

**FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E NEGÓCIOS DE  
SERGIPE - FANESE  
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM PROCESSOS GERENCIAIS**

**ADRIANA DE SOUZA GAMA CERQUEIRA  
MARCOS ORLANDO ANDRADE  
MÉRCIA FERREIRA LIMA  
ROBSON CARVALHO DE MENEZES  
VIVIANE CRISTINE NASCIMENTO FIGUEREDO**

**Projeto Integrador  
MASTERRADIUS TELECOM**

**ADRIANA DE SOUZA GAMA CERQUEIRA  
MARCOS ORLANDO ANDRADE  
MÉRCIA FERREIRA LIMA  
ROBSON CARVALHO DE MENEZES  
VIVIANE CRISTINE NASCIMENTO FIGUEREDO**

**Projeto Integrador  
MASTERRADIUS TELECOM**

**Relatório apresentado à Coordenação  
do Curso de PROCESSOS  
GERENCIAIS da FANESE, como  
requisito para obtenção do título de  
tecnólogo em PROCESSOS  
GERENCIAS.**

**Orientador: Prof<sup>a</sup> Ivânia Maria de  
Morais Souto**

**ADRIANA DE SOUZA GAMA CERQUEIRA  
MARCOS ORLANDO ANDRADE  
MÉRCIA FERREIRA LIMA  
ROBSON CARVALHO DE MENEZES  
VIVIANE CRISTINE NASCIMENTO FIGUEREDO**

**Projeto Integrador  
MASTERRADIUS TELECOM**

**Relatório de projeto apresentado à banca examinadora da Faculdade de Administração de Negócios de Sergipe – FANESE, como requisito parcial para cumprimento do Projeto Integrador e elemento obrigatório para a obtenção do título de tecnólogo em processos gerenciais no período de 2010-1**

---

**1º Examinador**

---

**2º Examinador**

---

**3º Examinador**

**Aprovado (a) com média: \_\_\_\_\_**

**Aracaju (SE), 31 de maio de 2010.**

Dedicamos este trabalho aos nossos familiares, colegas de curso e professores.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradecemos primeiramente a DEUS por nos proporcionar esta oportunidade de crescimento, a professora e orientadora Ivânia Maria de Moraes por lecionar esta matéria e passar com precisão seus conhecimentos os quais utilizaremos em nossa caminhada, a empresa Masterradius e todos aqueles que contribuíram para realização desse trabalho.

A educação é o nosso passaporte para o futuro, pois o amanhã pertence às pessoas que se preparam hoje.

(Malcolm X)

## RESUMO

Este relatório foi desenvolvido na Masterradius Telecom, atuante na área de telecomunicações e teve como objetivo verificar como os assuntos vistos em sala de aula acontecem na prática. Foram realizadas visita e entrevistas na empresa citada, para entender o funcionamento da organização e identificar os processos operacionais desenvolvidos e relacionados às disciplinas, Modelos de Gestão, Comunicação Empresarial, Economia e Mercado e Gestão de Pessoas, assim como, desenvolver o conteúdo estudado em Metodologia de Trabalhos Acadêmicos. A empresa possui um porte médio de colaboradores, na qual tenta ao máximo gerar conforto e satisfação plena para esses funcionários. Possuindo missão, valores e visão, iniciou-se através do ramo de radiocomunicação e hoje alavancando seus negócios inicia-se no ramo de internet de dados e rede sem fio, ou seja, um desafio em novos projetos de sucesso. Após análise dos pontos abordados, constatou-se que a organização por estar em fase de crescimento e passando por mudanças nos seus ramos de atuações no mercado, não disponibiliza de todas as informações inerentes à pesquisa, mas percebe-se características importantes em desenvolvimento dentro da maioria dos setores da sua gestão.

**Palavras-chave:** Processos. Prática. Gestão.

## **ABSTRACT**

This report was developed in Masterradius Telecom, with operations in telecommunications and aimed to verify how the subjects seen in the classroom occur in practice. Visits and interviews were conducted at the company said, to understand the workings of the organization and identifying operational procedures developed and related to the disciplines, Models Management, Business Communication, Economics and Marketing and Personnel Management, as well as developing the content studied in Methodology of Academic Works. The company has an average size of staff, which attempts to generate maximum comfort and complete satisfaction for these employees. Possessing mission, values and vision, started by radio industry today and leveraging your business starts in the business of internet and data wireless network, or a new challenge in successful projects. After analyzing the issues discussed, it was found that the organization to be in growth phase and going through changes in the branches of performances in the market, provides all information related to the research, but it is perceived important features in development within the most sectors of its management.

**Keywords:** Processes. Practice. Management.

# SUMÁRIO

<b>RESUMO .....</b>	
<b>ABSTRACT .....</b>	
<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>10</b>
<b>2 DESCRIÇÃO DA ORGANIZAÇÃO .....</b>	<b>11</b>
2.1 Principais Produtos e Serviços .....	11
2.2 Principais Concorrentes da Organização .....	12
<b>3 ECONOMIA E MERCADO.....</b>	<b>13</b>
3.1 Conceito de Economia.....	13
3.2 Conceito de Mercado.....	13
3.3 A Situação Real da Empresa quanto a Economia e Mercado.....	13
<b>4 COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL.....</b>	<b>15</b>
4.1 Conceito de Comunicação Empresarial.....	15
4.2 Principais ferramentas da Comunicação empresarial .....	15
4.3 O Plano de Comunicação .....	16
4.4 A Situação Real da Empresa quanto a Comunicação Empresarial	16
<b>5 GESTÃO DE PESSOAS .....</b>	<b>18</b>
5.1 Conceito de Gestão de Pessoas.....	18
5.2 Principais Processos da Gestão de Pessoas.....	18
5.3 Planos de Benefícios Sociais.....	18
5.4 Controle do Absenteísmo e a Rotatividade de Pessoal.....	19
5.5 Situação Real da Empresa quanto a Gestão de Pessoas.....	19
<b>6 MODELOS DE GESTÃO .....</b>	<b>22</b>
6.1 Situação Real da Empresa quanto ao Modelo de Gestão.....	22
<b>7 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>24</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>26</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>27</b>
ANEXO A - Ilustrações.....	28
ANEXO B - Ilustrações.....	29
<b>GLOSSÁRIO .....</b>	<b>30</b>

## 1.INTRODUÇÃO

Quando as organizações são bem sucedidas elas tendem a crescer ou, no mínimo a sobreviver. O crescimento acarreta maior complexidade dos recursos necessários às suas operações, com o aumento de capital, incremento de tecnologia, atividades de apoio, provocando o aumento do número de pessoas, bem como a necessidade de intensificar a aplicação e seus conhecimentos , habilidades e destrezas indispensáveis à manutenção e competitividade do negócio.

A dinâmica do mundo moderno, em constante mobilidade e crescimento, tem avançado mais notadamente na área de telecomunicações.

Diante desse cenário a equipe optou por realizar seu trabalho de pesquisa *in loco* na empresa Masterradius por tratar-se de uma empresa renomada e séria, visando adquirir os conhecimentos necessários e poder contribuir para o desenvolvimento da mesma.

Este trabalho busca desenvolver esta análise mediante os conceitos de disciplinas estudadas que são de suma importância para a administração do negócio como Economia e Mercado, que estuda e examina a ação individual e social em seus aspectos mais estreitamente ligados à obtenção e ao uso das condições materiais do bem-estar, Comunicação Empresarial que pode ser considerada um verdadeiro fator crítico de sucesso para as organizações na atualidade, Gestão de Pessoas onde as pessoas passam a significar o diferencial competitivo que mantém e promove o sucesso organizacional, Modelos de Gestão e Metodologia do Trabalho Acadêmico que nos auxiliou durante o processo de desenvolvimento deste.

## **2. DESCRIÇÃO DA ORGANIZAÇÃO**

A Masterradius Telecom Ltda empresa originalmente sergipana fundada em 27/05/1998 localizada na Av. Chancellor Osvaldo Aranha é uma das maiores instituições do segmento de soluções sem fio de voz, dados e imagens do país. Há 10 anos no mercado no segmento corporativo, a empresa vem se desenvolvendo e solidificando sua marca. Durante toda a sua trajetória, a empresa priorizou a qualidade de seus produtos e serviços, atendendo sempre às necessidades dos seus clientes, superando as expectativas do mercado e conquistando, cada vez mais, a confiança e reconhecimento local e nacional.

Ícone de excelência nos serviços oferecidos, a Masterradius conquistou o direito de ser o único Revendedor Autorizado Motorola no estado de Sergipe e um dos maiores do Brasil. Essa excelência é confirmada através da Tetra - Certificação de Revenda Premium, concedida pela Motorola.

A missão da empresa é prover soluções eficientes na área de telecomunicações, proporcionando o mais alto nível de personalização, transparência e competência, sempre com o compromisso de suprir as necessidades de qualidade dos nossos clientes. Os valores é a excelência, conhecimento, respeito, segurança e inovação e como visão a empresa deseja ser a melhor provedora de soluções em comunicação sem fio, dados, voz e imagens do país, manter a elevada satisfação dos nossos clientes e colaboradores, superando todas as suas expectativas.

Ser uma empresa de credibilidade reconhecida pela solidez, inovação, ótimo atendimento, fornecedora de serviços e produtos de tecnologia de ponta, atuar sempre com excelência e ética.

No momento a empresa não possui um organograma estruturado disponível, porém, de acordo com dados coletados na entrevista realizada estar sendo revisto e reavaliado pelo fato de mudanças atuais e inclusão de novas atividades.

### **2.1 Principais Produtos e Serviços**

Radius Transceptores, Telecomunicação de voz, Internet via radio, rede sem fio, Link banda larga são os principais produtos e serviços. A Masterradius

presta serviços de venda, locação, instalação, manutenção e elaboração de projetos, através de um quadro de colaboradores altamente preparado, pronto para lhe prestar assistência em qualquer lugar ou situação.

A inovação também é uma das principais características dessa empresa sergipana, que constantemente se atualiza com as novas tendências da comunicação. Um exemplo disso é a instalação de redes sem fio, transmissão de dados e telecomando, o que possibilita inúmeras soluções tecnológicas para seus consumidores.

## **2.2 Principais Concorrentes da Organização**

Os principais concorrentes são as grandes operadoras (Telemar, Embratel, Intelig e telefônica) e o aspecto mais relevante de cada um é a rede de estrutura de grande porte.

## **3 ECONOMIA E MERCADO**

### **3.1 Conceito de Economia**

Economia é a ciência social que estuda a produção, distribuição e consumo de bens e serviços. O funcionamento de uma economia de mercado repousa num conjunto de regras, onde se compram e vendem os bens produzidos.

A economia “É um estudo da humanidade nas atividades correntes da vida: examina a ação individual e social em seus aspectos mais estreitamente ligados à obtenção e ao uso das condições materiais do bem-estar” (ROSSETTI, 2006, p.45).

### **3.2 Conceito de Mercado**

O mercado “Em sua concepção primitiva, a palavra mercado dizia respeito a um lugar determinado onde os agentes econômicos realizavam suas transações.” (ROSSETTI, 2006, p. 395).

Hoje em dia o conceito de mercado em sua concepção econômica é uma abstração, ou seja, não é mais um lugar e sim “[...] a coexistência de suas forças aparentemente antagônicas, as da procura e as da oferta.”(ROSSETTI, 2006, p. 396).

Em todo mercado, que se utiliza do dinheiro, existem dois tipos de agentes bem diferenciados: os compradores e os vendedores. O mercado é o lugar onde ambos os agentes se põem em contato.

O preço de um bem é sua relação de troca por dinheiro, isto é, o número de unidades monetárias (reais) necessários para obter em troca uma unidade do bem. A quantidade que os indivíduos demandam de um bem, em um momento determinado de tempo, depende fundamentalmente de seu preço. Quanto maior o preço de um bem, menor será a quantidade que os indivíduos estarão dispostos a comprar.

### **3.3 A Situação real da empresa quanto a Economia e Mercado**

O atual cenário econômico na empresa Masterradius mostra-se bastante favorável, pois existe uma crescente demanda para o consumo de soluções de

conexão a internet e comunicação de dados (integração de Unidades de negócios) com alta performance. A necessidade de utilização de sistemas cada vez mais complexos e a globalização, exigem que as conexões entre as empresas e com a internet sejam seguras, rápidas e estáveis.

Hoje, o fator econômico que tem exercido maior influência positiva no nível de atividade da Empresa é O custo acessível das soluções de conexões as redes tendo como consequência, no resultado econômico da mesma acessibilidade no custo de internet sem fio afetando com intensidade moderada o nível de atividade da Empresa.

A Gratuidade de redes públicas de conexão seria um fator econômico negativo na empresa se as organizações que disponibilizam essas atividades não tivessem um nível de atuação pequeno. Contudo, a empresa fica sempre atenta as ofertas gratuitas para que sua economia não seja surpreendida por essas atuações. As expectativas quanto ao cenário econômico futuro são otimistas, pois, as grandes corporações precisam cada vez mais de conexões seguras e com alta performance, o que poucas empresas oferecem.

Os investimentos nas atividades são realizados de forma moderada e gradativos, pois, as tecnologias melhoram a cada dia e investimentos em grandes escalas tornam-se obsoletos em pouco tempo gerando a necessidade de atualização tecnológica, a idéia é investir individualmente em cada negócio conquistado.

## **4 COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL**

### **4.1 Conceito de Comunicação Empresarial**

A Comunicação Empresarial compreende um conjunto complexo de atividades, ações, estratégias, produtos e processos desenvolvidos para reforçar a imagem de uma empresa ou entidade junto aos seus públicos de interesse ou junto à opinião pública.

A comunicação empresarial é uma das formas de comunicação e compreendem o conjunto de métodos, técnicas, recursos, meios, pelo qual a empresa se dirige ao público interno (seus funcionários) e ao público externo (seus consumidores, clientes, fornecedores, acionistas e ao público em geral). As estratégias de comunicação são os sistemas ou modelos elaborados pela empresa para fornecer informações, interna ou externamente.

A definição de Comunicação Empresarial para Matos (2006, p.97) diz que

Cada vez mais, a importância da comunicação é destacada como fator fundamental para a busca constante de melhoria da qualidade no trabalho. Ao englobar a atividade e as políticas de emissão e captação de informações, a comunicação empresarial solidifica a cultura (crença e valores), as filosofias e as estratégias de ação de uma organização. Ou seja, ela é a responsável pela formação da imagem institucional, o que é considerado pelos grandes gurus do marketing como o principal patrimônio de uma empresa [...].

### **4.2 Principais Ferramentas da Comunicação Empresarial**

As ferramentas usadas pela comunicação empresarial não segue padrões, ela se adapta ao público alvo. As mais utilizadas são: murais, jornais internos, intranet, TV interna, memorandos e contra-cheques. A Comunicação empresarial é trabalhada como estratégia de negócio, pois, por meio dela, pode-se conhecer os públicos internos, o clima motivacional e o desempenho dos colaboradores.

Conhecendo qual o panorama por onde a comunicação Interna permeará, define-se a linguagem e a profundidade do conteúdo a ser utilizado para cada um dos públicos a serem trabalhados. É uma atividade mediadora entre a empresa e os colaboradores internos e seu resultado é impactante para que se alcance os

objetivos da empresa e para que haja, efetivamente, mudança de comportamentos a comunicação interna.

A comunicação interna funciona como base de sustentação para a comunicação externa. [...] É extremamente frustrante, para qualquer pessoa, tomar conhecimento de um fato relacionado à empresa para a qual trabalha através do público externo ou por intermédio de um meio de comunicação de massa. [...] Daí a importância de se apresentar as novidades primeiro ao público interno, depois ao externo (MATOS, 2006 p. 123).

#### **4.3 O Plano de Comunicação**

O Plano de Comunicação é um diagnóstico atual da comunicação de uma empresa, apontando os riscos e oportunidades e apresentando sugestões de melhoria. Consultoria que deve ser composta pela elaboração de um projeto final, demonstrando a situação atual do negócio e estabelecendo as estratégias que deverão assumir a comunicação organizacional. Cada situação pode requerer uma estrutura de planejamento diferenciada.

#### **4.4 A Situação Real da Empresa quanto a Comunicação Empresarial**

Na Empresa Masterradius, verifica-se que a comunicação é essencial e quando conseguiu-se fechar o ciclo da mesma, através do *feedback*, as possibilidades de falhas operacionais diminuem, contribuindo para a melhoria do clima organizacional da empresa. Com a valorização dos profissionais e a demonstração de cuidado como os mesmos por parte da empresa, inclui cada vez mais os colaboradores como parte do processo de comunicação interna, fazendo com que os mesmos percebam a sua importância no crescimento econômico do negócio.

Segundo a Masterradius o Plano de Comunicação é o documento que identifica as necessidades e fornece a empresa o direcionamento das ações de melhoria e disseminação da informação entre os colaboradores.

Saber se comunicar com tranquilidade e convicção, ter boa articulação com as palavras, procurando transmitir uma mensagem de maneira clara, objetiva e envolvente para o público, são alguns dos diferenciais competitivos que a empresa procura em um bom profissional. Para a Masterradius é muito importante o

investimento no colaborador, pois seu aprendizado reflete na qualidade do atendimento ao público e garante um clima organizacional agradável, sem falhas de comunicação, afinal a empresa é sinônimo de comunicação sem barreiras.

## **5 GESTÃO DE PESSOAS**

### **5.1 Conceito de Gestão de Pessoas**

A gestão de pessoas é uma área muito sensível à mentalidade que predomina nas organizações. Ela é contingencial e situacional, pois depende de vários aspectos, como cultura que existe em cada organização, da estrutura organizacional adotada, das características do contexto ambiental, do negócio da organização, da tecnologia utilizada, dos processos internos e de uma infinidade de outras variáveis importantes.

“O contexto da gestão de pessoas é formado por pessoas e organizações. As pessoas passam boa parte de suas vidas trabalhando dentro das organizações e estas dependem daquelas para poderem funcionar e alcançar sucesso” (CHIAVENATO,1994, p.4).

### **5.2 Principais Processos da Gestão de Pessoas**

Os principais processos de gestão de pessoas são os processos de agregar, aplicar, recompensar, desenvolver e monitorar pessoas.

Neles estão inclusos respectivamente o recrutamento e seleção de pessoas; desenho organizacional e desenho de cargo, análise e descrição de cargos; recompensas remuneradas, remuneração e benefícios e serviços sociais; treinamento e desenvolvimento das pessoas, programas de mudanças e desenvolvimento de carreiras e programa; administração da disciplina, higiene, segurança e qualidade de vida e manutenção de relações sindicais; banco de dados e sistemas de informações gerenciais.

### **5.3 Planos de Benefícios Sociais**

"Benefícios são regalias e vantagens concedidas pelas organizações, a título de pagamento adicional dos salários à totalidade ou a parte de seus funcionários. Constituem geralmente um pacote de benefícios e serviços que faz parte da remuneração pessoal. Os benefícios e serviços sociais incluem uma variedade de facilidades e vantagens oferecidas pela organização, como assistência

médico-hospitalar, etc. (...) Na verdade, os benefícios além do seu aspecto pecuniário ou financeiro servem para livrar os funcionários de uma série de transtornos, (...). Os benefícios sociais estão intimamente relacionados como aspectos da responsabilidade social da organização (Chiavenato, 2004: 314-315).

#### **5.4 Controle do absenteísmo e a rotatividade de pessoal**

De acordo com Chiavenato (2006 p. 54-55).

Absenteísmo é uma expressão utilizada para designar as faltas ou ausências dos empregados ao trabalho. Num sentido mais amplo, é a soma dos períodos em que os empregados da organização se encontram ausentes do trabalho, seja por falta, seja por atraso, em virtude de algum motivo interveniente

A empresa controla o absenteísmo através do cartão de ponto nos canteiros de obras e no escritório central faz uso dos livros apenas para atender à legislação. Quanto a rotatividade, em função da estrutura da empresa, em alguns setores é inevitável, em outros quase inexistente. A rotatividade é “o resultado da saída de alguns funcionários e a entrada de outros para substituí-los no trabalho (CHIAVENATO, 1994, p.86).

#### **5.5 Situação Real da Empresa quanto a Gestão de Pessoas**

Atualmente a Masterradius possui quatro colaboradores atuando na área de RH tendo três sub-áreas.

A empresa desenvolve um posicionamento da área (estratégico, tático ou operacional), onde o RH – identifica as necessidades, avalia desempenho e realiza ações motivacionais; RECRUTAMENTO – seleciona talentos e avalia suas aptidões físicas, técnicas, intelectuais, sociais e psicológicas; FISCAL – cuida dos aspectos legais do RH, folha de pagamento e direitos trabalhistas.

A empresa acredita e investe atualmente em programas para melhoria da gestão de Recursos Humanos da organização, utilizando atualmente os seguintes sistemas: ERP – Software de Gestão Integrada – Esse software tem por finalidade gerir toda informação referente a Gestão de Pessoas como cadastro de Pessoal,

cadastro de cargos, remuneração, Benefícios e treinamentos; Sistema informatizado de Ponto Eletrônico e Folha de Pagamento; Software de Avaliação de Desempenho.

A Masterradius adota como política e diretrizes na gestão de Recursos Humanos a valorização do capital humano, através da remuneração, incentivos e benefícios, do desenvolvimento individual e organizacional, do desenvolvimento de habilidades e formação profissional, bem como da retenção de talentos na organização.

A Masterradius bem como a maioria das empresas faz seu recrutamento interno e ou externo. Em sua maioria, o preenchimento das vagas é feito pela admissão de candidatos externos, o recrutamento interno é somente feito para preencher a vaga que a empresa entende que deverá ser ocupada por um funcionário que já conhece a organização e que necessita saber outras funções para melhor entendimento do processo e execução da função.

A empresa utiliza algumas técnicas para o processo de seleção de pessoas como entrevista de seleção e é utilizada como triagem inicial dos candidatos.

Os testes de aptidões também são utilizados pela organização como provas de conhecimentos gerais e específicos para alguns cargos, como por exemplo, informática e telecomunicação.

A empresa encerra seu processo seletivo com dinâmicas de grupo (testes de simulação) onde visa conhecer melhor os candidatos, suas atitudes e reações em determinadas situações.

A Masterradius busca incentivar seus funcionários tanto com a remuneração (salário) antenando-se com o mercado, aliando os benefícios: Plano de Saúde; Plano odontológico com desconto de 50% para o funcionário e seus dependentes; Seguro de Vida pessoal.

A Masterradius por atuar em um mercado diferenciado possui um programa de treinamentos específicos para desempenho dos cargos, e também rotatividade quando ocorrem, mas também investe nos funcionários com cursos ou treinamentos externos quando for conveniente à empresa.

Com todas as empresas a Masterradius se preocupa com o absenteísmo que constitui a soma dos períodos em que o funcionário se encontra ausente do trabalho, seja por falta, atraso, ou algum motivo interveniente. A motivação para a

assiduidade é considerada na avaliação pessoal, além da punição ao absenteísmo quando esse não for aceitável.

A gestão de pessoas da Masterradius procura reterem os talentos através de seus benefícios avaliados ao mercado de trabalho, além de avaliar os motivos de desligamentos (por iniciativa do funcionário ou da empresa) o que pode significar que houve alguma falha na contratação do profissional ou na política de retenção (treinamento, desenvolvimento).

## **6. MODELOS DE GESTÃO**

Realizando uma análise precisa do conceito, afirma-se que: A palavra "Modelo" tem sua origem no latim "Modulus" que significa um molde, ou forma. A Gestão se baseia nas funções evidenciadas por Fayol, que são: planejar, organizar, controlar, coordenar e comandar, no ambiente organizacional (CHIAVENATO,1996).

Com isso, formula-se o conceito de Modelo de Gestão como uma ferramenta que se baseia em análises e experiências anteriores para elaborar métodos de como administrar, aplicando-os na organização mediante sua necessidade e adaptando-os à sua cultura e processos. (MAXIMIANO, 1995)

A Teoria Geral da Administração recebeu contribuições da Matemática através de modelos matemáticos para proporcionar soluções de problemas organizacionais. Dentre algumas dessas contribuições, encontramos o Controle Estatístico da Qualidade (CEQ). O CEQ tem por objetivo localizar desvios, erros, defeitos ou falhas no processo produtivo, comparando o desempenho com o padrão estabelecido, podendo ser feito por controle de qualidade 100%, por controle de qualidade por amostragem ou por controle de qualidade aleatório.

Cada organização tem uma estrutura organizacional e departamental em função dos seus objetivos, do seu tamanho, da conjuntura que atravessa e da natureza dos produtos que fabrica ou dos serviços que presta. Apesar de todas as diferenças, os autores clássicos e neoclássicos definiram diversos tipos tradicionais de organização e departamentalização.

Para a Teoria das Relações Humanas, a motivação econômica é secundária na determinação do rendimento do trabalhador. Para ela, as pessoas são motivadas pela necessidade de reconhecimento, de aprovação social e participação nas atividades dos grupos sociais nos quais convivem.

O ambiente competitivo mudou. Hoje o poder das empresas está sendo transferido para o trabalhador do conhecimento. Diante disso, há uma necessidade urgente de se evoluir os modelos de gestão das empresas.

### **6.1 Situação Real da Empresa quanto ao Modelo de Gestão**

Na Empresa Masterradius constata-se a inexistência de um controle estatístico de qualidade. O processo é avaliado através do aceite de seus clientes.

Em nossa pesquisa, verificamos que, o organograma da empresa está em fase de análise e definição e no momento ainda não estava concluído, então não pudemos verificar o tipo predominante de estrutura organizacional e departamentalização da referida empresa, mas fomos informados que será montado com base na análise do conhecimento acadêmico, tempo de experiência e cursos destinados a função exercida.

Identifica-se na Empresa os mecanismos utilizados pelos dirigentes para elevarem o grau de motivação e de comprometimento dos colaboradores. Plano de Cargos e Salários, Premium Superação (avaliação de desempenho), PROMIDE (auxílio bolsa estudo), Confraternização, etc.

## 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A empresa em si tende a crescer muito no mercado. A visão é alta, a concorrência é pouca, e não há medo de fazer investimentos na empresa, os gestores tem coragem de investir, e de não ponderar os lucros da empresa. O mercado em Aracaju é sólido, falta empresas que dêem atenção aos clientes, que tenham o comprometimento necessário, que satisfação e não deixem o cliente a desejar. Isso a Masterradius tem de bom tamanho, por terem profissionais sérios e determinados a dar esse atendimento diferenciado e eficaz, que vestem a camisa da empresa, onde muitas vezes deixam suas famílias aos finais de semana e feriados para estarem em missões de atendimento a clientes, honrando a empresa e nunca abandonando seus clientes.

Por ser uma empresa de médio porte, ainda deixa a desejar no requisito organograma, pois a algumas falhas dentro do plano de cargos e salários da empresa.

As propostas estabelecidas pela Masterradius em cada disciplina contida nesse relatório, algumas em andamento, outras em planos, e outras em fase de execução, onde mostram a visão, os desafios e a seriedade da empresa no mercado.

Tratamos sobre a disciplina economia de mercado, onde foi visto que empresa atua num cenário bastante favorável, é uma empresa muito otimista ao seu futuro nessa nova fase de seus projetos onde galga além do seu ramo inicial e principal de radiocomunicação, hoje desenvolve também o ramo de comunicação e conexão de internet de dados e rede sem fio. Onde exerce investimentos moderados por estar em fase de iniciação, mas não tem medo de investimentos, mergulha fundo em seus propósitos.

Relacionando a disciplina comunicação empresarial, estende-se fortemente a prática do feedback, onde é passado aos seus colaboradores a importância deste ato para o melhor atendimento ao cliente e ao colaborador.

Já na relação de gestão de pessoas, o posicionamento da área (estratégico, tático ou operacional), tem um grau de alta importância na empresa, pois seus gestores buscam ao máximo aproximar-se de seus funcionários mantendo a valorização do capital humano, onde o RH – Identifica as necessidades, avalia o desempenho dos funcionários. O único ponto negativo desta disciplina com relação

a empresa em questão, Masterradius, deve-se pelo fato do plano de cargos e salários não muito bem definidos, gerando descontentamento de alguns colaboradores.

Sobre a disciplina modelos de gestão, há uma oportunidade de melhoria na empresa quando se trata de organograma, pois este ainda não definido gera alguns impasses entre os colaboradores, principalmente quando se trata de exercerem a mesma função e ocorrer diferenças salariais entre ambos. Mas por sinal, como ponto positivo e de elevação de alto estima, a empresa possui mecanismos utilizados pelos dirigentes para elevam o grau de motivação e de comprometimento dos colaboradores. Como o Premium Superação, PROMIDE, e Confraternização.

A disciplina Metodologia de Trabalhos Acadêmicos proporcionou o conhecimento necessário para que o grupo pudesse desenvolver o Projeto Integrador de maneira organizada, além de ter fornecido subsídios para que todo o processo, desde a pesquisa até a execução do trabalho escrito, fosse realizado de acordo com as normas e regras ensinadas em sala de aula.

O trabalho realizado proporcionou aos alunos envolvidos uma experiência sem precedentes, pois a teoria aliada à prática fixou ainda mais os conhecimentos adquiridos em sala de aula.

## REFERÊNCIAS

- UBIRAJARA, Eduardo. **Guia para monografia**. Aracaju: FANESE, 2006. (caderno)
- FRANÇA, Ana Cristina Limongi, **Práticas de recursos humanos: conceitos, ferramentas e procedimentos**. São Paulo: Atlas 2009.
- ROSSETTI, José Paschoal. **Introdução à economia**. São Paulo: Atlas, 2006
- NASSAR, Paulo. **O que é comunicação empresarial**. São Paulo: Brasiliense, 2008.
- FERREIRA, Victor Claudio Paradela; CARDOSO, Antonio Semeraro Rito; CORRÊA, Carlos José; FRANÇA, Célio Francisco. **Modelos de Gestão**. Rio de Janeiro: FGV, 2006.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas**. São Paulo: Atlas, 1994.
- \_\_\_\_\_. **Planejamento, Recrutamento e Seleção de Pessoal**. São Paulo: Atlas, 2006.
- Matos, G. G. **A Cultura do Diálogo: Uma Estratégia de Comunicação Nas Empresas**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.
- ENCICLOPÉDIA, Wikipédia. **Plano de comunicação**. 17 de maio de 2010. Disponível em: < [http://pt.wikipedia.org/wiki/Plano\\_de\\_Comunica%C3%A7%C3%A3o](http://pt.wikipedia.org/wiki/Plano_de_Comunica%C3%A7%C3%A3o)> acessado em maio de 2010.
- SILVA, Nayara Nogueira. **A importância dos benefícios**. Barsil 02 de abril de 2010 <<http://www.administradores.com.br/informe-se/artigos/e-preciso-investir-em-beneficios-gerenciar-pessoas-o-negocio-mais-urgente/43731/>>. Acessado em maio de 2010.
- HUMANOS, Recursos. **O processo da gestão de pessoas**. Disponível em: <[www.cursosnocd.com.br/recursos-humanos/os-processos-da-gestao-de-pessoas](http://www.cursosnocd.com.br/recursos-humanos/os-processos-da-gestao-de-pessoas)> acessado em maio de 2010.
- RAMÍLO, Daniel Vinicius. **Modelo de gestão**. Brasil 10 de abril de 2010. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/informe-se/artigos/a-gestao-participativa-como-modelo-de-gestao/44006/print/>>. Acessado em maio de 2010.

## **ANEXOS**

## ANEXO A Ilustrações



Radio portátil moto turbo DGP 6150.



Rádio portátil DTR 620



Rádio portátil PRO 5150



Rádio portátil EP 450 com visor

## ANEXO B Ilustrações



Torres de repetição para sistema de radiocomunicação.



Rádios móveis de telecomunicações.



Wireless Switch para Link de internet de dados.

## **GLOSSÁRIO**

ERP – Programa de sistema de gestão que a empresa utiliza.

PROMIDE – Programa de auxílio bolsa estudo.

Premium SUPERAÇÃO – Programa de avaliação interna entre os colaboradores, onde se destaca o melhor, e este mesmo é exposto no mural da empresa.