ANÁLISE DO CUMPRIMENTO DAS PORTARIAS DO SISTEMA DE GESTÃO DE DOCUMENTOS DE ARQUIVO (SIGA) PELAS INSTITUIÇÕES FEDERAIS DE ENSINO

Ramon Maciel Ferreira

Martius Vicente Rodriguez y Rodriguez

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.45222020512>

CAPÍTULO 13..... 159

A LEI DE RESPONSABILIDADE FISCAL (LRF) COMO INSTRUMENTO GERENCIAL PARA A ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA: O CASO DO MUNICÍPIO DE SALINAS - MG

Eliane De Fátima Alves

Kleberson Cardoso Jardim

Lázaro Barbosa Santos

Sthefany Silva Souza

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.45222020513>

CAPÍTULO 14	173
CHINA E BRASIL: UM ESTUDO SOBRE OS INVESTIMENTOS NA INFRAESTRUTURA LOGÍSTICA NACIONAL	
Guilherme Dias Pereira	
Allef dos Santos Cavalcanti	
Hellen Xavier das Chagas	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.45222020514	
CAPÍTULO 15	185
CONSUMIDORES OMNICHANNEL BRASILEIROS	
Renato Braga Fernandes	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.45222020515	
CAPÍTULO 16	197
CONSUMO DE ÁLCOOL, TABACO E OUTRAS DROGAS NO ENSINO SUPERIOR: ESTUDO SOBRE OS IMPACTOS DO USO DE ATOD`S POR ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS	
Camila Moreira Almeida de Miranda	
Larissa Namie Sakamoto	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.45222020516	
CAPÍTULO 17	211
ELEMENTOS DE ANÁLISE MERCADOLÓGICA PARA IMPLANTAÇÃO DE UM RESTAURANTE SELF-SERVICE NO RIO DE JANEIRO	
Rafael Ferreira Almeida	
Daniele Cristina Pereira Passos	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.45222020517	
CAPÍTULO 18	229
MAPEAMENTO DA CADEIA DE VALOR (VSM), PARA ANÁLISE DO PROCESSO LOGÍSTICO INTERNO EM UMA EMPRESA DO SETOR AUTOMOTIVO	
Alfonso Cano Lima	
Rosa Cortés Aguirre	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.45222020518	
CAPÍTULO 19	239
A COMUNICAÇÃO COMO FERRAMENTA PARA A GESTÃO DE CONFLITOS ORGANIZACIONAIS	
Tiago Ferreira Bezerra	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.45222020519	
CAPÍTULO 20	256
PROPUESTA DE UN SISTEMA DE GENERACIÓN SOLAR FOTOVOLTAICA EN EL EDIFICIO E DEL ITLAC	
Rolando Martínez Mora	
Rosina Pérez Sánchez	
Brenda Araceli Gallardo Infante	

Alexis René Valdovinos Noguera

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.45222020520>

SOBRE O ORGANIZADOR.....	266
ÍNDICE REMISSIVO.....	267

CAPÍTULO 9

RELATO DE EXPERIÊNCIA: ELABORAÇÃO DE PROJETO DE CONSULTORIA PARA A ÁREA DE RECURSOS HUMANOS

Data de aceite: 01/04/2022

Norma Licciardi

Fatec Ipiranga, Pastor Enéas Tognini
Curso de Tecnologia em Gestão de Recursos
Humanos
São Paulo – SP
<http://lattes.cnpq.br/0958224562941153>

RESUMO: O presente trabalho tem como objetivo relatar a elaboração de um de um Projeto de Consultoria para a área de Recursos Humanos, cujo foco é a gestão do negócio e o desenvolvimento de líderes de colaboradores em geral. Acreditamos ser o relato pertinente pois, ele é fruto do trabalho de um grupo de quatro alunas e duas professoras orientadoras foi desenvolvido ao longo de três semestres letivos do curso de Tecnologia em Gestão de Recursos Humanos. Para a elaboração do trabalho foram utilizados inicialmente os conceitos de Competências pessoais e organizacionais e , posteriormente aprimorados pelos conceitos das ferramentas CANVAS e o Modelo de Plano de Negócio do SEBRAE para o desenvolvimento do plano de negócio. A utilização de metodologias ativas, onde o aluno é o responsável pelo gerenciamento de seu aprendizado; ocorreu tanto no planejamento e organização das atividades em grupo presenciais, bem como, na pesquisa e elaboração de conteúdos fora do ambiente da universidade.

PALAVRAS-CHAVE: Desenvolvimento de Pessoal, Gestão de Recursos Humanos, Metodologias Ativas.

INTRODUÇÃO

O trabalho foi desenvolvido nas dependências da FATEC, por alunos e professores do curso de Tecnologia em Gestão de Recursos Humanos, das disciplinas: Captação e Seleção de Talentos, Projeto de Recursos Humanos I e II.

A origem do trabalho foi inicialmente o estudo dos conceitos de Competências Comportamentais que seconstituem nos fatores primordiais para o ingresso e a permanências dos indivíduos nas organizações.

No entanto, esse também tem sido o maior desafio enfrentado pelas lideranças nas empresas, ou seja, contar com uma equipe coesa e comprometida e muitas vezes isso se deve à inadequação dos comportamentos dos colaboradores.

Dessa forma, as autoras vislumbraram a necessidade de elaborar um projeto de consultoria cujo objetivofosse o desenvolvimento e aprimoramento de competências de liderança e o desenvolvimento integral dos colaboradores. Compete ao verdadeiro líder motivar e influenciar positivamente os seus liderados, buscando atingir resultados e manter uma força de trabalho comprometida e a satisfação da equipe em sintonia com as metas da organização.

Sendo assim, o principal objetivo do trabalho foi a elaboração do modelo de negócio

na ferramenta Canvas, complementada pelo Modelo de Negócio do SEBRAE.

A consultoria tem ênfase no desenvolvimento de líderes, ocupantes de cargos de supervisão e coordenação.

Tratou-se de criar uma Consultoria que prestará serviços para o desenvolvimento de líderes gerenciadores das atividades nas organizações, dada a importância do papel do líder na condução da equipe e o quão vantajoso se torna para a empresa investir em tal desenvolvimento.

Na primeira parte do trabalho, foram desenvolvidos os aspectos da dimensão da visão interna da empresa em seus itens: segmento do cliente, proposta de valor, relacionamento com o cliente, canal e fluxo de receitas. Para tanto, buscou-se fundamentar inicialmente a escolha do ramo de negócio, o segmento de cliente e a proposta de valor com dados obtidos em pesquisas sobre o negócio da Consultoria em desenvolvimento de líderes.

A justificativa para a escolha desse modelo de negócio está embasada nas necessidades apresentadas pelo mercado e no referencial teórico apresentado.

A Consultoria irá prestar serviços voltados para o desenvolvimento de líderes, a partir da identificação e análise das possíveis falhas na prática dos líderes e assim, propor, melhorias e inovações de determinada organização cliente para atingir maior eficiência e eficácia no mercado.

[...] A consultoria gerencial é um serviço de aconselhamento contratado por organizações junto a pessoas qualificadas e especialmente treinadas para dar-lhes, de uma forma objetiva e independente, a possibilidade de identificar problemas gerenciais, analisar esses problemas, encontrar e seguir soluções recomendadas pela consultoria e, por fim, eventualmente conseguir ajuda para implementação dessas soluções. (QUINTELLA, 1994, p. 56).

Segundo Andrade (2007, p.3), a qualificação profissional de consultoria deve-se somar a prática com a experiência na execução e condução do processo, pois se entende que o consultor tem que saber conduzir um processo dentro da empresa, não significando assim executar o processo, mas fazer com que os gerentes e executivos apoiem a sua ideia e lidere de acordo com os procedimentos que o consultor lhe propor.

Proporcionar o desenvolvimento dos líderes com base nas diretrizes estratégicas da organização é um fator crucial para garantir o sucesso do negócio. Para Hunter (2004, p. 25), liderança é “a habilidade de influenciar pessoas para trabalharem entusiasticamente visando atingir aos objetivos identificados como sendo para o bem comum”, sendo assim, ter o líder como fonte de inspiração para a equipe contribui positivamente para o crescimento contínuo da empresa, no entanto muitos profissionais que exercem cargos gerenciais ou de coordenação não cumprem o papel de líder.

Tack, em seu livro “*A liderança motivacional*”, cita que os gerentes por diversas vezes “gerenciam departamentos, gerenciam pessoas, mas não as lideram. A liderança eficaz os motiva voluntariamente e esta é a palavra-chave, a dedicarem suas mentes e

atributos físicos para um objetivo maior” (TACK, 1989, p. 26). Nota-se que o gestor pode ter capacidades técnicas, porém pode não possuir competências e habilidades para ser um líder, tais como: conhecimento, competência, determinação, ação, respeito e ética para alcançar tantos seus objetivos como os da empresa.

A liderança nem sempre é desenvolvida e colocada em prática pelo gerente e/ou pessoa de nível superior da empresa, ocorre que geralmente os colaboradores se empenham mais e tornam-se líderes, conseqüentemente, acabam se adequando a esse comportamento. Identifica-se que não é necessário que esses possuam uma posição de poder e influência, as mudanças de comportamento começam precisamente naqueles que lideram. “Sem liderança, a mudança planejada não se realizaria” (BURKE, 2002, p. 239).

Outro fator motivacional que pode ser citado é o clima organizacional da empresa, para Chiavenato (1998, p. 91)

[...] o clima organizacional é favorável quando proporciona satisfação das necessidades pessoais dos participantes e elevação do moral. É desfavorável quando proporciona a frustração daquelas necessidades. Na verdade, o clima organizacional influencia o estado motivacional das pessoas e é por ele influenciado.

De acordo com o Autor, o clima organizacional é responsável por influenciar a moral no ambiente de trabalho e, conseqüentemente, a satisfação das pessoas. Neste sentido, o líder precisa tomar decisões estratégicas adequadas para alcançar a mudança com excelência, utilizando suas habilidades de liderança e ser capaz de envolver as pessoas para que possam assumir a mudança como sendo igualmente sua.

Segundo Burke (2002), as mudanças geralmente são complexas, o líder deverá assumir vários papéis para tomar decisões estratégicas e alcançar resultados positivos para a empresa. Cabe a eles criarem uma visão de modo a “influenciar” o restante da organização para seguir o mesmo caminho.

OBJETIVO DA AULA E COMPETÊNCIA DESENVOLVIDA

O Projeto de Consultoria foi desenvolvido ao longo das aulas de um semestre letivo cujo objetivo foi a elaboração do Plano de Negócio utilizando o modelo do SEBRAE.

O ponto de partida foi o conceito da consultoria e demais dados obtidos pelas alunas no semestre anterior.

O presente relato versará sobre a aula da elaboração da Logomarca e o Site da Consultoria, que integram o Plano de Marketing da empresa.

As competências a serem desenvolvidas pelos discentes foram: Compreensão dos conceitos de Marketing; Identificação de sites de empresas concorrentes; Coerência entre os objetivos da consultoria e sua Logomarca; Utilizar ferramentas tecnológicas que não fazem parte de seu cotidiano.

Metodologia ativa utilizada e sua justificativa

A técnica de metodologia ativa utilizada para a aula foi o Brainstorming, ou tempestade de ideias, que parte do conhecimento prévio que as alunas já possuíam a respeito do tema, e foram divididas conceitualmente em relação aos seguintes aspectos: objetivos do negócio; desenvolvimento de pessoal e conceitos de Educação Corporativa; Conceitos de competências comportamentais e Objetivos Organizacionais.

Os alunos puderam observar por meio da técnica, que necessitam dos conceitos previamente estudados e que isso facilita a aplicação dos mesmos em novos projetos. Pudemos observar um maior envolvimento e interação entre as integrantes do grupo.

Os resultados obtidos por meio da técnica e o conteúdo produzido em aula será apresentado a seguir.

Na Figura 1 podemos identificar a logomarca criada pelos discentes a partir do brainstorming e dos objetivos da aula.

Após a apresentação da logomarca há a justificativa de sua escolha e está estabelecida a relação com os objetivos do negócio.



Figura 1 - Logomarca.

Fonte: Autores (2019).

A Imagine Consultoria prestará serviços voltados para o desenvolvimento de líderes, a partir da identificação e análise das possíveis falhas na prática dos líderes e assim, propor, melhorias e inovações de determinada organização cliente para atingir maior eficiência e eficácia no mercado.

A Imagine Consultoria terá treinamentos voltados para:

- a) Desenvolvimento de Líderes de Recursos Humanos, visando torná-los

multiplicadores, assim como, parceiros estratégicos;

b) Desenvolvimento de Líderes Supervisores;

c) Liderança para funcionários;

d) *Workshops*: para os clientes palestras e *workshops* para os funcionários desses clientes, a preparação dos três pilares (Líderes Supervisores, RH e Funcionários) será o grande diferencial da Imagine consultoria, pois a mudança de hábitos e comportamentos será ágil de fácil compreensão, ou seja, todos estarão falando a mesma língua.

A seguir, e como parte integrante da aula e do Pano de Marketing que estava sendo elaborado, os alunos apresentaram as ferramentas de comunicação que seriam utilizadas pela consultoria para atingir seu público alvo.

A Imagine Consultoria selecionou alguns canais para de oferecer um atendimento rápido e eficiente.

a) *E-mail*: Trata-se de um canal simples e muito eficaz, de uso comum da população alvo, será utilizada de maneira inteligente e supervisionada, automatizando alguns e-mails padrões e facilitando o uso no dia-a-dia. Servirá também para enviar *e-mail marketing* para divulgação de eventos futuros, como palestras e workshops, bem como fornecer aos clientes em datas comemorativas, descontos e/ou facilidades no pagamento dos serviços ofertados.

b) *Telefone*: A comunicação por texto pode ter bom funcionamento em diversas ocasiões, mas um contato por ligação tem suas vantagens.

c) *Atendimento personalizado com o Consultor*: Por se tratar de um atendimento direto entre a organização e o cliente, serão constantes os treinamentos destinados aos atendentes, para dar atendimento personalizado aos clientes e sanar as dúvidas e outras solicitações.

d) *Redes sociais*: Com a alta tecnologia, pode-se dizer que a maioria dos indivíduos possuem pelo menos uma rede social e com isso tornar-se indispensável o uso desta ferramenta como meio de divulgação da consultoria. A Imagine Consultoria consta no *facebook*, *LinkedIn* e *Instagram* e, por meio dessas plataformas, serão divulgados os eventos realizados, como palestras, *workshops* para sanar dúvidas e/ou atender solicitações do público-alvo.

Além disso, haverá canais específicos para divulgação, afim de tornar a Imagine Consultoria uma referência em desenvolvimento de líderes supervisores e coordenadores.

a) *Site*: No site estará disponível a história da consultoria, missão, visão e valores; o modo de atuação no mercado, os serviços prestados de forma transparente para facilitar o entendimento dos clientes. Além disso, terá também um espaço *chat* com o objetivo em atender as solicitações, de modo a passar informações rápidas e direcionadas aos serviços mais adequados para cada necessidade.

Como um canal específico de comunicação, será apresentado na Figura 2 o Site da

Consultoria, também com as considerações específicas para sua utilização.



Figura 2 - Site da Consultoria.

Fonte: Autores (2019).

Cabe ressaltar que a aula foi desenvolvida em um Laboratório de Informática, nas dependências da Fatec e, que as carteiras estão dispostas do modo tradicional.

O professor fica ao lado dos alunos, orientando a execução do trabalho.

Os recursos digitais utilizados são o Pacote Office e a Internet.

AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM

A disciplina Projeto de Recursos Humanos II é ministrada com o propósito de estimular ao máximo a participação dos alunos e desenvolver competências comportamentais de gestão como: Planejamento, Trabalho em Equipe; Organização; Comprometimento e Autoavaliação.

Em função desses objetivos e do conteúdo que, necessariamente prevê a elaboração de um projeto em equipe, a avaliação é continuada.

O Projeto de Recursos Humanos entregue no final do semestre tem nota atribuída de zero a dez (0 a 10) e é entregue em duas etapas, primeiro e segundo bimestres letivos, pois segue o calendário acadêmico.

Cada uma das etapas do projeto tem nota atribuída e possibilita a revisão do conteúdo.

RESULTADOS

O que pode ser observado na realização do trabalho é que por meio das metodologias ativas, conseguimos obter maior participação dos alunos, contribuindo para a união e sinergia do grupo, bem como chegar a resultados mais satisfatórios em relação a aprendizagem.

DIFICULDADES ENCONTRADAS

A primeira dificuldade encontrada é que não há capacitação suficiente dos docentes para a utilização das Metodologias Ativas. As técnicas empregadas exigem uma formação específica de conceitos pedagógicos e conhecimento de tecnologia que não estão disseminados entre os docentes.

Nosso calendário acadêmico e a necessidade de auferir notas aos alunos também é um limitador.

Um terceiro aspecto a considerar é que os alunos também precisam ser treinados para participar das técnicas de metodologias ativas pois, muitos deles, preferem o ensino tradicional com apostilas e slides.

Um quarto aspecto é que não possuímos salas adaptáveis e tampouco recursos tecnológicos para serem utilizados em todas as aulas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Relato dos alunos : O desenvolvimento do Plano de Negócio da Imagine Consultoria, com o auxílio do modelo plano de negócio do SEBRAE e da prática de metodologias ativas, combinou a abordagem teórica com a prática, essa ferramenta se mostrou um importante auxílio para a elaboração e planejamento, permitindo analisar a proposta empresarial de forma ampla e ao mesmo tempo objetiva, o que facilita a identificação dos pontos fracos.

A ferramenta possibilita analisar o aspecto visual desse modelo, fazer alterações e experimentações, tornar o processo prático, criativo, dinâmico e realista, permite acompanhar cada etapa e descrever os objetivos e quais são os passos necessários para realizá-los, além de resultar na viabilidade do projeto e sua estimativa para obter o retorno do investimento inicial. Após o desenvolvimento do plano, observou-se que o prazo de retorno do investimento é curto e os resultados esperados são positivos, gerando lucro à organização.

O desenvolvimento desse trabalho contribuiu para o desenvolvimento acadêmico por dar uma visão ampla da criação de uma empresa, aprimorando o olhar crítico e a visão estratégica dos pesquisadores. Resulta que o modelo proposto para a empresa, pode ser usado como plataforma de estudo e estruturação de empresas em implantação, ou mesmo

para as empresas já existentes com o intuito de inovar a modelagem do negócio para busca do atendimento aos clientes, melhoria da competitividade e posicionamento estratégico frente ao atual cenário competitivo do mercado de consultorias.

Relato dos docentes : A aplicação de Metodologias Ativas no processo ensino aprendizagem é uma ferramenta que possibilita o desenvolvimento de múltiplas habilidades dos discentes e docentes.

No caso específico desse trabalho sua realização só foi possível em função de alguns aspectos : primeiro, o grupo de discentes permaneceu o mesmo , cursando as três disciplinas que possibilitaram a realização final do projeto.

O projeto foi idealizado pelas alunas no segundo semestre do curso, tendo sua continuidade no quinto e sexto semestres.

As docentes envolvidas no processo são comprometidas com a evolução dos discentes e atuam como orientadores dos alunos.

Quando o projeto foi idealizado em 2017, os conceitos de metodologias ativas não estavam divulgados e as atividades foram inicialmente desenvolvidas pelos alunos utilizando as técnicas de dinâmica de grupo e painel, que possibilitaram a construção e sedimentação dos primeiros conceitos que deram origem ao projeto final.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, M. M. **Introdução a metodologia do trabalho científico**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

BURKE, W. W. **Organization change: theory and practice**. Thousand Oaks: Sage Publications, 2002.

CARRAMENHA, B.; CAPPELLANO, T. & MANSI, V. **Comunicação com empregados: a comunicação interna sem fronteira**. Jundiaí: InHouse, 2013.

CHIAVENATO, I. **Recursos Humanos**. São Paulo: Atlas, 1998.

IBCO, **Instituto Brasileiro dos Consultores de Organizações**. Disponível em: <<http://ibco.org.br/pesquisas-ibco/>>. Acesso em 26/08/2018 às 10h05min.

Metodologias Ativas: <http://www.webquestfacil.com.br/>

OSTERWALDER, A. PIGNEUR, Y. **Business Model Generation - Inovação em Modelos de Negócios**: um manual para visionários, inovadores e revolucionários. Rio de Janeiro, RJ: Alta Books, 2011.

QUINTELLA, H. M. **Manual de psicologia organizacional da consultoria vencedora**. São Paulo: Makron Books, 1994.

SCHERMERHORN, H. **Fundamentos de comportamento organizacional**. 2ª. Porto Alegre: Brookman, 1999.

SEADE, **Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados**. Disponível em: <<http://www.seade.gov.br/pesquisa-do-seade-analisa-a-localizacao-de-sedes-de-grandes-empresas/>>; Acesso em 25/08/2018 às 16h20min.

TACK, A. **A liderança motivacional**. São Paulo: Siamar, Serviço Cultural Interamericano e Editora ttda, 1989.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Administração 1, 2, 1, 2, 3, 4, 8, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 36, 48, 49, 50, 54, 61, 62, 69, 82, 86, 94, 96, 97, 98, 99, 101, 102, 103, 110, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 132, 135, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 142, 143, 145, 148, 149, 152, 154, 155, 159, 160, 162, 163, 171, 172, 197, 203, 204, 207, 228, 230, 241, 242, 243, 244, 247, 248, 254, 255, 266

Álcool 197, 198, 199, 200, 201, 202, 203, 205, 206, 207, 208, 209, 210

B

Brasil 1, 2, 2, 18, 24, 37, 38, 39, 41, 42, 43, 44, 45, 47, 48, 49, 82, 85, 86, 87, 90, 92, 94, 95, 96, 101, 102, 111, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 133, 134, 139, 146, 147, 150, 152, 154, 157, 158, 165, 171, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 185, 186, 191, 192, 193, 194, 195, 200, 203, 208, 209, 239, 240, 244, 254

C

Cadeia de valor 229, 230, 233, 234, 237

Cargos 38, 97, 98, 99, 100, 101, 102, 113, 134, 146, 164, 170, 228, 248

China 69, 173, 174, 178, 179, 180, 181, 183

Cliente 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 113, 115, 116, 140, 186, 187, 190, 193, 194, 195, 222, 225, 226, 227, 232, 234, 235, 237

Colaboradores 50, 98, 100, 109, 112, 114, 239, 240, 241, 242, 244, 245, 246, 247, 248, 249, 250, 251, 252, 253, 254

Comunicação 2, 46, 53, 55, 56, 57, 58, 60, 65, 72, 73, 82, 99, 103, 104, 106, 107, 108, 116, 119, 139, 140, 144, 148, 149, 154, 155, 156, 157, 186, 187, 220, 224, 239, 240, 241, 242, 243, 244, 245, 246, 247, 248, 249, 251, 252, 253, 254, 255, 266

Conflitos 9, 10, 15, 19, 22, 86, 94, 96, 103, 133, 134, 136, 137, 198, 215, 239, 240, 241, 242, 243, 244, 247, 248, 249, 250, 251, 252, 253, 254, 255

Consultoria 63, 64, 66, 69, 75, 79, 80, 81, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 200

Consumidores 51, 52, 53, 54, 57, 59, 61, 62, 66, 73, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 191, 193, 194, 195, 219, 226

Consumo 88, 190, 197, 198, 199, 200, 201, 202, 203, 204, 205, 206, 209, 210, 232, 256, 260, 261

D

Desempenho 53, 54, 72, 78, 98, 101, 103, 104, 108, 109, 110, 135, 187, 198, 200, 203, 217, 229, 231, 252, 253, 266

Despesa 160, 161, 162, 163, 164, 165, 166, 167, 168, 169, 170

Direito administrativo 120, 121, 129, 131, 147, 183

Diversidade 13, 18, 53, 103, 106, 109, 110, 212, 242, 244

Drogas 197, 198, 199, 200, 201, 202, 203, 204, 205, 206, 207, 208, 209, 210

E

Eficiência 14, 16, 80, 99, 107, 108, 110, 113, 115, 126, 129, 137, 140, 141, 142, 144, 148, 160, 239, 240, 243, 249, 252, 254

Empreendedorismo 36, 39, 42, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 61, 62, 87, 94, 95

Empresa 29, 30, 31, 35, 42, 43, 49, 50, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 61, 62, 93, 97, 98, 100, 105, 106, 107, 108, 111, 113, 114, 118, 140, 178, 183, 186, 213, 214, 215, 218, 220, 222, 223, 224, 225, 227, 229, 230, 231, 232, 233, 234, 235, 237, 241, 247, 253

F

Flexibilização 70, 85, 87, 91, 92, 93, 96, 110, 125

Funções 7, 8, 14, 15, 16, 17, 19, 65, 97, 98, 100, 122, 123, 124, 141, 153, 164, 232

G

Gasto com pessoal 159, 160, 161, 163, 164, 165, 166, 168, 169, 171

Geração 9, 44, 55, 90, 103, 104, 105, 106, 107, 109, 110, 111, 219, 242

Gerencialismo 120

Gestão 2, 15, 17, 18, 19, 38, 39, 44, 48, 53, 54, 55, 86, 88, 90, 91, 97, 98, 101, 103, 110, 112, 117, 125, 126, 127, 130, 137, 138, 140, 141, 142, 145, 148, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 161, 162, 163, 165, 168, 169, 170, 171, 186, 212, 215, 217, 218, 222, 225, 227, 229, 230, 232, 239, 240, 241, 242, 243, 244, 247, 248, 249, 251, 252, 253, 254, 266

H

Home office 63, 65, 69, 70, 71, 76, 77, 79, 80, 81, 82, 83, 133

I

Identidade 9, 36, 39, 45, 46, 65, 66, 82, 103, 104, 105, 110, 111, 203

IFES 148, 149, 157

Informalidade 54, 85, 86, 87, 91, 92, 93, 94, 96

Infraestrutura 16, 19, 22, 44, 81, 164, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 184, 220

Inovação 20, 42, 44, 46, 49, 50, 51, 53, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 86, 119, 135, 138, 140, 141, 142, 222, 243, 266

Investimentos 149, 156, 157, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 214, 220

L

Lei de responsabilidade fiscal 159, 160, 161, 164, 169, 170, 171, 172

Licitações públicas 131, 137, 141, 143, 175, 177

Liderança 103, 104, 107, 109, 110, 111, 112, 113, 114, 116, 119

Logística 55, 94, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 184, 229, 230, 232, 236, 237

M

Marketing 50, 51, 52, 53, 55, 56, 60, 62, 73, 114, 116, 195, 196, 212, 217, 218, 220, 222, 227, 228

Mulher 7, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 68

O

Omnichannel 185, 186, 187, 188, 189, 190, 191, 194, 195

Organização 7, 8, 10, 12, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 22, 23, 24, 39, 53, 54, 60, 68, 81, 86, 88, 91, 93, 94, 99, 100, 101, 104, 105, 109, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 121, 122, 129, 137, 150, 152, 153, 162, 181, 213, 214, 216, 223, 237, 239, 241, 242, 243, 244, 245, 247, 249, 252, 253, 254

P

Patrimonialismo 38, 120, 124, 128

Planejamento 14, 17, 50, 52, 54, 57, 62, 107, 112, 117, 118, 141, 142, 149, 155, 159, 160, 161, 162, 163, 164, 169, 170, 171, 172, 176, 181, 182, 213, 215, 218, 219, 228, 244

Plataformas digitais 85, 86, 91, 93, 94, 95

Portarias 148, 155, 156, 157

Precarização 85, 87, 91, 92, 94

Produtividade 14, 53, 55, 60, 63, 75, 77, 79, 88, 90, 92, 126

Q

Quarentena 63, 69, 71, 74, 75, 77, 78, 79

R

Recursos humanos 35, 97, 98, 99, 101, 112, 115, 117, 119, 241, 243, 254

Relacionamento 46, 50, 52, 53, 54, 55, 57, 58, 59, 60, 61, 113, 174, 225, 239, 242, 243, 250

Restaurante 212, 219, 220, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 227

S

Setor automotivo 229, 230, 231

Siga 71

SIGA 148, 155, 156

T

Tabaco 197, 198, 199, 200, 201, 203, 205, 206, 207, 208, 209, 210

Trabalho 2, 4, 7, 13, 14, 17, 21, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 46, 49, 51, 53, 58, 59, 61, 64, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 75, 80, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 98, 99, 100, 101, 105, 107, 108, 109, 110, 112, 113, 114, 117, 118, 119, 131, 133, 134, 154, 159, 160, 161, 164, 166, 180, 199, 212, 215, 227, 230, 232, 234, 237, 239, 240, 241, 243, 245, 249, 251, 253, 254, 255

U

Universitários 67, 68, 197, 198, 199, 200, 201, 202, 203, 204, 205, 206, 207, 208, 209, 210

V

Vendedores 174, 185, 186, 187, 188, 189, 191, 194, 195

Violência 36, 37, 38, 39, 41, 42, 45, 46, 47, 48, 49, 134, 137, 203, 208, 226



Os paradigmas da administração:

Princípios e contextos

 www.atenaeditora.com.br

 contato@atenaeditora.com.br

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

 www.facebook.com/atenaeditora.com.br



Os paradigmas da administração:

Princípios e contextos

 www.atenaeditora.com.br

 contato@atenaeditora.com.br

 @atenaeditora

 www.facebook.com/atenaeditora.com.br