

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

**DIGENAL DOS SANTOS ALVES
EDENEIDE SANTOS BISPO
EDJANE PINHEIRO DE ALMEIDA
GISLENE SANTANA DE ALMEIDA
ISNARD FILHO
SCHEILA DOS SANTOS SOUZA ARAGÃO
WILSON MENEZES DE A. SANTANA**

**Projeto Integrador
POMAR DO BRASIL INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE
ALIMENTOS**

**DIGENAL DOS SANTOS ALVES
EDENEIDE SANTOS BISPO
EDJANE PINHEIRO DE ALMEIDA
GISLENE SANTANA DE ALMEIDA
ISNARD FILHO
SCHEILA DOS SANTOS SOUZA ARAGÃO
WILSON MENEZES DE A. SANTANA**

**Projeto Integrador
POMAR DO BRASIL INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE
ALIMENTOS**

**Relatório apresentada à Coordenação
do Curso de Tec. Em processos
Gerenciais da FANESE, como
requisito para obtenção do título de
Gestor de Desenvolvimento
Organizacional.**

**Orientador: Prof^a Ivânia Maria de
Morais Souto**

**Aracaju – SE
2010.1**

**DIGENAL DOS SANTOS ALVES
EDENEIDE SANTOS BISPO
EDJANE PINHEIRO DE ALMEIDA
GISLENE SANTANA DE ALMEIDA
ISNARD FILHO
SCHEILA DOS SANTOS SOUZA ARAGÃO
WILSON MENEZES DE A. SANTANA**

**Projeto Integrador POMAR DO BRASIL INDÚSTRIA E
COMÉRCIO DE ALIMENTOS**

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 gestor de desenvolvimento organizacional, no período de 2010-1

1º Examinador

2º Examinador

3º Examinador

Aprovado (a) com média: _____

Aracaju (SE), 31 de maio de 2010.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus por ter me permitido e dado força para chegar até este momento e vencer todos os obstáculos, como também pela coragem de enfrentar toda essa trajetória fazendo-me acreditar que tudo irá da certo no final dessa etapa. Aos nossos familiares, pois, são à base da nossa vitória. Obrigado a todos os professores, a gratidão é enorme, as constantes atualizações de conhecimento o cuidado em nos transmiti-los, os exemplos de profissionalismo de alto nível jamais iremos esquecer. Em fim agradeço a todos que me apoiaram e ajudaram nesta caminhada, que me levou a construir grandes resistentes fundações para o restante da minha vida.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	06
2 DESCRIÇÃO DA ORGANIZAÇÃO	07
3 PROCESSO EM GESTÃO EMPRESARIAL	08
4 MATEMÁTICA BÁSICA	10
5 PSICOLOGIA APLICADA À ADMINISTRAÇÃO	11
6 FUNDAMENTOS DE MARKETING	16
7 INTRODUÇÃO A ESTATÍSTICA	18
REFERENCIAS	20
ANEXOS	21
ANEXO I	22
ANEXO A - Foto dos Setores da Empresa	23
ANEXO B – Tabela de Valores	28
ANEXO C – Entrada e Saída de Equipamentos	29
ANEXO D – Movimentação de Veículos	30
ANEXO E – Recepção de Mercadorias	31
ANEXO F – Plano Odontológico	32
ANEXO G – Modelo de Embalagem	33
ANEXO II	34
ANEXO A – Questões Investigativas	35

1 INTRODUÇÃO

A seguir, encontra-se todo o material que foi elaborado durante a colheita de dados na empresa POMAR DO BRASIL INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE ALIMENTOS, em decorrência do que foi visto em sala de aula nas respectivas disciplinas: Processo em Gestão Empresarial; Introdução a Estatística; Fundamentos de Marketing; Matemática Básica e Psicologia Aplicada a Administração.

A escolha da organização veio pelo fácil acesso de um dos membros da equipe.

A referida empresa tem por sua vez o comércio voltado ao atacado e varejo, especializado em vendas de polpas de frutas. Atua no ramo com 22(vinte e dois) sabores de polpas de frutas. Além do mais são oferecidos serviços de entrega em domicílio.

Localizada na Travessa K, 142 – Distrito Industrial de Aracaju, no bairro Inácio Barbosa. É uma empresa de pequeno porte com apenas 16 funcionários e tem seu público alvo voltado a residências, restaurante, supermercados, alimentação industrial dentre outros. Com a missão de qualidade natural, economia e praticidade ao cliente.

Breve histórico: Com a finalidade de abrir um negócio próprio, sua proprietária começou a fazer uma pesquisa de campo sobre o comércio de castanha de caju. Percebeu o acesso a polpa de cacau e logo em seguida a todas as outras da região, visualizando a necessidade do mercado ao consumo de sucos naturais feitos com praticidade em casa e começou de forma cautelosa a agregar tecnologia, recursos humanos e matéria prima natural para em seguida conquistar clientes, que hoje em dia se multiplica favorecendo o crescimento da empresa.

2 DESCRIÇÃO DA ORGANIZAÇÃO

A organização POMAR DO BRASIL INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE ALIMENTOS, de CNPJ: 07.505.422/0001-68 e IE: 27.112.026-6, está localizada na travessa K, 142 – Distrito industrial de Aracaju., no bairro Inácio Barbosa. A organização atua no ramo de polpa de frutas há 13 (treze) anos.

Considerada uma empresa de pequeno para médio porte, com apenas 16 funcionários, tem seu público alvo voltado a residências, restaurantes, supermercados, alimentação industrial, etc. atendendo ao atacado e varejo em todo o estado de Sergipe, tendo a atual estratégia de buscar em médio prazo cidades do país e ao longo o exterior.

A POMAR opera com total harmonia com os seus funcionários e preza no aperfeiçoamento de seus equipamentos, para dar maior praticidade aos seus clientes na qualidade total do seu produto.

3 PROCESSO EM GESTÃO EMPRESARIAL

Definição:

O conjunto de recursos (humanos e materiais) dedicados às atividades necessárias à produção de um resultado final específico, independentemente de relacionamento hierárquico.

A sequência de atividades que transforma insumos em produtos finais ou serviços de um maior valor para o cliente final.

(Léo G. Almeida)

Gestão do Conhecimento

O gestor deve estar atento às mudanças de mercado, buscar frequentemente atualização das novas tecnologias e conhecimento, ousarem em novas idéias e estar em frequente contato com sua equipe a fim de compartilhar esses conhecimentos em pró de uma organização unida para o alcance dos objetivos.

Na POMAR, uma das qualidades é o bom conviver entre as pessoas ou setores favorecendo o desenvolvimento de metas e resoluções eficiente de problemas. O gestor identifica a necessidade de treinamentos específicos e conseguindo aplicar sendo mais fácil sua visão pelo fato de ter poucos funcionários, dar e valorizar os destaques da empresa.

Recrutamento e Seleção

Recrutamento é o conjunto de atividades desenhadas para atrair candidatos qualificados para uma organização.

No mundo competitivo e complexo, a escolha certa das pessoas para atuarem na empresa torna-se vital para o seu bom funcionamento e o consequente alcance de resultados sustentáveis.

Para todo recrutamento existe os **PÓS** e o **CONTRAS**

- **Interno**

Pós – Aproveita melhor o potencial humano da organização, motiva e encoraja o desenvolvimento profissional dos atuais funcionários, incentiva a permanência e a fidelidade dos funcionários à organização.

Contras – Pode bloquear a entrada de novas idéias, facilita o conservantismo e favorece a rotina atual, mantém e conserva a cultura

organizacional existente, funciona como um sistema fechado de reciclagem contínua.

- **Externo**

Pós – Introduz sangue novo na organização: talentos, habilidades e expectativas, aumenta o capital intelectual, indicado para enriquecer mais intensa e rapidamente o capital intelectual.

Contras – Afeta negativamente a motivação dos atuais funcionários da organização, reduz a fidelidade dos funcionários a oferecer oportunidades a estranhos, exige esquema de socialização organizacional para os novos funcionários, é mais custoso, demorado e inseguro que o recrutamento interno.

O recrutamento externo na POMAR é na maioria das vezes feito por indicação. A seleção é realizada, levando em conta a necessidade do setor, força de vontade e boa índole do entrevistado. Após ser coordenada para suas atividades essa pessoa será aprovada no período de 30 dias. Tendo a aceitação dentro da empresa ficará por um bom período.

Qualidade

A qualidade é primordial, para uma organização, ela pode influir no processo decisório de negociação de uma empresa. Junto a qualidade deve ser inserida as experiências e conhecimentos dos empreendedores para que, com essa combinação, estes possam efetuar tarefas como: racionalização de custos, padronização e formalização de processos e busca pela melhoria continuada. Isso demanda tempo, razão pela qual a gestão de qualidade em muitas empresas não alcance o sucesso. O tempo de maturação.

Outro aspecto complementa a qualidade:

Estimular trabalhos de equipe visando melhorias no relacionamento entre todos os envolvidos no negócio sejam eles: clientes, fornecedores ou colaboradores.

Na organização visitada, por se tratar de uma empresa de alimentação e por ter como missão o aperfeiçoamento de sua qualidade através de qualidade de vida interna e externa das pessoas e da eficiência de produção, com objetivos ecológicos e lucrativos, todo processo de produção é frequentemente aperfeiçoado de acordo com as legislações exigidas, novas tecnologias e entendimento de que a realidade humana busca o aperfeiçoamento da espécie.

4 MATEMÁTICA BÁSICA

Introdução

Vive-se em um mundo regido pelas leis naturais e imensos em um universo de relações sociais que possibilitam um amplo espaço pedagógico para o desenvolvimento de uma contextualização matemática. A POMAR está no mercado há 13 anos, buscando sempre atender e satisfazer as necessidades dos clientes através dos diversos sabores de polpa de frutas. Hoje 45% da população da capital sergipana consome o seu produto e 95% de sua produção diária já tem mercado certo.

Questionário

1-Quais os benefícios de obter uma polpa de fruta?

R=Por ser prático e rápido de fazer.

2-Qual a classe social que mais consome o seu produto?

R=Classe B e C.

3-Qual a faixa etária de idade de seu público alvo?

R=De 15 a 40 anos.

4-Quais os locais de vendas e sua porcentagem de vendas?

R=Supermercados 73%

Lanchonete 27%

5-Qual o sabor da preferência dos clientes?

R=50% sabores típicos do nordeste como manga, mangaba, laranja, graviola.

6-Quanto você aproveita de sua matéria prima na sua produção diária?

R=93% de aproveitamento.

7-Quanto é a sua perda diária em insumos?

R= 7% que aproveitado como adubo orgânico.

5 PSICOLOGIA APLICADA À ADMINISTRAÇÃO

As pessoas precisam umas das outras “*schutz*”. Há em torno de nós um universo de coisas e pessoas as quais o indivíduo depende mais do que se pode avaliar.

O termo interpessoal refere-se às relações que ocorrem entre duas pessoas em oposição aqueles relacionamentos nos quais pelo menos um participante é inanimado. Assume-se que, devido à presença psicológica de outra pessoa, as situações interpessoais levam a um comportamento individual que difere do indivíduo quando ele não está na presença de outras pessoas.

Todas as vezes que as pessoas se deparam umas com as outras em situação e formação de vínculo social, há, naturalmente, uma intenção particular de cada uma delas em conseguir lograr êxito no relacionamento, e isso significa entrar em entendimento para que algum objetivo seja atingido. A chegada ao objetivo depende, necessariamente desse relacionamento. Em grande numero de vezes, o grande Êxito almejado não é atingido. O comportamento de cada um neste grupo dependerá de sua personalidade e da percepção. É nesse caso que os conceitos pré-formados, oriundos das experiências, que se teve no passado, em situações de interação com outras pessoas, influem decisivamente.

A maior parte das dificuldades surgidas nos procedimentos que visam avaliar o desempenho humano dentro das organizações tem como ponto de partida a dificuldades de os supervisores avaliadores discriminarem, com precisão as verdadeiras características das diferenças individuais de comportamento no trabalho daqueles subordinados que devem avaliar.

Da mesma forma grande parte da significativa dificuldade que as pessoas no geral experimentam em seu processo de interação humana na situação de trabalho pode ser atribuída a esse processo nevrálgico o da percepção de pessoas.

O relacionamento entre as pessoas depende de como elas se percebem umas com as outras. Vários são os fatores que influenciam no comportamento do indivíduo. A ausência de recursos, tais como dinheiro, tempo, matéria-prima e equipamentos tem uma forte influencia no comportamento dos membros do grupo nas organizações, como também, o estilo de liderança. Em um grupo, cada membro tem seu papel. É importante ao analisar um grupo identificar o papel de cada um.

No que diz respeito ao comportamento de grupo, este pode estar dentro dos padrões de normalidade ou não e quando não se encontram dentro do comportamento padrão, pode chegar ao patológico, causando absenteísmo.

*(psicologia Aplicada à Administração
2010/1 web FANESE)*

Quando a pessoa encara o seu trabalho como significativo, de valor, o mesmo da valor ao trabalho que executa, pois, não vê o trabalho apenas como uma forma de conseguir suas recompensas (salário), além de adquirir conhecimento, habilidade e atitude, sendo competente, eficiente e eficaz, utilizando bem os recursos para atingir objetivos e superando as expectativas.

A função do administrador que planeja, organiza, direciona e controla, que tem em suas atividades interpessoal, informacional, decisória, representar a organização, direciona, motiva, treina, aconselha, orienta, se comunica com os subordinados, mantém redes de comunicação dentro e fora da organização, identifica novas idéias, assume riscos, delega responsabilidades, resolve conflitos, programa orçamentos, estabelece prioridades, representa os interesses da organização em vendas, compras e negociações, pois, tem habilidades conceituais, administrativas, técnicas e humanas. Analisa, planeja e organiza através de conhecimento. Tem capacidade de compreender e empregar eficazmente com habilidades interpessoais para liderar, motivar e se comunicar através de uma liderança servidora.

Os objetivos das organizações são: sobrevivência, crescimento, sustentamento, lucratividade, produtividade, qualidade nos produtos/serviços, redução de custos, participação no mercado, novos mercados, novos clientes, competitividade e imagem de mercado.

O contexto de gestão de pessoas é formado por pessoas e organizações. As pessoas são seres humanos dotados de personalidades próprias, profundamente diferentes entre si, com uma história particular e diferenciada, possuidores de conhecimento, habilidades, destrezas e capacidades indispensáveis a adequação à gestão dos recursos organizacionais.

A administração de recursos humanos (ARH) é o conjunto de políticas e práticas necessárias para conduzir os aspectos da posição gerencial relacionados com as “pessoas” ou recursos humanos, incluindo o recrutamento, seleção,

treinamento, recompensas, negociações coletivas e avaliação de desempenho e outras atividades, de acordo com a estrutura organizacional.

(CHIAVENATO – Gestão de pessoas)

A ARH é o conjunto de decisões integradas sobre as relações de emprego que influenciam a eficácia dos funcionários e das organizações. Esta relacionada com previsão, treinamento, desenvolvimento, motivação e manutenção dos empregados. As pessoas são selecionadas com base nas necessidades da organização. A gestão de pessoas na organização é uma função que permite a colaboração eficaz das pessoas para alcançar os objetivos organizacionais e individuais.

(CHIAVENATO – Gestão de pessoas)

Conceito de liderança: habilidade de influenciar as pessoas para trabalharem entusiasticamente visando atingir os objetivos identificados como sendo para o bem comum. “A arte de educar, orientar e estimular as pessoas a persistirem na busca de melhores resultados num ambiente de desafios, riscos e incertezas”. (Ivanildo Isaias de Macedo: aspectos comportamentais da gestão de pessoas – FGV).

Gestor Líder: Aquele que no exercício de qualquer função de comando permanente ou temporário, formalmente designada ou não, é capaz de influenciar a equipe, e, sendo por ela legitimado, representá-la e conduzi-la numa determinada situação, como por exemplo, a coordenação de um projeto ou parte dele.

(Apostila Processos em Gestão Empresarial 2010/1)

Relação interpessoal: relação de pessoas.

Feedback: é fruto da percepção, informação direta e clara que o indivíduo obtêm sobre a eficácia do seu desempenho na execução das atividades inerentes ao cargo que ocupa.

(Apostila Comunicação Empresarial 2009/2)

Emissor + mensagem + receptor + *feedback* = comunicação.

Hoje em dia o *feedback* é utilizado nas organizações como uma ferramenta de gestão de pessoas. As organizações, quando o utilizam, alegam procurar o desenvolvimento do colaborador, ou, normalmente, ocorre quando gestor

quer avaliar o profissional, dando a ele retorno positivo ou negativo sobre seu desempenho.

O *feedback* positivo deve ser dado com frequência, sempre com base em atitudes reais e traz bons resultados. Produz efeitos grandiosos e deve ser fornecidos em todas as oportunidades. Do mesmo modo, a troca de opiniões e análise conjunta sobre uma atitude ou um procedimento não tão bem sucedidos no momento em que ocorrem ou logo em seguida ao fato.

É fundamental o trabalho do *Coach* que age através do incentivo ao crescimento, da motivação para que se encontre o caminho para melhorias. O *feedback* deve ter a participação de todos, a ferramenta é boa, mas se não for bem utilizada pode se transformar em um mal, com consequências traumáticas para as pessoas e conseqüentemente para as organizações.

O comportamento no trabalho e psicopatologia do trabalho.

Certamente, o ambiente em que estamos inseridos influencia em nossa saúde mental. E com o trabalho não é diferente, a saúde mental não esta relacionada somente ao próprio trabalho, más também ao equilíbrio entre as atividades elaborais e as atividades extra elaborais.

Relegar as emoções no campo do trabalho, o aumento no ritmo de produtividade exigido geralmente acompanhado de pressão, uso crescente de tecnologia, favorecendo o distanciamento entre as pessoas. O desequilíbrio entre qualidade de trabalho e quantidade de lazer.

Independente das análises e recomendações dos manuais que trata de administração percebe-se que grande parte das empresas desorganizada no que se refere ao aspecto comportamental. Embora continuem funcionando e dando até bons resultados produtivos e financeiros.

Uma das psicopatologias do trabalho mais conhecida é o estresse. Muitas organizações buscam trabalhar o estresse e outras psicopatologias elaborando programas de qualidade de vida e saúde ocupacional, é fundamental atacar as causas dos problemas e não as conseqüências. Talvez uma boa pesquisa de clima organizacional e um planejamento e execução de ações baseadas na pesquisa fosse mais eficaz e duradouro.

Comparando a teoria a realidade da organização:

Na Empresa Pomar o colaborador é visto como parte integrante do time que tem suas responsabilidades perante a empresa e em conjunto com os outros membros da equipe trabalha para atingir o objetivo comum a todos, em troca de seu serviço prestado para o crescimento da empresa tem sua recompensa financeira e benefícios, pois, como todo ser humano tem seus objetivos pessoais a ser alcançado.

Para a execução das tarefas serem de qualidade, todos são treinados e estão aptos a exercer suas atividades de forma excelente, eficiente e eficaz, pois o resultado final depende do desenvolvimento das pessoas e a empresa investe em formação através de qualificação e aperfeiçoamentos. Na empresa Pomar o gestor se faz presente no direcionamento e coordenação da equipe, disseminando conhecimento e informação com autoridade de uma liderança servidora a fim de formar uma equipe motivada, com pessoas que trabalham com o intuito de se desenvolver profissionalmente.

O *feedback* é utilizado como uma forma de análise conjunta sobre uma atitude ou procedimento sempre que necessário, pois é uma ferramenta essencial para o crescimento dos colaboradores na empresa.

A empresa trabalha dentro das normas de segurança, há estagiários que tratam da segurança alimentar buscando uma melhor qualidade de vida para seus funcionários.

Algumas datas são comemoradas como: semana santa, São João e Natal, e alguns eventos como aniversariantes do mês, campeonato de futebol, dentre outras atividades realizadas.

6 FUNDAMENTOS DE MARKETING

Conceito: processo de troca envolvendo pessoas, bens e serviços, com o objetivo de alcançar a satisfação dos clientes ou consumidores.

Macroambiente: Ambiente composto pelas *stakeholders* (concorrentes, fornecedores, clientes, intermediários, grupos de opiniões e pressão, organizações não governamentais, a comunidade na qual a empresa está inserida, o setor público ou outros públicos com as quais a empresa se relaciona).

Segmento de mercado:

Conceito: Grupo de consumidores com características semelhantes.

A empresa trabalha sob segmentação de mercado, pois, seu público tem características semelhantes, atendendo atualmente a residências, restaurantes, supermercados, cozinhas industriais, entre outros. Assim, ela vem se segmentando no mercado.

A empresa, dentro de segmentação, pode implantar o **marketing de diversificação do produto**, ou seja, uma maior variedade de produtos no ramo de polpas de frutas, inovar a embalagem, pois a embalagem é o que atrai primeiramente o consumidor na hora da venda. Com isso a finalidade de fixar e preservar seu nome no mercado.

Composto mercadológico “4 P’s ”

Conceito: também conhecido como composto mercadológico ou marketing-mix, o composto mercadológico é um conjunto de ferramentas que propiciam as ações de marketing. É formada por: Produtos, preço, praça e promoção.

Produto: São as características de qualquer bem, serviço, ideia, pessoa, instituição, etc. que potencialmente possui valor de troca. Entre essas características estão o design do produto em si, a embalagem, suas cores, seu aroma, sabor, a tipologia dos rótulos, entre outros.

Preço: São as variáveis que refletem o custo do produto para o consumidor, com o preço propriamente dito, condições de pagamento, aceitação ou não de cartões de crédito, entre outros.

Praça: é tudo o que se relaciona a distribuição, localização física e logística envolvida para fazer um produto chegar às mãos do consumidor.

Promoção: É o processo de comunicação ativa dos atributos e benefícios de um produto para o mercado-alvo pretendido. Para tanto, envolve a criação e veiculação de propaganda, relações públicas, além de venda pessoal.

Com relação a **produtos**, a pomar trabalha com uma linha de produtos expandida, com o intuito de acrescentar novos sabores de polpas de frutas e verduras em sua linha de produtos já existentes.

Seus produtos são bem aceitos pelos consumidores, pois, são de excelente qualidade, assim, conquistando e atraindo novos clientes. Para melhor atender os seus consumidores, estão sendo feitas novas estratégias em todos os setores da empresa.

Já no **preço**, a pomar não possui uma estratégia e procedimento de preços, eles se baseiam em critérios de qualidade. Os produtos são aceitos pelos clientes através de benefícios que as polpas oferecem. Não possui o conhecimento de elasticidade de preços e demanda. Para melhorar o conhecimento de preço, sugere-se uma pesquisa de mercado, para ter uma visão ampliada de como os seus produtos estão sendo aceitos no mercado em comparação com a concorrência.

Com base na **praça**, os objetivos e critérios são os de ampliar a sua variedade de produtos e serviços (cobertura), fazendo com que quem ainda não conhece seus produtos, passe a conhecer.

Na **promoção**, não são utilizados campanha de divulgação como radio, televisão, mas sim marketing direto, plotagem em carros, e-mails, entre outros. Não tem custos com propagandas, pois não são feitos investimentos em anúncios, mas acreditam no marketing viral (boca a boca).

Esta empresa poderia investir mais em marketing, principalmente em propagandas, pois, assim consegue despertar a curiosidade, o interesse e o desejo dos consumidores, fazendo com que estes sejam atraídos pelo conjunto de atrativos oferecidos pela empresa.

7 INTRODUÇÃO A ESTATÍSTICA

Parte da matemática em que se investigam os processos de obtenção, organização e análise de dados sobre uma população ou sobre uma coleção de seres quaisquer, e os métodos de tirar conclusões e fazer ilações ou predições com base nesses dados.

(Dicionário Aurélio portátil.exe, Versão 5.0)

Há três ramos principais da estatística: a estatística descritiva, que envolve a organização e a sumarização dos dados; a teoria da probabilidade, que proporciona uma base racional para lidar com situações influenciadas por fatores relacionados com o acaso; e a teoria da interferência, que envolve análise e interpretação de amostras.

Alguns conhecimentos de estatística auxilia-nos a compreender apresentações estatística, pode minimizar os riscos de serem iludidos por dados estatístico e, de modo geral, constitui um valioso instrumento para a tomada de decisão. Uma característica importante da estatística é o uso de modelos. Este é uma versão simplificada de algum problema ou situação da vida real destinado a ilustrar certos aspectos do problema sem levar em conta todos os detalhes.

Algumas praticas estatísticas incluem, por exemplo, o planejamento, a sumarização e a interpretação de observações. Dado que o objetivo da estatística é a produção de melhor informação possível a partir dos dados disponíveis, alguns autores sugerem que a estatística é um ramo da teoria da decisão.

Desta forma, a estatística poderá ser utilizada nas compras para se verificar qual a época mensal ou anual e menor volumes, nas vendas, com a verificação de maior e menor volumes vendidos dentro da semana, mês, semestre, ano, por cliente, por determinado segmento, etc.

A qualidade do processo corresponde ao nível utilizado na implantação de um processo aceitável e na produção dos artefatos. Esse processo inclui medições e critérios de qualidade.

A avaliação de qualidade das organizações divide-se em cinco capítulos:

- Introdução.
- Avaliação.
- Qualidade.
- Análise de valor.

- Conclusão.

Com esta publicação pretende atingir os seguintes objetivos:

- Verificar a importância da avaliação nas melhorias das performances das organizações.
- Reconhecer a qualidade nos serviços que se prestam, quer se trate de um serviço público ou uma organização privada.
- Aceitar a análise do valor como uma aliada de peso na vida das organizações.
- Reconhecer a importância do estilo de direção de uma organização para a sua evolução e sobrevivência, considerando que o estilo de direção de uma organização, depende de vários fatores, nomeadamente do tipo de organização, planeamento e tipo de controlo que se pretende.

Baseando-se em estatística, a empresa POMAR está bastante atenta as mudanças de mercado a fim de tomar decisões certas, que leva a empresa a situações favoráveis e a forma mais rápida de ter essas informações é por meio de ferramentas de comunicação como TV, radio, internet, etc. Porém é preciso estar bem atento ao excesso de informação e principalmente a informação enganosas.

A estatística auxilia na tomada de decisão da empresa oferecendo informações, tais como: venda clima, consumidor alvo que são bastante importantes para serem traçadas as estratégias. Se guiar por pesquisa estatística reais é aumentar significativamente a possibilidade de tomar decisões certas.

A Avaliação de Qualidade da POMAR, tem por sua vez a visão de estar sempre aprimorando a qualidade do produto, atendimento, recursos humanos e tecnologia. Sem essa avaliação fica muito mais fácil haver desperdícios, desorganização e até inviabilidade. Entretanto a estatística é uma ferramenta que nos indica tecnicamente o melhor a ser feito.

O Controle de Qualidade da empresa visitada é feito de forma interna, ou seja, sabem do aumento ou diminuição das vendas através da comparação de dados históricos. Esses dados são feitos comparando alguns fatores como época do ano, pois, existe uma variação em relação ao clima que pode aumentar ou diminuir a colheita de frutas, como também a venda do produto. Um exemplo disso é o verão, pois, aumenta a saída de suco.

REFERÊNCIAS

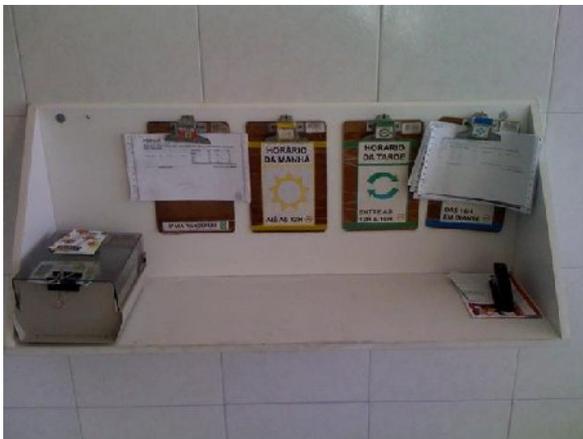
- BEUREN, Ilse M. et al. **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade**: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2003.
- FACHIN, Odília. **Fundamentos de metodologia**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2002.
- GONÇALVES, H. A. **Manual de artigos científicos**. São Paulo: Avercamp, 2004.
- MEDEIROS, João Bosco. **Redação científica**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2004.
- RODRIGUES, Auro de Jesus. **Metodologia científica**. São Paulo: Avercamp, 2006.
- SECAF, Vitória. **Artigo científico**: do desafio à conquista. São Paulo: Reis Editorial, 2000.
- TRANSLATION, Infinite. T. **Como escrever um artigo científico ou técnico** 2006. Disponível em: <www.infinitetrans.com>. Acessado em: 11 fev. 2007;
- UBIRAJARA, Eduardo. **Guia para monografia**. Aracaju: FANESE, 2006. (caderno)
- UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ. **Normas para apresentação de documentos científicos**: periódicos e artigos de periódicos. n. 4. Curitiba: Editora UFPR, 2000.
- HUNTES, C. James. **O monge e o executivo**.
- Apostila Comunicação Empresarial**: Moacir Araújo de Souza. 2009/2
- Apostila Processos em Gestão Empresarial**: Moacir Araújo de Souza. 2010/1
- Psicologia Aplicada a Administração**: web FANESE. 2010/1
- Dicionário Aurélio portátil.exe, **Versão 5.0**. EMPRESA, POSITIVO

ANEXOS

ANEXO I

ANEXO A
Fotos dos setores da empresa











ANEXO B

Tabela de Valores

 <p>Pomarp POLPAS DE FRUTAS</p> <table border="0"> <tr><td>Abacaxi - 0,35</td><td>Jenipapo - 0,35</td></tr> <tr><td>Açaí - 0,70</td><td>manga - 0,35</td></tr> <tr><td>Acerola - 0,35</td><td>Mangaba - 0,50</td></tr> <tr><td>Ameixa - 0,55</td><td>Maracujá - 0,60</td></tr> <tr><td>Cacau - 0,45</td><td>Morango - 0,60</td></tr> <tr><td>Cajá - 0,50</td><td>Pitanga - 0,45</td></tr> <tr><td>Caju - 0,35</td><td>Tamarindo - 0,35</td></tr> <tr><td>Cupuçu - 0,80</td><td>Tangerina - 0,40</td></tr> <tr><td>Goiaba - 0,35</td><td>Umbu - 0,35</td></tr> <tr><td>Graviola - 0,50</td><td>Umbu-Cajá - 0,35</td></tr> </table> <p>pomardobrasil@hotmail.com www.aracaju.com/pomar</p> <p>3249 5550 ENTREGA EM DOMICÍLIO</p> <p>RESIDÊNCIA</p>	Abacaxi - 0,35	Jenipapo - 0,35	Açaí - 0,70	manga - 0,35	Acerola - 0,35	Mangaba - 0,50	Ameixa - 0,55	Maracujá - 0,60	Cacau - 0,45	Morango - 0,60	Cajá - 0,50	Pitanga - 0,45	Caju - 0,35	Tamarindo - 0,35	Cupuçu - 0,80	Tangerina - 0,40	Goiaba - 0,35	Umbu - 0,35	Graviola - 0,50	Umbu-Cajá - 0,35	 <p>Pomarp POLPAS DE FRUTAS</p> <table border="0"> <tr><td>Abacaxi - 0,35</td><td>Jenipapo - 0,35</td></tr> <tr><td>Açaí - 0,70</td><td>manga - 0,35</td></tr> <tr><td>Acerola - 0,35</td><td>Mangaba - 0,50</td></tr> <tr><td>Ameixa - 0,55</td><td>Maracujá - 0,60</td></tr> <tr><td>Cacau - 0,45</td><td>Morango - 0,60</td></tr> <tr><td>Cajá - 0,50</td><td>Pitanga - 0,45</td></tr> <tr><td>Caju - 0,35</td><td>Tamarindo - 0,35</td></tr> <tr><td>Cupuçu - 0,80</td><td>Tangerina - 0,40</td></tr> <tr><td>Goiaba - 0,35</td><td>Umbu - 0,35</td></tr> <tr><td>Graviola - 0,50</td><td>Umbu-Cajá - 0,35</td></tr> </table> <p>pomardobrasil@hotmail.com www.aracaju.com/pomar</p> <p>3249 5550 ENTREGA EM DOMICÍLIO</p> <p>RESIDÊNCIA</p>	Abacaxi - 0,35	Jenipapo - 0,35	Açaí - 0,70	manga - 0,35	Acerola - 0,35	Mangaba - 0,50	Ameixa - 0,55	Maracujá - 0,60	Cacau - 0,45	Morango - 0,60	Cajá - 0,50	Pitanga - 0,45	Caju - 0,35	Tamarindo - 0,35	Cupuçu - 0,80	Tangerina - 0,40	Goiaba - 0,35	Umbu - 0,35	Graviola - 0,50	Umbu-Cajá - 0,35	 <p>Pomarp POLPAS DE FRUTAS</p> <table border="0"> <tr><td>Abacaxi - 0,35</td><td>Jenipapo - 0,35</td></tr> <tr><td>Açaí - 0,70</td><td>manga - 0,35</td></tr> <tr><td>Acerola - 0,35</td><td>Mangaba - 0,50</td></tr> <tr><td>Ameixa - 0,55</td><td>Maracujá - 0,60</td></tr> <tr><td>Cacau - 0,45</td><td>Morango - 0,60</td></tr> <tr><td>Cajá - 0,50</td><td>Pitanga - 0,45</td></tr> <tr><td>Caju - 0,35</td><td>Tamarindo - 0,35</td></tr> <tr><td>Cupuçu - 0,80</td><td>Tangerina - 0,40</td></tr> <tr><td>Goiaba - 0,35</td><td>Umbu - 0,35</td></tr> <tr><td>Graviola - 0,50</td><td>Umbu-Cajá - 0,35</td></tr> </table> <p>pomardobrasil@hotmail.com www.aracaju.com/pomar</p> <p>3249 5550 ENTREGA EM DOMICÍLIO</p> <p>RESIDÊNCIA</p>	Abacaxi - 0,35	Jenipapo - 0,35	Açaí - 0,70	manga - 0,35	Acerola - 0,35	Mangaba - 0,50	Ameixa - 0,55	Maracujá - 0,60	Cacau - 0,45	Morango - 0,60	Cajá - 0,50	Pitanga - 0,45	Caju - 0,35	Tamarindo - 0,35	Cupuçu - 0,80	Tangerina - 0,40	Goiaba - 0,35	Umbu - 0,35	Graviola - 0,50	Umbu-Cajá - 0,35	 <p>Pomarp POLPAS DE FRUTAS</p> <table border="0"> <tr><td>Abacaxi - 0,35</td><td>Jenipapo - 0,35</td></tr> <tr><td>Açaí - 0,70</td><td>manga - 0,35</td></tr> <tr><td>Acerola - 0,35</td><td>Mangaba - 0,50</td></tr> <tr><td>Ameixa - 0,55</td><td>Maracujá - 0,60</td></tr> <tr><td>Cacau - 0,45</td><td>Morango - 0,60</td></tr> <tr><td>Cajá - 0,50</td><td>Pitanga - 0,45</td></tr> <tr><td>Caju - 0,35</td><td>Tamarindo - 0,35</td></tr> <tr><td>Cupuçu - 0,80</td><td>Tangerina - 0,40</td></tr> <tr><td>Goiaba - 0,35</td><td>Umbu - 0,35</td></tr> <tr><td>Graviola - 0,50</td><td>Umbu-Cajá - 0,35</td></tr> </table> <p>pomardobrasil@hotmail.com www.aracaju.com/pomar</p> <p>3249 5550 ENTREGA EM DOMICÍLIO</p> <p>RESIDÊNCIA</p>	Abacaxi - 0,35	Jenipapo - 0,35	Açaí - 0,70	manga - 0,35	Acerola - 0,35	Mangaba - 0,50	Ameixa - 0,55	Maracujá - 0,60	Cacau - 0,45	Morango - 0,60	Cajá - 0,50	Pitanga - 0,45	Caju - 0,35	Tamarindo - 0,35	Cupuçu - 0,80	Tangerina - 0,40	Goiaba - 0,35	Umbu - 0,35	Graviola - 0,50	Umbu-Cajá - 0,35
Abacaxi - 0,35	Jenipapo - 0,35																																																																																		
Açaí - 0,70	manga - 0,35																																																																																		
Acerola - 0,35	Mangaba - 0,50																																																																																		
Ameixa - 0,55	Maracujá - 0,60																																																																																		
Cacau - 0,45	Morango - 0,60																																																																																		
Cajá - 0,50	Pitanga - 0,45																																																																																		
Caju - 0,35	Tamarindo - 0,35																																																																																		
Cupuçu - 0,80	Tangerina - 0,40																																																																																		
Goiaba - 0,35	Umbu - 0,35																																																																																		
Graviola - 0,50	Umbu-Cajá - 0,35																																																																																		
Abacaxi - 0,35	Jenipapo - 0,35																																																																																		
Açaí - 0,70	manga - 0,35																																																																																		
Acerola - 0,35	Mangaba - 0,50																																																																																		
Ameixa - 0,55	Maracujá - 0,60																																																																																		
Cacau - 0,45	Morango - 0,60																																																																																		
Cajá - 0,50	Pitanga - 0,45																																																																																		
Caju - 0,35	Tamarindo - 0,35																																																																																		
Cupuçu - 0,80	Tangerina - 0,40																																																																																		
Goiaba - 0,35	Umbu - 0,35																																																																																		
Graviola - 0,50	Umbu-Cajá - 0,35																																																																																		
Abacaxi - 0,35	Jenipapo - 0,35																																																																																		
Açaí - 0,70	manga - 0,35																																																																																		
Acerola - 0,35	Mangaba - 0,50																																																																																		
Ameixa - 0,55	Maracujá - 0,60																																																																																		
Cacau - 0,45	Morango - 0,60																																																																																		
Cajá - 0,50	Pitanga - 0,45																																																																																		
Caju - 0,35	Tamarindo - 0,35																																																																																		
Cupuçu - 0,80	Tangerina - 0,40																																																																																		
Goiaba - 0,35	Umbu - 0,35																																																																																		
Graviola - 0,50	Umbu-Cajá - 0,35																																																																																		
Abacaxi - 0,35	Jenipapo - 0,35																																																																																		
Açaí - 0,70	manga - 0,35																																																																																		
Acerola - 0,35	Mangaba - 0,50																																																																																		
Ameixa - 0,55	Maracujá - 0,60																																																																																		
Cacau - 0,45	Morango - 0,60																																																																																		
Cajá - 0,50	Pitanga - 0,45																																																																																		
Caju - 0,35	Tamarindo - 0,35																																																																																		
Cupuçu - 0,80	Tangerina - 0,40																																																																																		
Goiaba - 0,35	Umbu - 0,35																																																																																		
Graviola - 0,50	Umbu-Cajá - 0,35																																																																																		
 <p>Pomarp POLPAS DE FRUTAS</p> <table border="0"> <tr><td>Abacaxi - 0,35</td><td>Jenipapo - 0,35</td></tr> <tr><td>Açaí - 0,70</td><td>manga - 0,35</td></tr> <tr><td>Acerola - 0,35</td><td>Mangaba - 0,50</td></tr> <tr><td>Ameixa - 0,55</td><td>Maracujá - 0,60</td></tr> <tr><td>Cacau - 0,45</td><td>Morango - 0,60</td></tr> <tr><td>Cajá - 0,50</td><td>Pitanga - 0,45</td></tr> <tr><td>Caju - 0,35</td><td>Tamarindo - 0,35</td></tr> <tr><td>Cupuçu - 0,80</td><td>Tangerina - 0,40</td></tr> <tr><td>Goiaba - 0,35</td><td>Umbu - 0,35</td></tr> <tr><td>Graviola - 0,50</td><td>Umbu-Cajá - 0,35</td></tr> </table> <p>pomardobrasil@hotmail.com www.aracaju.com/pomar</p> <p>3249 5550 ENTREGA EM DOMICÍLIO</p> <p>RESIDÊNCIA</p>	Abacaxi - 0,35	Jenipapo - 0,35	Açaí - 0,70	manga - 0,35	Acerola - 0,35	Mangaba - 0,50	Ameixa - 0,55	Maracujá - 0,60	Cacau - 0,45	Morango - 0,60	Cajá - 0,50	Pitanga - 0,45	Caju - 0,35	Tamarindo - 0,35	Cupuçu - 0,80	Tangerina - 0,40	Goiaba - 0,35	Umbu - 0,35	Graviola - 0,50	Umbu-Cajá - 0,35	 <p>Pomarp POLPAS DE FRUTAS</p> <table border="0"> <tr><td>Abacaxi - 0,35</td><td>Jenipapo - 0,35</td></tr> <tr><td>Açaí - 0,70</td><td>manga - 0,35</td></tr> <tr><td>Acerola - 0,35</td><td>Mangaba - 0,50</td></tr> <tr><td>Ameixa - 0,55</td><td>Maracujá - 0,60</td></tr> <tr><td>Cacau - 0,45</td><td>Morango - 0,60</td></tr> <tr><td>Cajá - 0,50</td><td>Pitanga - 0,45</td></tr> <tr><td>Caju - 0,35</td><td>Tamarindo - 0,35</td></tr> <tr><td>Cupuçu - 0,80</td><td>Tangerina - 0,40</td></tr> <tr><td>Goiaba - 0,35</td><td>Umbu - 0,35</td></tr> <tr><td>Graviola - 0,50</td><td>Umbu-Cajá - 0,35</td></tr> </table> <p>pomardobrasil@hotmail.com www.aracaju.com/pomar</p> <p>3249 5550 ENTREGA EM DOMICÍLIO</p> <p>RESIDÊNCIA</p>	Abacaxi - 0,35	Jenipapo - 0,35	Açaí - 0,70	manga - 0,35	Acerola - 0,35	Mangaba - 0,50	Ameixa - 0,55	Maracujá - 0,60	Cacau - 0,45	Morango - 0,60	Cajá - 0,50	Pitanga - 0,45	Caju - 0,35	Tamarindo - 0,35	Cupuçu - 0,80	Tangerina - 0,40	Goiaba - 0,35	Umbu - 0,35	Graviola - 0,50	Umbu-Cajá - 0,35	 <p>Pomarp POLPAS DE FRUTAS</p> <table border="0"> <tr><td>Abacaxi - 0,35</td><td>Jenipapo - 0,35</td></tr> <tr><td>Açaí - 0,70</td><td>manga - 0,35</td></tr> <tr><td>Acerola - 0,35</td><td>Mangaba - 0,50</td></tr> <tr><td>Ameixa - 0,55</td><td>Maracujá - 0,60</td></tr> <tr><td>Cacau - 0,45</td><td>Morango - 0,60</td></tr> <tr><td>Cajá - 0,50</td><td>Pitanga - 0,45</td></tr> <tr><td>Caju - 0,35</td><td>Tamarindo - 0,35</td></tr> <tr><td>Cupuçu - 0,80</td><td>Tangerina - 0,40</td></tr> <tr><td>Goiaba - 0,35</td><td>Umbu - 0,35</td></tr> <tr><td>Graviola - 0,50</td><td>Umbu-Cajá - 0,35</td></tr> </table> <p>pomardobrasil@hotmail.com www.aracaju.com/pomar</p> <p>3249 5550 ENTREGA EM DOMICÍLIO</p> <p>RESIDÊNCIA</p>	Abacaxi - 0,35	Jenipapo - 0,35	Açaí - 0,70	manga - 0,35	Acerola - 0,35	Mangaba - 0,50	Ameixa - 0,55	Maracujá - 0,60	Cacau - 0,45	Morango - 0,60	Cajá - 0,50	Pitanga - 0,45	Caju - 0,35	Tamarindo - 0,35	Cupuçu - 0,80	Tangerina - 0,40	Goiaba - 0,35	Umbu - 0,35	Graviola - 0,50	Umbu-Cajá - 0,35	 <p>Pomarp POLPAS DE FRUTAS</p> <table border="0"> <tr><td>Abacaxi - 0,35</td><td>Jenipapo - 0,35</td></tr> <tr><td>Açaí - 0,70</td><td>manga - 0,35</td></tr> <tr><td>Acerola - 0,35</td><td>Mangaba - 0,50</td></tr> <tr><td>Ameixa - 0,55</td><td>Maracujá - 0,60</td></tr> <tr><td>Cacau - 0,45</td><td>Morango - 0,60</td></tr> <tr><td>Cajá - 0,50</td><td>Pitanga - 0,45</td></tr> <tr><td>Caju - 0,35</td><td>Tamarindo - 0,35</td></tr> <tr><td>Cupuçu - 0,80</td><td>Tangerina - 0,40</td></tr> <tr><td>Goiaba - 0,35</td><td>Umbu - 0,35</td></tr> <tr><td>Graviola - 0,50</td><td>Umbu-Cajá - 0,35</td></tr> </table> <p>pomardobrasil@hotmail.com www.aracaju.com/pomar</p> <p>3249 5550 ENTREGA EM DOMICÍLIO</p> <p>RESIDÊNCIA</p>	Abacaxi - 0,35	Jenipapo - 0,35	Açaí - 0,70	manga - 0,35	Acerola - 0,35	Mangaba - 0,50	Ameixa - 0,55	Maracujá - 0,60	Cacau - 0,45	Morango - 0,60	Cajá - 0,50	Pitanga - 0,45	Caju - 0,35	Tamarindo - 0,35	Cupuçu - 0,80	Tangerina - 0,40	Goiaba - 0,35	Umbu - 0,35	Graviola - 0,50	Umbu-Cajá - 0,35
Abacaxi - 0,35	Jenipapo - 0,35																																																																																		
Açaí - 0,70	manga - 0,35																																																																																		
Acerola - 0,35	Mangaba - 0,50																																																																																		
Ameixa - 0,55	Maracujá - 0,60																																																																																		
Cacau - 0,45	Morango - 0,60																																																																																		
Cajá - 0,50	Pitanga - 0,45																																																																																		
Caju - 0,35	Tamarindo - 0,35																																																																																		
Cupuçu - 0,80	Tangerina - 0,40																																																																																		
Goiaba - 0,35	Umbu - 0,35																																																																																		
Graviola - 0,50	Umbu-Cajá - 0,35																																																																																		
Abacaxi - 0,35	Jenipapo - 0,35																																																																																		
Açaí - 0,70	manga - 0,35																																																																																		
Acerola - 0,35	Mangaba - 0,50																																																																																		
Ameixa - 0,55	Maracujá - 0,60																																																																																		
Cacau - 0,45	Morango - 0,60																																																																																		
Cajá - 0,50	Pitanga - 0,45																																																																																		
Caju - 0,35	Tamarindo - 0,35																																																																																		
Cupuçu - 0,80	Tangerina - 0,40																																																																																		
Goiaba - 0,35	Umbu - 0,35																																																																																		
Graviola - 0,50	Umbu-Cajá - 0,35																																																																																		
Abacaxi - 0,35	Jenipapo - 0,35																																																																																		
Açaí - 0,70	manga - 0,35																																																																																		
Acerola - 0,35	Mangaba - 0,50																																																																																		
Ameixa - 0,55	Maracujá - 0,60																																																																																		
Cacau - 0,45	Morango - 0,60																																																																																		
Cajá - 0,50	Pitanga - 0,45																																																																																		
Caju - 0,35	Tamarindo - 0,35																																																																																		
Cupuçu - 0,80	Tangerina - 0,40																																																																																		
Goiaba - 0,35	Umbu - 0,35																																																																																		
Graviola - 0,50	Umbu-Cajá - 0,35																																																																																		
Abacaxi - 0,35	Jenipapo - 0,35																																																																																		
Açaí - 0,70	manga - 0,35																																																																																		
Acerola - 0,35	Mangaba - 0,50																																																																																		
Ameixa - 0,55	Maracujá - 0,60																																																																																		
Cacau - 0,45	Morango - 0,60																																																																																		
Cajá - 0,50	Pitanga - 0,45																																																																																		
Caju - 0,35	Tamarindo - 0,35																																																																																		
Cupuçu - 0,80	Tangerina - 0,40																																																																																		
Goiaba - 0,35	Umbu - 0,35																																																																																		
Graviola - 0,50	Umbu-Cajá - 0,35																																																																																		

ANEXO F
Plano Odontológico

ODONTO SYSTEM (Plano Odontológico)

Consultório Cirurgião Dentista Rua João Quintiliano 238 bairro centro da cidade, de frente a rodoviária velha, em cima da Cinge **tel: 3 2 2 2 6 8 8 8**

RESPONSÁVEL	DADOS	DEPENDENTES
Agricelio Souza Dantas	Rg:1537385 Cpf: End: Rua N 182, Loteamento Isabel Martins Tel: 9999 1699	Daniela Vieira dos Santos Vitor Vieira Dantas
Vanderlei Nascimento Santos	Rg: 1203082 Cpf: End: Rua 30, 974, João Alves Tel:3254 1239/ 9998 0959	
Lenaldo de Santana Alves	Rg:936606 Cpf: End:Rua C, 85,Cond. Jaçanãs Bl 05 Apt.04, Orlando Dantas Tel:9996 4961	Emersom de Santana Alves Josivania Santos de Santana Maria Ednice da Silva Alves Leandro
Agnaldo Oliveira França	Rg:3248784-3 Cpf: End:Rua Corretor Otoniel, 148, Santos Dumont Tel: 9991 7686	Ginelma Macedo Neta Bruna Macedo França Roberto Barreto de Melo Edvania Brito Silva Josenice Santos de Santana Joselma Dos Santos Faria RG-1426168 CPF-11706094736
Renilsom dos Santos	RG: 2185305-3 CPF: End. Travessa K, 142 Inácio Barbosa Tel:8152 9960	Alessandro Messias Santos R.G 3.354.265-1 CPF: 033.748.345-07
Gleidsom Francisco Rock	Rg:1517586 CPF: End.:Rua Manuel Santos Silva,32, Castelo Branco 1 Tel:3259 4643	Maria Izabel Souza
Alex dos Santos Paulino	Rg:2 179 291 -7 CPF: Rua E, 139, bairro São Conrado Tel:	Erisvaldo dos Santos Paulino

ANEXO II

ANEXO A
Questões Investigativas

QUESTÕES INVESTIGATIVAS PG – 2º PERÍODO

1. CARACTERIZAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO

- 1.1. Descrição da Organização
 - 1.1.1. Razão Social/Nome Fantasia
 - 1.1.2. CNPJ ou IE
 - 1.1.3. Forma jurídica
 - 1.1.4. Localização
 - 1.1.5. Ramo de Atuação / principais mercados
 - 1.1.6. Porte da empresa (segundo quantidade de empregados)
- 1.2. Histórico da organização
 - 1.2.1. Data de Constituição
 - 1.2.2. Breve histórico
 - 1.2.3. Público - alvo
 - 1.2.4. Organograma
 - 1.2.5. Missão / Visão
- 1.3. Principais produtos / serviços oferecidos
- 1.4. Principais concorrentes da organização e aspectos relevantes de cada um.

2. ASPECTOS RELACIONADOS À DISCIPLINA PROCESSOS EM GESTÃO EMPRESARIAL

- 2.1. Quais as medidas que o gestor deve adotar para gerir o conhecimento e a informação dentro de uma empresa e quais os reflexos dessa gestão para o exercício da liderança e a organização como um todo?
- 2.2. Sendo o recrutamento e a seleção de pessoas uma atividade comum às organizações, comente acerca dos resultados da escolha dos membros do time, relacionando-a com os destinos da organização?
- 2.3. De que forma a prática da qualidade pode influir nos processos decisórios e de negociação de uma organização, culminando com o cumprimento da legislação e a consequente construção de resultados sustentáveis?

3. ASPECTOS RELACIONADOS À DISCIPLINA ANÁLISE ESTATÍSTICA

- 3.1. Jornais, televisão, rádio, revistas e outros meios de comunicação nos bombardeiam, diariamente, com notícias, baseadas em estatísticas, como se fossem verdades absolutas. Nessa hora, provavelmente, você sente a importância de ser capaz de avaliar corretamente o que lhe dizem?
- 3.2. A Estatística pode ajudar você a reagir de modo inteligente às informações que lê ou escuta?
- 3.3. A Estatística está toda ela em volta de você, algumas vezes usada de modo adequado, outras vezes não. Você acredita que a Estatística pode auxiliar a sua tomada de decisões?
- 3.4. Você já ouviu falar em Controle Estatístico da Qualidade?

3.5. Você acredita que a avaliação da Qualidade de um processo é um aspecto muito importante, para a sobrevivência e crescimento de uma organização?

4. ASPECTOS RELACIONADOS À DISCIPLINA MATEMÁTICA BÁSICA

4.1. Elaborar um questionário para levantar características dos consumidores do principal produto da empresa. Quais são os desejos e necessidades que o consumidor tem?

4.2. Estabelecer uma lei de correspondência entre a produção e demanda mensal para um determinado produto. Que variáveis estão envolvidas nesse estudo?

4.3. Representar graficamente o custo total de produção para um período de doze meses. O gráfico apresentado representa uma função?

5. ASPECTOS RELACIONADOS À DISCIPLINA PSICOLOGIA APLICADA À ADMINISTRAÇÃO

5.1. Como o indivíduo é visto dentro da organização?

5.2. Quais as formas de condicionamento utilizado pelo RH para os colaboradores da organização? E em quais situações ele é usado?

5.3. Qual a postura adotada pela liderança em relação aos colaboradores? Como são trabalhadas as relações interpessoais e os conflitos? Existe preocupação em desenvolver a competência interpessoal através de *feedback*, empatia, autoconhecimento e conhecimento do outro?

5.4. Qual a postura do RH para com seus colaboradores?

5.5. Existe uma política organizacional de assistência ou prevenção à Saúde Mental dos colaboradores?

6. ASPECTOS RELACIONADOS À DISCIPLINA FUNDAMENTOS DE MARKETING

6.1. Quais os principais fatos e tendências do macro-ambiente que apresentam oportunidades ou ameaças à empresa pesquisada e como ela tem reagido a eles?

6.2. Analise se a empresa esta trabalhando sob segmentação de mercado, qual a opção escolhida e por quê?

6.3. Faça uma análise das funções de marketing da empresa pesquisada e justifique sua análise.

Produto (variedade de produtos, design, qualidade, características, embalagem, tamanho, garantias, nome da marca...)	A linha de produção deve ser expandida ou reduzida? Que produtos devem ser acrescentados? Quais devem ser eliminados? Qual é o conhecimento e atitudes dos compradores sobre a qualidade, características, estilos e marcas dos produtos da empresa e dos concorrentes? Que áreas da estratégia de produto necessitam de melhorias?
Preço (preço de lista, descontos, concessões, prazo de pagamento, condições de financiamento)	Quais são os objetivos, as políticas, estratégias e procedimentos de preços? Em que amplitude o estabelecimento de preços se baseia em critérios de custo, demanda e concorrência? Os clientes vêem os preços da empresa como se estivessem de acordo com o valor de sua oferta? A administração tem conhecimento de economia (elasticidade de preços e demanda)?

Praça (canais, cobertura, locais, variedade, estoque, transporte)	Quais são os objetivos e estratégias? Existe cobertura adequada de mercado e de serviços? Qual o impacto dos novos canais de distribuição?
Promoção (promoção de vendas, publicidade, força de vendas, marketing direto)	Quais são os objetivos e estratégias? Estão bem fundamentados? O gasto em publicidade está sendo adequado? Tipos de mensagem, veículos, equipe interna. O que os clientes acham da propaganda?