

ORGANIZADORA
Narle Silva Teixeira

CADERNO DE RESUMOS

2 INTERDISCIPLINAR
Administração

 **editora
UFMS**

ORGANIZADORA
Narle Silva Teixeira

CADERNO DE RESUMOS

2 INTERDISCIPLINAR
Administração



**UNIVERSIDADE FEDERAL
DE MATO GROSSO DO SUL**

Reitora

Camila Celeste Brandão Ferreira Ítavo

Vice-Reitor

Albert Schiaveto de Souza

Obra aprovada pelo

CONSELHO EDITORIAL DA UFMS

RESOLUÇÃO Nº 331-COED/AGECOM/UFMS, DE 23
DE JANEIRO DE 2026.

Conselho Editorial

Rose Mara Pinheiro (presidente)

Adriane Angélica Farias Santos Lopes de Queiroz

Alleisa Ferreira Riquelme

Andrés Batista Cheung

Cid Naudi Silva Campos

Elizabete Aparecida Marques

Fabio Oliveira Roque

Maria Lígia Rodrigues Macedo

Ronaldo José Moraca

William Teixeira

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Coordenadoria de Bibliotecas – UFMS, Campo Grande, MS, Brasil)

Trabalhos interdisciplinares no curso de Administração [recurso eletrônico] /
organizadora, Narle Silva Teixeira. -- Campo Grande, MS : Ed. UFMS, 2025.
60 p.

Dados de acesso: <https://repositorio.ufms.br>
ISBN 978-85-7613-843-3

Caderno de resumos [do] 2. Interdisciplinar Administração (título retirado da capa).

1. Administração – Estudo e ensino. 2. Ensino superior – Pesquisa. 3. Pesquisa de mercado. 4. Planejamento empresarial. 5. Responsabilidade social. 6. Agronegócio. 7. Pesquisa de mercado. I. Leite, Emerson Figueiredo. II. Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (Campus de Aquidauana).

CDD (23) 658.007

Bibliotecária responsável: Tânia Regina de Brito – CRB 1/2.395

ORGANIZADORA
Narle Silva Teixeira

CADERNO DE RESUMOS DO II INTERDISCIPLINAR ADMINISTRAÇÃO

Campo Grande - MS
2025



© da organizadora:
Narle Silva Teixeira

1ª edição: 2025

Projeto Gráfico, Editoração Eletrônica
TIS Publicidade e Propaganda

Revisão

A revisão linguística e ortográfica
é de responsabilidade dos autores

A grafia desta obra foi atualizada conforme o Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa, de 1990, que entrou em vigor no Brasil em 1º de janeiro de 2009.

Direitos exclusivos para esta edição



Secretaria da Editora UFMS - SEDIT/AGECOM/UFMS

Av. Costa e Silva, s/nº - Bairro Universitário
Campo Grande - MS, 79070-900
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Fone: (67) 3345-7203
e-mail: sedit.agecom@ufms.br

Editora associada à



ISBN: 978-85-7613-843-3

Versão digital: abril de 2025

Obra contemplada no Edital AGECON nº 03/2024

Seleção de propostas de materiais de divulgação técnico-científica para publicação pela Editora UFMS - Fluxo Contínuo.



Este livro está sob a licença Creative Commons, que segue o princípio do acesso público à informação. O livro pode ser compartilhado desde que atribuídos os devidos créditos de autoria. Não é permitida nenhuma forma de alteração ou a sua utilização para fins comerciais. br.creativecommons.org

SUMÁRIO

Apresentação	08
--------------------	----

I. PROJETO INTERDISCIPLINAR 1:

Fundamentos de Gestão.....	11
-----------------------------------	-----------

1.1 - Banco BMG: análise de gestão, ambiente econômico e desafios em um mercado dinâmico	13
--	----

1.2 - Perspectivas da Ferrovia Centro-Atlântica S.A. no cenário logístico brasileiro: análise de gestão e potencial de crescimento	15
--	----

1.3 - Casas Bahia: uma análise preliminar de características gerais	17
---	----

1.4 - Tim S.A: uma análise da competitividade do mercado de telefonia móvel	19
---	----

1.5 - Análise das estratégias de sustentabilidade da empresa Enauta Participações S.A.....	21
--	----

1.6 - Análise das características econômicas e de gestão da empresa Vale S.A.....	23
---	----

II. PROJETO INTERDISCIPLINAR 3:

Estratégia e Pesquisa de Mercado	25
---	-----------

2.1 - Investigando a satisfação dos estudantes do curso de administração do Campus de Chapadão do Sul	27
---	----

2.2 - Avaliando a qualidade percebida nos serviços bancários da Caixa Econômica Federal: um estudo em Chapadão do Sul/MS	29
2.3 - Explorando a satisfação e qualidade de serviços em <i>fast foods</i> : um estudo no <i>fastfood</i> bar	31
2.4 - Havaianas: um estudo de um caso brasileiro de sucesso	33
2.5 - Pesquisa de satisfação na prestação de serviços de telecomunicações em Chapadão do Sul: um estudo de caso	35
2.6 - Experiência do usuário: uma avaliação do aplicativo <i>mobile</i> do Banco do Brasil	37

III. PROJETO INTERDISCIPLINAR 5:

Elaboração de Plano de Negócios.....39

3.1 - Plano de Negócios: Café com Letras	41
3.2 - Estudo de viabilidade da implantação de um parque aquático em Chapadão do Sul – MS.....	43
3.3 - Plano de Negócios: Home Care.....	45
3.4 - Plano de Negócios: Creche Peludos e Amigos.....	47
3.5 - Plano de Negócios: Glow Spa.....	49

IV. PROJETO INTERDISCIPLINAR 7:

Responsabilidade Social e Empresarial no Agronegócio.....51

4.1 - BRF S.A e sua contribuição para a responsabilidade social no setor do agroindustrial.....	53
---	----

4.2 - Responsabilidade Social e Empresarial no agronegócio: um estudo de caso da empresa Cargill	55
4.3 - Responsabilidade Social nas Empresas do Agronegócio Brasileiro: Estudo de Caso da SLC Agrícola	56
4.4 - Nestlé: a sua responsabilidade social e empresarial e a gestão do agronegócio	57
4.5 - Um estudo sobre as ações agro sustentáveis na JBS	58
Sobre a Organizadora.....	59

APRESENTAÇÃO

Esta obra apresenta os Resumos dos trabalhos desenvolvidos pelos alunos do curso de Administração do Campus de Chapadão do Sul (CPCS) durante o Projeto de Ensino de Graduação (PEG) intitulado “II Interdisciplinar Administração”.

Iniciado no primeiro semestre letivo de 2023, o projeto para desenvolvimento de trabalhos interdisciplinares no curso de administração foi uma iniciativa coletiva do corpo docente do curso quando implementou o novo currículo e projeto pedagógico, dado pela Resolução nº 663-COGRAD/UFMS, de 30 de novembro de 2022.

Com o objetivo de contribuir para a percepção dos alunos quanto à conexão das disciplinas estudadas, o I Interdisciplinar abrangeu todos os períodos ofertados em 2023/1, a saber: primeiro, terceiro, quinto e sétimo da matriz curricular. O grupo de professores de cada período desenhou um trabalho interdisciplinar conectando as disciplinas ofertadas e ao longo de todo o semestre foi conduzindo e orientando a produção dos trabalhos em sala de aula, conforme os assuntos correlatos iam sendo ministrados.

Desenvolvidos por equipes de acadêmicos em cada turma, todos os trabalhos foram apresentados em auditório no evento denominado I Semana de Trabalhos Interdisciplinares do Curso de Administração, em junho de 2023. Esta importante socialização foi organizada em 4 dias de atividades intensas, de modo que todos os alunos do curso assistiram as apresentações. Por fim, foi dada uma menção honrosa às apresentações mais bem avaliadas de cada período, conforme apreciação dos próprios alunos.

Percebida a aprendizagem significativa gerada para os alunos e corpo docente com a realização dessa primeira experiência, no ano de 2024 foi oficiado como PEG o II Interdisciplinar Administração. Da mesma forma, todos os períodos realizaram o trabalho sendo revista a quantidade de disciplinas integrantes para mínimo de 2 e máximo de 4. Ainda como melhoria contínua do projeto, contou-se na semana de apresentações com a avaliação de dois convidados para cada noite de apresentação, sendo 1 professor do curso não relacionado ao trabalho e 1 convidado externo com conhecimento profissional no tema em questão.

Assim, no II Interdisciplinar Administração foram 22 trabalhos desenvolvidos e apresentados por 132 acadêmicos do curso, organizados pelos seguintes temas:

- Projeto Interdisciplinar 1 (1º período): Fundamentos de Gestão;
- Projeto Interdisciplinar 3 (3º período): Estratégia e Pesquisa de Mercado;
- Projeto Interdisciplinar 5 (5º período): Elaboração de Plano de Negócios;
- Projeto Interdisciplinar 7 (7º período): Responsabilidade Social e Empresarial no Agronegócio.

Para a produção dos trabalhos os alunos receberam um descritivo elaborado pelos professores constando toda orientação necessária, bem como prazos e formas de entregas. As apresentações foram realizadas em quatro dias, de 17 a 20 de junho no auditório do CPCS, iniciando pelas turmas mais avançadas no curso.

Por se tratar de um PEG, para conduzir os trabalhos a equipe organizadora foi composta pela professora coordenadora e seis acadêmicas de diferentes períodos do curso de administração, que além de auxiliar nos processos operacionais, contribuíram com o planejamento e tomada de decisão considerando a visão dos alunos.

Por fim, esta obra concretiza um projeto delineado e realizado por docentes e discentes na busca da implementação de iniciativas teóricas, metodológicas e práticas com vistas à melhoria do processo de ensino e aprendizagem que, além de dinamizar os componentes curriculares do curso, tem se mostrando uma contribuição significativa para o desenvolvimento acadêmico profissional dos alunos de graduação.

A organizadora

I. PROJETO INTERDISCIPLINAR

1: FUNDAMENTOS DE GESTÃO

Destinado aos acadêmicos de primeiro período do curso, o Interdisciplinar 1 foi intitulado “Fundamentos de Gestão” e envolveu três disciplinas, a saber: Fundamentos de Administração, Economia & Negócios, Introdução à Contabilidade.

O objetivo do trabalho foi realizar uma análise de uma empresa listada na B3 considerando os seguintes tópicos de leitura teórica por disciplina:

1. Características da organização e gestão (Fundamentos de Administração).

- Levantamento histórico e evolutivo da organização até a atualidade; produtos e ou serviços oferecidos; missão, visão e valores da instituição.
- Estrutura organizacional e suas funcionalidades.
- Ações estratégicas de mercado desenvolvidas. Análise de mercado da empresa baseado nas 5 Forças de Porter.

2. Análise do ambiente econômico (Economia & Negócios)

- Características do ambiente econômico e análise do setor onde a empresa está inserida;
- Custos de produção e caracterização da estrutura de mercado;
- Externalidades e ações tomadas pela empresa.

3. Introdução à Contabilidade

- A importância das demonstrações contábeis/financeiras;
- Análise do desempenho a partir das principais demonstrações contábeis: Balanço patrimonial (BP) e Demonstração do resultado do exercício (DRE).

Nas considerações finais do trabalho foi solicitado uma reflexão após a observação crítica do trajeto e seus resultados, ressaltando como os objetivos foram atendidos e as fragilidades e potencialidades percebidas no processo.

Vale ressaltar que esta foi a primeira experiência com pesquisa e produção acadêmica da turma, o que se configurou um desafio para todos, incluindo os professores envolvidos. Seis equipes de trabalho foram formadas pelos aproximados 55 alunos iniciantes no curso, culminando nos trabalhos apresentados a seguir.

BANCO BMG: ANÁLISE DE GESTÃO, AMBIENTE ECONÔMICO E DESAFIOS EM UM MERCADO DINÂMICO

*Ana Júlia Queiroz da Silva¹, Iarllly Pereira Silva¹,
Juliane Quadros dos Santos¹, Luana Marques dos Santos¹,
Maycon Elias Tedesco¹, Vitor Miguel de Paula Pastor¹,
Vitória Dias Marques¹, Alessandro Silva de Oliveira²,
Michele Aparecida Nepomuceno Pinto², Janaína Cabral da Silva².*

Resumo: O Banco BMG, uma das mais antigas instituições financeiras do Brasil, conhecida por sua adaptação estratégica e inovação. Inicialmente focado no crédito predial, o BMG expandiu suas operações para incluir crédito consignado e investimentos significativos em tecnologias digitais e parcerias estratégicas. Nesse contexto, o objetivo geral desta pesquisa é realizar uma análise da organização, gestão, ambiente econômico e contabilidade do Banco BMG, explorando os fatores que contribuem para sua gestão e os desafios enfrentados em um mercado dinâmico e competitivo. Metodologicamente, este é um estudo descritivo contendo partes qualitativas e quantitativas, onde foram utilizados dados secundários disponíveis na internet. Os resultados desta pesquisa revelam que o Banco BMG mantém uma estrutura organiza-

¹ Discente do curso de Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Campus Chapadão do Sul.

² Docente do curso de Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Campus Chapadão do Sul.

cional hierárquica, projetada para otimizar a eficiência operacional e facilitar a tomada de decisões estratégicas. A administração é composta por uma equipe executiva que lidera as principais iniciativas estratégicas, apoiada por chefes de departamento responsáveis pela supervisão das operações diárias. Quanto ao ambiente econômico, o BMG está inserido em um contexto marcado atrelada a política fiscal e monetária do governo brasileiro, com taxa de inflação controlada e níveis de investimento significativos. Esses elementos influenciam diretamente a oferta de crédito e os serviços financeiros oferecidos pelo banco, impactando sua rentabilidade e estratégias de crescimento. Em termos de desempenho financeiro, o Banco BMG demonstrou uma recuperação gradual, embora enfrente desafios persistentes relacionados à inadimplência e à rentabilidade comparativa. A análise comparativa com outras instituições financeiras do setor destaca tanto pontos fortes quanto áreas potenciais para melhorias estratégicas. Por fim, para manter sua posição competitiva, o Banco BMG precisa continuar investindo em inovação tecnológica, adaptando-se às mudanças regulatórias e fortalecer suas capacidades internas. Além disso, é essencial monitorar de perto o ambiente econômico e ajustar suas estratégias conforme necessário para garantir um crescimento sustentável e satisfazer as expectativas dos stakeholders.

Palavras-chave: Mercado financeiro, Análise comparativa, Inovação tecnológica, Desempenho econômico, Desafios organizacionais.

PERSPECTIVAS DA FERROVIA CENTRO-ATLÂNTICA S.A. NO CENÁRIO LOGÍSTICO BRASILEIRO: ANÁLISE DE GESTÃO E POTENCIAL DE CRESCIMENTO

*Francirose Lima Ribeiro¹, Islane Vitória da Silva¹,
João Vitor Guimarães de Oliveira¹, Kellen Vitória Lima Souza¹,
Keyci Fernanda da Silva Machado¹, Leonardo Luiz da Cunha¹,
Maria Karla dos Santos Silva¹, Maria Luísa Ribeiro¹,
Naief Cassimiro do Nascimento¹, Alessandro Silva de Oliveira²,
Michele Aparecida Nepomuceno Pinto², Janáina Cabral da Silva².*

Resumo: A Ferrovia Centro-Atlântica S.A. (FCA) é um dos principais eixos logísticos do Brasil, com grande potencial de crescimento, apesar do desafio crônico da falta de investimentos em infraestrutura no setor ferroviário nacional, o que afeta sua competitividade em relação ao modal rodoviário. Assim, o objetivo deste estudo é analisar a gestão da FCA através de dados secundários disponíveis na internet, buscando identificar os principais desafios e oportunidades que a empresa enfrenta em seu contexto competitivo. Adotou-se uma abordagem qualitativa, descritiva e exploratória, utilizando como principal ferramenta a análise documental de dados econômicos e contábeis da empresa,

¹ Discente do curso de Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Campus Chapadão do Sul.

² Docente do curso de Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Campus Chapadão do Sul.

disponibilizados em relatórios oficiais e demonstrações financeiras. A análise foi complementada por pesquisas bibliográficas e consulta a fontes secundárias, como artigos científicos, notícias e relatórios de mercado. Os resultados indicam um bom desempenho financeiro da FCA, com crescimento consistente em receitas e lucros nos últimos anos, apesar de desafios como alta inadimplência de clientes, elevado endividamento e necessidade de investimentos em infraestrutura. A empresa se destaca pela eficiência operacional, com custos de transporte reduzidos e alta utilização da frota. A FCA demonstra potencial significativo de crescimento, mas superar esses desafios é essencial para consolidar sua posição como um player competitivo no transporte de cargas. A modernização da infraestrutura ferroviária, uma gestão de crédito eficaz e a diversificação de receitas são fundamentais para o sucesso futuro da empresa. O cenário econômico favorável para o setor ferroviário, com o compromisso do governo federal em revitalizar o modal, oferece novas oportunidades à FCA. Com uma gestão eficiente, investimentos direcionados e visão estratégica de longo prazo, a empresa está bem-posicionada para se estabelecer como uma das principais referências no transporte de cargas no Brasil.

Palavras-chave: Infraestrutura ferroviária, Crescimento econômico, Competitividade, Eficiência operacional, Desafios organizacionais.

CASAS BAHIA: UMA ANÁLISE PRELIMINAR DE CARACTERÍSTICAS GERAIS

*Brenda Dos Santos Moreira¹, Dienny Luiza Ananias¹,
Gabriele Alves Martins¹, Geisla Eduarda Oliveira Jorge¹,
Isabella Vitória Carrasco Azevedo¹, Letícia Ferreira de Souza¹,
Alessandro Silva de Oliveira², Michele Aparecida Nepomuceno Pinto²,
Janaína Cabral da Silva².*

Resumo: A Casas Bahia, uma instituição de destaque no varejo brasileiro, tem sua história marcada por resiliência, compromisso com o cliente e inovação desde sua fundação em 1952 por Samuel Klein. Este trabalho realizou uma análise abrangente, abordando sua evolução histórica, produtos e serviços, missão, visão e valores, estrutura organizacional, estratégias de mercado, análise econômica e financeira, e impacto no setor. O levantamento histórico revelou uma trajetória de crescimento e consolidação da empresa como uma referência nacional no comércio varejista. Sua estrutura organizacional e suas ações estratégicas são fundamentais para seu sucesso e liderança no setor. A análise de mercado, baseada no modelo das 5 Forças de Porter, identificou oportunidades e ameaças no ambiente competitivo. No contexto econômico, a Casas Bahia enfrenta desafios, mas demonstra compromisso

¹ Discente do curso de Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Campus Chapadão do Sul.

² Docente do curso de Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Campus Chapadão do Sul.

com a responsabilidade social e ambiental em suas práticas comerciais. A análise financeira revelou melhorias, indicando uma gestão eficiente e estratégias para melhorar sua eficiência operacional. Em suma, a empresa representa não apenas um caso de sucesso comercial, mas também um exemplo de compromisso ético e responsável em todas as suas operações, garantindo excelência no atendimento ao cliente e liderança sustentável no mercado.

Palavras-chave: Casas Bahia, levantamento histórico, Estratégias de mercado, Estrutura organizacional, Análise financeira.

TIM S.A:

UMA ANÁLISE DA COMPETITIVIDADE DO MERCADO DE TELEFONIA MÓVEL

*Carla Gabriely Barbosa de Souza¹, Francielle de Souza Silva¹,
Geisiane Pereira da Silva Almeida¹, Maria Clara Santos da Silva¹,
Mikaelly Cristiny Mariano de Moraes¹, Mirta Manuela Duarte Matias¹,
Natália Novais de Oliveira Silva¹, Rodrigo Martins da Silva¹,
Talita Hampel Sanf Anna¹, Alessandro Silva de Oliveira²,
Michele Aparecida Nepomuceno Pinto², Janáina Cabral da Silva².*

Resumo: O mercado brasileiro de telefonia móvel é altamente competitivo, principalmente entre as operadoras TIM, Vivo, Claro e Oi que disputam posições. A TIM, em particular, enfrenta desafios para se diferenciar da concorrência e aumentar sua participação no mercado. Justificando a necessidade de compreender a estratégia e o modo como a TIM Participações S.A têm trabalhado, avaliando sua eficácia nessa competição de companhias muito bem estruturadas no mercado, esta pesquisa utiliza conceitos de estrutura organizacional, estratégica, segmentação de mercado, posicionamento e branding. De forma geral, identificou-se que a TIM tem boas estratégias, com um foco em preços competitivos, ofertas atraentes e comunicação direcionada a diferentes públicos. No entanto, a empresa precisa investir em inovação, melho-

¹ Discente do curso de Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Campus Chapadão do Sul.

² Docente do curso de Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Campus Chapadão do Sul.

rar a qualidade do serviço e fortalecer sua marca para se destacar da concorrência, assim como toda empresa.

Palavras-chaves: Estrutura organizacional, Estrutura econômica, Mercado competitivo, Desafios e Posicionamento.

ANÁLISE DAS ESTRATÉGIAS DE SUSTENTABILIDADE DA EMPRESA ENAUTA PARTICIPAÇÕES S.A

*Eduarda Scarpari dos Santos¹, Giovanna Vitória dos Santos Silva Almeida¹,
Ketelyn Nina Ancelmo de Oliveira¹, Naiane Lima Santos¹,
Robson Roberto Lovera Soares¹, Sarah Nils de Carvalho¹,
Silvana Perego Borges¹, Viviane Barboza de Oliveira¹,
Alessandro Silva de Oliveira², Michele Aparecida Nepomuceno Pinto²,
Janaina Cabral da Silva².*

Resumo: Este trabalho analisou as estratégias de sustentabilidade da Enauta Participações S.A., uma empresa do setor de óleo e gás no Brasil. O objetivo foi analisar como essas estratégias impactam seu desempenho financeiro e ambiental. A pesquisa foi embasada em análises de demonstrações contábeis e em uma análise de mercado utilizando o modelo das 5 Forças de Porter, através de pesquisa bibliográfica e de dados disponibilizados pela empresa. Observou-se que a Enauta tem se destacado no mercado, apesar de enfrentar um ambiente competitivo na indústria de óleo e gás, caracterizado por alta rivalidade entre os concorrentes e certo poder de barganha dos fornecedores e compradores. No entanto, a empresa tem adotado estratégias para mitigar essas forças, como a busca por práticas sustentáveis, a diversificação

¹ Discente do curso de Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Campus Chapadão do Sul.

² Docente do curso de Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Campus Chapadão do Sul.

de clientes e a inovação tecnológica, o que a posiciona de forma competitiva no mercado. A análise do desempenho financeiro da Enauta indica que a empresa possui eficiência operacional e capacidade de gerar retorno para os acionistas. Já no que se refere às estratégias de sustentabilidade, verificou-se que a empresa tem adotado diversas estratégias e práticas sustentáveis para mitigar os impactos negativos de suas operações e promover o desenvolvimento econômico e social das comunidades onde atua, tais como investimento em tecnologias limpas e eficientes e a implementação de programas de reciclagem e gestão de resíduos. Portanto, conclui-se que a Enauta apresenta um cenário promissor, pois apresenta boa saúde financeira, com retorno positivo para seus acionistas, bem como atua de forma competitiva no mercado, entretanto, foram identificadas fragilidades na divulgação de seus resultados para a comunidade, como a falta de acesso a informações detalhadas sobre suas estratégias e dados atualizados. Como continuidade da pesquisa, sugere-se a realização de estudos mais aprofundados sobre as práticas e desafios da estratégia de sustentabilidade da empresa.

Palavras-chave: Enauta Participações S.A., Sustentabilidade, Inovação, Desempenho Financeiro, Externalidades.

ANÁLISE DAS CARACTERÍSTICAS ECONÔMICAS E DE GESTÃO DA EMPRESA VALE S.A.

*Mateus Tofaneli Barbosa¹, Victor Renato Altran Coutinho¹,
Henrick Lima dos Santos¹, Thiago Alan Rodrigues¹,
Kelven Ramos Bianckessi da Silva¹, Moises Rodrigues Parreira¹,
Luiz Fernando Rodrigues de Oliveira¹, Rafaela Rezende Appel¹,
Alessandro Silva de Oliveira², Michele Aparecida Nepomuceno Pinto²,
Janaína Cabral da Silva²:*

Resumo: A indústria de mineração é fundamental para o desenvolvimento econômico e industrial de muitos países. A Vale S.A. é uma das maiores empresas de mineração e metais do mundo. Com sede no Brasil, a empresa é especializada na extração e produção de minério de ferro, níquel, cobre, carvão, fertilizantes e outros minerais. Posto isso, o objetivo desse trabalho é analisar as características econômicas e de gestão da empresa Vale S.A e verificar qual o papel dela na cadeia de valor da mineração. A metodologia utilizada foi a de pesquisa bibliográfica e aplicação do modelo de 5 forças de Porter. Os resultados mostram que a empresa enfrenta uma intensa concorrência bem como alta ameaça de produtos substitutos. Para enfrentar essas forças, a empresa adota várias estratégias, como inovação, eficiência operacional, diversificação de produtos e gestão de relacionamentos com fornecedores e

¹ Discente do curso de Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Campus Chapadão do Sul.

² Docente do curso de Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Campus Chapadão do Sul.

clientes. A análise das características econômicas mostrou que a Vale desempenha um papel vital na indústria de mineração brasileira, integrando a extração, o transporte e a distribuição de minério de forma responsável e sustentável. Ela também é geradora de muitos empregos no país, contribuindo com o desenvolvimento econômico das regiões em que atua. Entretanto, suas atividades também geram externalidades negativas para a sociedade e para o meio ambiente, de forma que a empresa busca mitigar esses impactos através de ações de prevenção e de correção. Por fim, conclui-se que a empresa Vale S.A. é uma das líderes do setor em que atua, contribuindo de forma significativa com o crescimento do país, entretanto, os altos impactos ambientais decorrentes da atividade de extração podem afetar o seu desempenho econômico e financeiro e a sua imagem, de forma que a empresa precisa elaborar melhores estratégias de mitigação desses riscos.

Palavras-chave: Vale S. A., Mineração, 5 forças de Porter, Externalidades, Economia.

II. PROJETO INTERDISCIPLINAR

3: ESTRATÉGIA E PESQUISA DE MERCADO

Introdução

O projeto interdisciplinar delineado para o terceiro período da matriz curricular teve como tema “Estratégia e Pesquisa de Mercado” e foi organizando pela demanda de duas disciplinas: Gestão de Marketing e Economia & Mercado.

Cada equipe de trabalho deveria escolher uma empresa de qualquer setor econômico que estivesse situada em Chapadão do Sul – MS para realização de uma pesquisa de percepção do consumidor, iniciando-se pela análise de mercado do tipo de negócio.

Para tal, os seguintes tópicos foram solicitados por disciplinas:

1. Economia & Mercado

- Abordagem do mercado de bens e serviços;
- Indicação do setor da economia;
- Estratégias de competição nos mercados;
- Crescimento e desenvolvimento sustentáveis do negócio.

2. Desenvolvimento da Pesquisa de Marketing

- As características de uma Pesquisa de Marketing
- Definição do problema e objetivo da pesquisa de marketing com base na organização estudada;
- Construção do questionário da pesquisa de marketing (perguntas e escalas);

- Métodos de coletas dos dados.

3. Apresentação e análise dos dados

- Apresentação dos Gráficos, Tabelas e Figuras.
- Interpretação e análise dos dados.

Da mesma forma, as considerações finais deveriam trazer uma percepção geral do trabalho, comentar sobre possíveis continuidades da pesquisa e o que mais considerassem relevante.

Como segundo ano de curso, a turma já havia passado pelo I Interdisciplinar em 2023, reservando importante experiência e aprendizado sobre o processo, o que foi consolidado em mais seis trabalhos.

INVESTIGANDO A SATISFAÇÃO DOS ESTUDANTES DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DO CÂMPUS DE CHAPADÃO DO SUL

*Álison Almeida da Silva¹, Ana Laura Gomes da Costa¹,
Ana Vitória da Silva¹, Jadson Bezerra dos Santos¹,
Joander Dias Paes¹, Miller Faustino de Oliveira¹,
Thainá Lemes da Silva¹, Alessandro Silva de Oliveira².*

Resumo: No contexto atual da educação, garantir a satisfação dos estudantes é fundamental para o êxito de qualquer programa universitário. Especialmente na área de Administração, que desempenha um papel crucial no mercado de trabalho, essa preocupação se torna ainda mais imprescindível. Assim, este estudo tem como objetivo investigar os principais determinantes de qualidade que influenciam a satisfação dos estudantes do curso de Administração no Câmpus de Chapadão do Sul (UFMS/CPCS), buscando entender de que forma esses fatores afetam os acadêmicos. Utilizando uma abordagem quantitativa e descritiva, foram aplicados questionários baseados na escala Likert e no modelo SERVQUAL para avaliar a qualidade dos serviços e do ambiente educacional, explorando dimensões como tangibilidade, confiabilidade, capacidade de resposta, segurança e empatia. Além das questões aca-

¹ Discente do curso de Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Campus Chapadão do Sul.

² Docente do curso de Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Campus Chapadão do Sul.

dêmicas, foram considerados aspectos sociodemográficos, percepções sobre o curso, qualidade do ensino, infraestrutura disponível, suporte oferecido, iniciativas de extensão e o ambiente social e administrativo. Os resultados indicam que a satisfação dos estudantes é crucial para o sucesso acadêmico, influenciando diretamente a sua decisão de continuar no curso de Administração. A análise detalhada revelou pontos positivos na estrutura curricular e nos serviços de suporte, enquanto também destacou áreas que demandam melhorias, como infraestrutura física, atividades extracurriculares, programas de extensão e estratégias de apoio aos alunos. A satisfação dos estudantes com o curso de Administração é complexa e depende de uma interação harmoniosa entre fatores acadêmicos, sociais e administrativos. Os achados deste estudo oferecem insights valiosos para o aprimoramento contínuo do curso, visando elevar tanto a satisfação quanto a retenção dos alunos, e contribuindo para atrair novos estudantes interessados na área.

Palavras-chave: Satisfação do Estudante, Modelo SERVQUAL, Desempenho Acadêmico, Retenção de Alunos, Qualidade da Educação.

AVALIANDO DA QUALIDADE PERCEBIDA NOS SERVIÇOS BANCÁRIOS DA CAIXA ECONÔMICA FEDERAL: UM ESTUDO EM CHAPADÃO DO SUL/MS

*Daniely Mariane Pereira de Souza¹, Eliane Miranda Marques dos Santos¹,
Eliete dos Santos Pereira¹, Karolainy Toscano de Araújo¹,
Lorraine Magalhães Pinto¹, Mirian Oliveira da Silva Vallongo¹,
Alessandro Silva de Oliveira².*

Resumo: Inserida no competitivo ramo bancário, a Caixa Econômica Federal (CEF) se destaca por suas estratégias de diversificação de produtos, inovação digital, eficiência operacional, atendimento personalizado, responsabilidade social e sustentabilidade. Visando aprofundar o conhecimento sobre a percepção da qualidade dos serviços bancários oferecidos pela instituição, este estudo tem como objetivo avaliar a qualidade de serviços bancários e o grau de qualidade percebida pelos clientes na agência de Chapadão do Sul/MS. Para isso, foi elaborada uma pesquisa quantitativa e descritiva, utilizando como instrumento de coleta de dados um questionário estruturado. A construção do questionário seguiu etapas rigorosas, definindo o problema de pesquisa, o tipo de pesquisa, o método de coleta de dados, e análise dos resultados. A opção por perguntas fechadas facilitou a quantificação das respos-

¹ Discente do curso de Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Campus Chapadão do Sul.

² Docente do curso de Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Campus Chapadão do Sul.

tas, permitindo um entendimento aprofundado das percepções dos consumidores. Os resultados indicam uma aprovação significativa em relação à localização e infraestrutura da agência. Porém, também ficou evidenciado percepções menos favoráveis quanto à segurança e ao atendimento oferecido pelo gerente de conta. Esses resultados apontam para a necessidade de melhorias específicas para aprimorar a experiência do usuário e assegurar sua plena satisfação, alinhando-se aos objetivos estratégicos da Caixa Econômica em oferecer serviços bancários de alta qualidade e atender às expectativas dos consumidores de maneira eficaz. Com isso, é importante avaliar continuamente a qualidade percebida dos serviços bancários, especialmente em um contexto regional como Chapadão do Sul. Para futuras pesquisas, recomenda-se explorar mais profundamente as expectativas dos clientes em relação aos serviços digitais e a implementação de estratégias específicas para fortalecer a confiança no gerente de conta. Ademais, investigar como a responsabilidade social e sustentabilidade impactam a percepção de qualidade dos serviços bancários poderia proporcionar insights valiosos para melhorias contínuas e sustentáveis na experiência do cliente.

Palavras-chave: Percepção dos consumidores, Estratégias bancárias, Qualidade de serviços bancários, Pesquisa quantitativa e descritiva, Atendimento personalizado.

EXPLORANDO A SATISFAÇÃO E QUALIDADE DE SERVIÇOS EM FAST FOODS: UM ESTUDO NO FASTFOOD BAR

*Alessandro Cardoso dos Santos Filho¹, Cintia Carolayne Lopes Xavier¹,
Heloízy Vitoria Silva Barcelos¹, João Victor Xavier dos Santos¹,
João Gabriel Sales Alves¹, Livia Gabriela Santana Silva¹,
Matheus Botega¹, Alessandro Silva de Oliveira².*

Resumo: Os estabelecimentos de fast food desempenham um papel significativo tanto nas economias locais quanto nas nacionais, influenciando diretamente a dinâmica social das comunidades. Assim, este estudo busca investigar a satisfação dos clientes do Fastfood Bar em relação às diversas dimensões de qualidade de serviços oferecidas pelo estabelecimento. A pesquisa adota uma abordagem quantitativa e descritiva, adaptando uma escala do tipo Likert para o contexto específico do fast food. A metodologia envolve a coleta de dados por meio de questionários estruturados aplicados a uma amostra de frequentadores do Fastfood Bar, avaliando a infraestrutura do local, o atendimento da equipe, a customização dos espaços de alimentação e infantis, além da qualidade dos alimentos. A análise estatística dos dados utilizou técnicas robustas para interpretar as respostas dos clientes, revelando uma alta taxa de satisfação, com a maioria dos pesquisados atribuindo

¹ Discente do curso de Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Campus Chapadão do Sul.

² Docente do curso de Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Campus Chapadão do Sul.

avaliações positivas aos aspectos analisados. Além das avaliações, os clientes foram incentivados a oferecer feedback, o que resultou em sugestões valiosas para melhorias, como novos pratos e ajustes no layout do espaço, visando aumentar o conforto geral. Essas contribuições destacam a importância de um processo contínuo de aprimoramento para otimizar a experiência do cliente no Fastfood Bar, alinhando-se às expectativas dos consumidores e fortalecendo a competitividade do estabelecimento no dinâmico mercado de serviços de alimentação e eventos. Recomenda-se para futuras pesquisas a análise da adaptação dos cardápios e serviços conforme mudanças nas preferências e demandas dos consumidores locais. Além de investigar o impacto das iniciativas de responsabilidade social e ambiental dos fast foods na percepção e escolha dos consumidores por determinado estabelecimento. Este estudo contribui significativamente para a compreensão da dinâmica de satisfação do cliente em estabelecimentos de fast food, oferecendo insights valiosos para a gestão estratégica e operacional desses serviços.

Palavras-chave: Satisfação do cliente, Mercado de alimentação, Qualidade de serviços, Pesquisa quantitativa e descritiva, Adaptação de cardápios.

HAVAIANAS: O ESTUDO DE UM CASO BRASILEIRO DE SUCESSO

*Ana Vitoria da Silva Vieira¹, Ayris de Queiroz Souza¹,
Camila da Silva Mendes¹, Rosana Gislaine de Oliveira Pego¹,
Kevin Jorge Santos Lorini¹, Yhorrana Emanuelle Dantas Alves¹,
Alessandro Silva de Oliveira².*

Resumo: Em um contexto de intensificação das disputas comerciais no plano mundial, a conquista de novas parcelas do mercado consumidor tende a se tornar uma atividade dispendiosa e de alto valor estratégico. Diante desse cenário, a realização de ações que promovam o desenvolvimento da lealdade a marca entre seus consumidores habituais pode auxiliar no processo de expansão do nível de resiliência frente a adversidades e competitividade dos mercados globalizados. Nesse contexto, o objetivo do presente estudo consiste em examinar a empresa Havaianas e suas estratégias de atuação no ambiente de negócios. A fim de alcançar o objetivo geral especificado, aplica-se o método de estudo de caso por meio dos seguintes passos de procedimento: análise da literatura existente sobre a marca; coleta e análise de dados. Os dados utilizados foram obtidos por meio da aplicação de questionários, formulados com uso da plataforma Google Forms e divulgados em redes

¹ Discente do curso de Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Campus Chapadão do Sul.

² Docente do curso de Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Campus Chapadão do Sul.

sociais (Instagram, WhatsApp, Facebook, entre outros). Os resultados obtidos a partir da metodologia empregada indicam que a Havaianas atende seus consumidores habituais de forma satisfatória favorecendo a geração de um ambiente favorável ao desenvolvimento de lealdade a marca, uma vez que parte majoritária dos consumidores respondentes afirma ter experiências positivas de consumo de produtos da marca. No entanto, o alto nível de competição no mercado de calçados e a crescente conscientização ambiental entre os consumidores podem apresentar novos desafios a serem enfrentados nos próximos anos. Desse modo, recomenda-se que a Havaianas continue a investir em inovação, sustentabilidade e estratégias de marketing eficazes para manter e fortalecer o posicionamento da marca em âmbito global.

Palavras-chave: Posicionamento, Inovação, Lealdade, Sustentabilidade, Diversidade.

PESQUISA DE SATISFAÇÃO NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES EM CHAPADÃO DO SUL: UM ESTUDO DE CASO

*Ana Laura Batista Lacerda¹, Isaac Ferreira de Medeiros¹,
Júlio César P. Silva¹, Luís Henrique Mazon¹, Mariah Bohr Santos¹,
Taila Gabrieli Foletto Lerner¹, Yasmin Cruvinel¹,
Alessandro Silva de Oliveira².*

Resumo: Na era digital, o setor fornecedor de serviços de telecomunicações tem assumido papel de relevância fundamental no processo de desenvolvimento socioeconômico dos territórios em que atuam. As empresas que exercem atividade de prestação de serviços neste ramo foram responsáveis pela popularização do acesso a rede mundial de computadores nas últimas décadas. Apesar dos valorosos benefícios proporcionados, como a redução das distâncias e custos associados a comunicação e transmissão de informações e conhecimentos por meio do ambiente virtual, existem riscos que precisam ser considerados e avaliados no exercício destas tarefas. Nesse cenário, o objetivo deste estudo é efetuar uma pesquisa de satisfação acerca da prestação de serviços de uma empresa que atua no setor de telecomunicações no município de Chapadão do Sul-MS. A metodologia adotada compreende

¹ Discente do curso de Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Campus Chapadão do Sul.

² Docente do curso de Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Campus Chapadão do Sul.

a coleta de dados por meio da aplicação de questionários a uma parcela dos consumidores de serviços de telecomunicações. Desse modo, o estudo contribui ao permitir a captação de percepções sobre a experiência de consumo dos usuários dos serviços ofertados. A partir da coleta e análise dos dados empreendida, os resultados indicam que a empresa que constitui o objeto de análise da pesquisa apresenta alto nível de satisfação quanto aos serviços de telecomunicação oferecidos, apresentando interesse na resolução de problemas dos usuários. Contudo, de acordo com os entrevistados, a prestação de serviços de suporte constitui uma fragilidade e precisa ser melhorada.

Palavras-chave: Marketing, Satisfação, Experiência de Consumo.

EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO: UMA AVALIAÇÃO DO APLICATIVO MOBILE DO BANCO DO BRASIL

*Brenda Eduarda Silva Manholer¹, Iasmin Antony Armancio de Souza¹,
Jailson da Silva Gomes¹, Jaqueline Apolinario¹,
Jessicleide Silva Lino¹, Kelly dos Santos Dias¹,
Paulo Henrique Silva¹, Alessandro Silva de Oliveira².*

Resumo: O Banco do Brasil S.A (BB), desde sua fundação no ano de 1808, coloca-se como uma instituição que exerce função estratégica para a expansão e consolidação do setor financeiro no Brasil. Atualmente, o banco possui atuação internacional e um alto grau de capilaridade em âmbito nacional, operando por meio de 3.983 agências e cerca de 86.000 funcionários. O aplicativo do BB para dispositivos móveis oferece uma ampla gama de serviços, impulsionando um crescente volume de transações digitais. Nesse cenário, o presente estudo objetiva a realização de uma pesquisa de marketing a fim de captar informações acerca da experiência do usuário, suporte, segurança e confiança no uso do aplicativo. A metodologia empregada para alcançar o objetivo proposto compreende a aplicação de questionários a uma amostra de usuários do aplicativo do Banco do Brasil S.A. A partir da realização do trabalho, observa-se que o Banco do Brasil S.A expandiu seu

¹ Discente do curso de Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Campus Chapadão do Sul.

² Docente do curso de Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Campus Chapadão do Sul.

marketplace digital, oferecendo produtos não financeiros e cashback aos clientes. O banco também foca na personalização e na expansão para diferentes públicos, como jovens e micro e pequenas empresas, alcançando alto engajamento. Investimentos em sustentabilidade, incluindo práticas ASG e operações de crédito sustentáveis, destacam seu compromisso com o desenvolvimento econômico e ambiental. Além disso, o BB tem buscado atender às necessidades em constante evolução dos clientes, contribuindo para o crescimento econômico e social do país com inovação, personalização e sustentabilidade. Os resultados obtidos indicam que parte majoritária dos usuários do Banco do Brasil consideram o aplicativo eficiente e seguro, atribuindo uma avaliação positiva em termos de usabilidade e suporte ao cliente. Apesar dos resultados positivos, algumas fragilidades foram identificadas, entre as quais pode-se citar a facilidade de navegação no aplicativo.

Palavras-chaves: Setor bancário, Inovação, Digitalização, Personalização.

III. PROJETO INTERDISCIPLINAR

5: ELABORAÇÃO DE PLANO DE NEGÓCIOS

É no quinto período do curso de Administração de Chapadão do Sul que os alunos elaboram um Plano de Negócios, importante experiência de conhecimento teórico e produção prática para um administrador e/ou empreendedor.

Assim, o Projeto Interdisciplinar 5 é intitulado “Elaboração de Plano de Negócios” e contou com a orientação de três disciplinas: Inovação empreendedora; Fundamentos e Projetos de Operações e Gestão Financeira.

Diferentemente dos interdisciplinares anteriores em que o roteiro de conteúdo a ser produzido fora criado pelos próprios docentes, para elaboração do Plano de Negócios optou-se por adotar o modelo disponibilizado pelo Sebrae, apresentado pela publicação de 2013 intitulada “Como elaborar um plano de negócios”. (Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/RN/Anexos/gestao-e-comercializacao-como-elaborar-um-plano-de-negocios.pdf>).

Desta forma, o trabalho realizado pelas equipes de alunos foi conduzido em sua maior parte pela disciplina Inovação Empreendedora com orientações específicas de conteúdos das áreas de Fundamentos e Projetos de Operações e Gestão Financeira, de acordo com o roteiro do Plano de Negócios modelo Sebrae:

Elaboração do Plano de Negócios:

I. Sumário Executivo

II. Análise de mercado

III. Plano de marketing

IV. Plano operacional

V. Plano financeiro

VI. Construção de cenários

VII. Avaliação estratégica

VIII. Avaliação do Plano de Negócios

Na geração de ideias de negócios a serem planejados, os acadêmicos foram instigados a pensar a cidade de Chapadão do Sul, suas potencialidades e fragilidades no tocante à oferta de negócios inovadores, condizentes com as percepções da turma sobre as necessidades da cidade.

Isto posto, foram desenvolvidos 5 Planos de Negócios do setor de serviços, conforme apresentados a seguir.

PLANO DE NEGÓCIOS: CAFÉ COM LETRAS

*Amanda Rodrigues da Silva¹, Carlos Henrique Flach¹,
Debora Prado¹, Eduarda Moura Borges¹, Igor Rafael Oliveira da Silva¹,
Livia Vitoria Santos Silva¹, Rayanne Vitoria Chaves Ronau¹,
Rocío del Pilar López Cabana², Susan Yuko Higashi²,
Janaína Cabral da Silva².*

Resumo: O presente trabalho tem como objetivo analisar a viabilidade do empreendimento Café com Letras, que será localizado na cidade de Chapadão do Sul, MS. Trata-se de um empreendimento temático no setor de entretenimento e lazer, cujos principais produtos serão uma grande variedade de livros adultos e infantis, combinados com uma cafeteria com diversas opções de cafés, doces e salgados. Este estabelecimento buscará oferecer a seus clientes uma experiência única, envolvendo narrativas e sabores que elevam os sentidos. Constará com uma estratégia promocional diversificada, incluindo marketing digital, campanhas sazonais, brindes e divulgação boca a boca, juntamente com uma estrutura de comercialização que inclui venda direta e uso do WhatsApp Business. O percurso metodológico para atingir o objetivo proposto compreendeu a elaboração de uma pesquisa de mercado; planos de marketing, operacional e financeiro; simulações

¹ Discente do curso de Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Campus Chapadão do Sul.

² Docente do curso de Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Campus Chapadão do Sul.

de cenários otimistas e pessimistas; e avaliação estratégica. Durante o desenvolvimento e análise da pesquisa de mercado, foi possível identificar que o público-alvo compreende maioritariamente jovens e jovens adultos, não foram identificados concorrentes diretos na cidade e os fornecedores potenciais são locais e nacionais. No plano de marketing, foi possível descrever os produtos a serem oferecidos, delinear a estratégia de precificação, analisar a localização do negócio, os canais de distribuição, assim como elaborar as estratégias promocionais. No plano operacional, foi elaborado o layout do empreendimento, estimando uma capacidade instalada que poderá acomodar 65 clientes simultaneamente. A avaliação da viabilidade financeira demonstrou números encorajadores, com lucros positivos em todos os cenários simulados, rápido retorno do investimento e uma alta lucratividade, além de uma rentabilidade satisfatória. Portanto, diante do amplo estudo realizado, pode-se concluir que o empreendimento Café com Letras é uma oportunidade de negócio promissora na cidade de Chapadão do Sul.

Palavras-chave: Café, Leitura, Empreendimento, Estratégias, Viabilidade.

ESTUDO DE VIABILIDADE DA IMPLANTAÇÃO DE UM PARQUE AQUÁTICO EM CHAPADÃO DO SUL – MS

*Caroline da Silva Cachoeira¹, Erik Manoel da Silva¹,
Lucas Queiroz Cabral¹, João Rodrigues Pierote Neto¹,
Marciell Roseno de Moraes Santos¹, Thiago da Silva Cachoeira¹,
Rocío del Pilar López Cabana², Susan Yuko Higashi²,
Janaína Cabral da Silva².*

Resumo: O Tendo em consideração que o mercado de parques aquáticos no Brasil está em constante crescimento e o município de Chapadão do Sul não possui opções de lazer aquático, este estudo teve o intuito de analisar a viabilidade de implantação do parque aquático Blue Splash Water Park na cidade de Chapadão do Sul, MS. Trata-se de um projeto inovador que visa proporcionar lazer e entretenimento de alta qualidade às famílias da região. A proposta do parque aquático inclui uma vasta gama de atrações aquáticas, como piscina de ondas, toboáguas de diferentes níveis de adrenalina, playground aquático e piscina infantil, garantindo diversão para todas as idades. Além de oferecer serviços adicionais como restaurantes, um quiosque de sorvetes, um bar molhado e uma loja de souvenirs. Metodologicamente, para o levanta-

¹ Discente do curso de Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Campus Chapadão do Sul.

² Docente do curso de Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Campus Chapadão do Sul.

mento dos dados, foram utilizados diversos instrumentos de pesquisa, incluindo a aplicação de um questionário e pesquisas documentais para análise detalhada do mercado. Ainda, foram elaborados: o plano de marketing e o plano operacional, bem como o estudo de viabilidade financeira, análise de cenários e avaliação estratégica, através da matriz SWOT. Os resultados das análises indicaram uma forte demanda por opções de lazer na região, corroborada pela pesquisa de mercado. Foi possível identificar o perfil do público-alvo, que é formado por famílias com crianças e jovens. Para atrair esses clientes potenciais foram elencadas diversas estratégias promocionais, com foco no marketing digital. A análise financeira mostrou um resultado operacional positivo, com um alto nível de lucratividade e rentabilidade. Portanto, as principais conclusões do estudo apontam que, a implantação do Blue Splash Water Park na cidade de Chapadão do Sul é uma oportunidade auspiciosa de investimento, que não só atenderá a demanda reprimida no setor do lazer, como também contribuirá para o desenvolvimento socioeconômico da região, gerando empregos e atraindo turistas.

Palavras-chave: Lazer, Entretenimento, Atrações aquáticas, Plano de negócios, Chapadão do Sul.

PLANO DE NEGÓCIOS: HOME CARE

*Ingridh Ferreira de Oliveira¹, Fernanda Assis Galdino Moraes¹,
Gabriel Veschi Pereira¹, Jadson Bezerra dos Santos¹, Jailson da Silva Gomes¹,
Rafael Henrique Penha Barbosa¹, Rocío del Pilar López Cabana²,
Susan Yuko Higashi², Janaína Cabral da Silva².*

Resumo: O Este estudo tem como objetivo investigar a viabilidade do empreendimento Home Care, na cidade de Chapadão do Sul. A Home Care apresenta uma ideia de negócio inovadora que busca redefinir o conceito de atendimento ao idoso, oferecendo serviços de cuidados diurnos baseados no Day Use. Desta forma, o cliente poderá usufruir de todos os serviços da empresa durante o dia e no final da tarde retorna para seu lar. A Home Care oferecerá cuidados médicos, psicológicos, terapias de reabilitação, atividades recreativas, refeições, programas culturais e espirituais proporcionando uma experiência enriquecedora e estimulante para seus clientes. Para atingir o objetivo proposto, o transcurso metodológico incluiu a elaboração e aplicação de um questionário aos clientes potenciais, pesquisa documental de dados primários que forneceram as bases para a elaboração da pesquisa de mercado, do plano de marketing, operacional e financeiro. Também foram realizadas simulações de cenários e uma avaliação estratégica. Após o

¹ Discente do curso de Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Campus Chapadão do Sul.

² Docente do curso de Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Campus Chapadão do Sul.

levantamento e análise dos dados, foi possível identificar que os principais aspectos que os clientes potenciais procuram são a qualidade dos cuidados médicos; conforto e qualidade das instalações; e variedade de atividades recreativas e sociais. Após analisar o mercado, foi possível elaborar a estratégia de precificação e foram tracejadas as estratégias promocionais, que serão divulgadas principalmente através das mídias sociais, veículos de comunicação e carros de som. Ainda, foi possível elaborar o layout da empresa com uma capacidade instalada que poderá acomodar 60 clientes concomitantemente. Financeiramente, as métricas de lucro e rentabilidade estimadas foram elevadas e apontaram um retorno rápido do investimento. Portanto, diante do estudo realizado, a Home Care se mostra como uma ótima oportunidade de investimento na cidade de Chapadão do Sul.

Palavras-chave: Bem-estar do Idoso, Day Use, Chapadão do Sul, Empreendimento.

PLANO DE NEGÓCIOS: CRECHE PELUDOS E AMIGOS

*Brenda Eduarda Silva Manholer¹, Danielle Bogacki Roos¹,
Felipe de Almeida Silva¹, Thainá Lemes¹,
Victoria Danielli Fritzen Panazzolo¹, Vitoria Braz Bemme¹,
Rocío del Pilar López Cabana², Susan Yuko Higashi²,
Janaina Cabral da Silva².*

Resumo: Considerando que a demanda por serviços de qualidade para animais de estimação vem crescendo de forma significativa, este trabalho tem como objetivo analisar a viabilidade de implantação da Creche Peludos e Amigos, na cidade de Chapadão do Sul. Trata-se de um espaço que oferece cuidados, diversão e interação social para os animais de estimação durante o dia, ou mesmo à noite, enquanto os seus tutores estão ocupados com suas próprias responsabilidades diárias. Este empreendimento oferecerá serviços de creche e hotel pet, bem como os serviços adicionais de organização de eventos especiais e programas temáticos; entrega em domicílio; atendimento veterinário; e teleatendimento. Desta forma, para atingir o objetivo proposto, a trajetória metodológica compreendeu uma pesquisa de mercado por meio da coleta de informações de fontes primárias e da aplicação de um questionário a clientes potenciais. Também foi realizado um estudo dos possíveis

¹ Discente do curso de Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Campus Chapadão do Sul.

² Docente do curso de Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Campus Chapadão do Sul.

concorrentes e elaborado o plano de marketing, operacional e financeiro, além da criação de cenários positivos e negativos e da avaliação estratégica. Após analisar o setor, não foram identificados concorrentes que ofereçam o serviço de creche para pets na cidade, tornando a ideia de negócio muito diferenciada. As estratégias de marketing combinarão o marketing online e off-line, parcerias estratégicas e um foco inabalável na satisfação do cliente. O layout incluirá áreas de recepção, recreação, serviços e espaços de descanso, áreas para banho e tosa, um espaço para atendimento veterinário emergencial, sistemas de ventilação, portões e barreiras e câmeras de segurança. Em termos financeiros, os indicadores de viabilidade estimados foram positivos, indicando altas margens de rentabilidade e lucratividade, além de um curto prazo de retorno do investimento. Diante desses indicadores positivos, a Creche Peludos e Amigos se apresenta como uma oportunidade de investimento atraente na cidade de Chapadão do Sul.

Palavras-chave: Hotel para pets, Creche para pets, Cuidados para pets, Viabilidade, Chapadão do Sul.

PLANO DE NEGÓCIOS: GLOW SPA

*Giovanna Yully Aguilera Martins¹, Marcela Karoline Santos Oliveira¹,
Leília Martins Paniago¹, Tamires Lima Santos¹,
Rocío del Pilar López Cabana², Susan Yuko Higashi²,
Janaína Cabral da Silva².*

Resumo: O presente trabalho possui como objetivo analisar a viabilidade do empreendimento Glow Spa, que será localizado na cidade de Chapadão do Sul, MS. O Glow Spa foi concebido como um estabelecimento no segmento de beleza que aliará bem-estar e estética, oferecendo serviços de massagem, sauna, jacuzzi, salão de beleza, manicure e pedicure, com uma estrutura única e aconchegante. Para alcançar o objetivo proposto, percorreu-se por diversas etapas metodológicas, que incluíram: pesquisa de mercado envolvendo coleta de dados por meio de uma pesquisa qualitativa e quantitativa para análise dos serviços e valores praticados pelos concorrentes; elaboração e aplicação de um questionário para identificar o perfil dos clientes potenciais; e pesquisa de fontes primárias para analisar os possíveis fornecedores. Ainda, foi possível a elaboração do plano de marketing, do plano operacional e do plano financeiro, nos quais foram abordados pontos cruciais para a ideação do futuro negócio. Por meio desse estudo, foi

¹ Discente do curso de Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Campus Chapadão do Sul.

² Docente do curso de Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Campus Chapadão do Sul.

possível desenvolver um plano de negócios detalhado para o Glow Spa. Embora existam concorrentes diretos para alguns serviços oferecidos na cidade, não há nenhum concorrente que reúna todos esses serviços em um único lugar, tornando-se um diferencial competitivo. Ainda, o layout do Glow Spa foi desenvolvido para proporcionar um ambiente aconchegante com uma estrutura sofisticada que pode acomodar 14 clientes simultaneamente. Também foram desenvolvidas estratégias promocionais por meio das mídias sociais, podendo oferecer pacotes promocionais, descontos e sorteios de prêmios. Financeiramente, foi estimado um resultado operacional positivo, com alto índice de rentabilidade. Em suma, a realização desse plano de negócios tornou possível validar a viabilidade de abertura do Glow Spa, no município de Chapadão do Sul, MS.

Palavras-Chave: Estética, Bem-estar, Viabilidade, Chapadão do Sul.

IV. PROJETO INTERDISCIPLINAR 7: RESPONSABILIDADE SOCIAL E EMPRESARIAL NO AGRONEGÓCIO

Por se tratar da turma de último ano de curso (total de 8 semestres), o interdisciplinar do sétimo período adota uma produção em modelo científico, e por isso solicita aos alunos a elaboração de um artigo de pesquisa realizada.

Envolvendo as disciplinas Gestão do Agronegócio e Responsabilidade Social e Empresarial o Projeto Interdisciplinar 7 teve como objetivo realizar um artigo acadêmico no que tange a responsabilidade social e empresarial no agronegócio. Para tanto, os alunos organizaram-se em grupos de até 6 membros e escolheram uma empresa do agronegócio como objeto de pesquisa.

Ambas as disciplinas acompanharam toda a pesquisa e produção do artigo durante o semestre letivo, tendo delineado para tal o seguinte roteiro:

Artigo:

- 1. Capa (título e autores);**
- 2. Resumo e Palavras-chave;**
- 3. Introdução**

Problematização do tema, o objetivo do trabalho e justificativa;

- 4. Fundamentação teórica**

Levantamento da teoria a ser utilizada no trabalho e abordagem de trabalhos já realizados sobre o tema/objeto por outros autores;

5. Metodologia

Descrição do tipo de pesquisa realizada; os procedimentos metodológicos para o levantamento e análise dos dados;

6. Análise dos dados

Apresentação e análise dos dados encontrados;

7. Considerações finais

Conclusões com base na análise dos dados e trajeto da pesquisa.

Ao fim, 5 trabalhos foram produzidos e apresentados pelos acadêmicos no primeiro dia do II Interdisciplinar Administração, trazendo informações e suscitando discussões importantes sobre empresas de destaque no agronegócio.

BRF S.A E SUA CONTRIBUIÇÃO PARA A RESPONSABILIDADE SOCIAL NO SETOR DO AGROINDUSTRIAL

*Jadson Bezerra dos Santos¹, Jailson da Silva Gomes¹,
Matheus Botega¹, Valdir Antunes dos Santos Júnior¹,
Janaina Cabral da Silva², Susan Yuko Higashi².*

Resumo: Com o avanço tecnológico, as empresas expandiram globalmente suas operações, particularmente no agronegócio, resultando em uma produção em larga escala. Esse crescimento repentino de diversas empresas levantou preocupações sobre os possíveis impactos ambientais e sociais gerados pelas atividades empresariais. Isso incentivou o surgimento do conceito de responsabilidade social, definido como o respeito ao direito dos outros e a contribuição para o desenvolvimento social sustentável. Diante disso, este estudo visa ressaltar a importância da responsabilidade social da empresa BRF S.A. Para tanto, foi empregada a metodologia de pesquisa explicativa, baseada em dados do relatório integrado de 2022 da BRF S.A. A BRF S.A é uma empresa, com quase 90 anos de funcionamento, que demonstra um forte compromisso com a responsabilidade social, como investimento de parte de seu recurso financeiro em diversas ações voluntárias e projetos ambientais desenvolvidos. O projeto Alimento que transforma, Educação para o

¹ Discente do curso de Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Campus Chapadão do Sul.

² Docente do curso de Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Campus Chapadão do Sul.

futuro, cozinhas solidárias, Combate ao desperdício dentro de casa, a Energia Limpa, o Reuso de água e entre outros.

Palavras-chave: Agronegócio, Responsabilidade Social, BRF S.A, Projetos.

RESPONSABILIDADE SOCIAL E EMPRESARIAL NO AGRONEGÓCIO: UM ESTUDO DE CASO DA EMPRESA CARGILL

*Kelly Carrijo de Jesus¹, Jhulia Kariny Gomes Guedes de Oliveira¹,
Olivan dos Santos Leite¹, Rosiclea Souza dos Santos¹,
Rafael Henrique Penha Barbosa¹, Sara Vieira de Andrade¹,
Janaína Cabral da Silva², Susan Yuko Higashi².*

Resumo: O presente estudo tem como objetivo expor os programas de responsabilidade social e empresarial da Cargill, importante empresa do agronegócio brasileiro. A metodologia envolve pesquisa exploratória, com dados secundários. Constatou-se que a empresa Cargill adota medidas preventivas e programas de sustentabilidade ambiental, visando produzir alimentos de forma segura e sustentável. Destacam-se iniciativas como restauração de áreas degradadas e regularização ambiental, beneficiando comunidades rurais e promovendo a conservação de biomas como o Cerrado e a Mata Atlântica. Pode-se concluir que as ações da Cargill não só visam à recuperação ambiental, mas também promovem o envolvimento comunitário e a geração de renda para pequenos produtores.

Palavras-chave: Responsabilidade Social, Sustentabilidade, Agronegócio Brasileiro.

¹ Discente do curso de Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Campus Chapadão do Sul.

² Docente do curso de Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Campus Chapadão do Sul.

RESPONSABILIDADE SOCIAL NAS EMPRESAS DO AGRONEGÓCIO BRASILEIRO: ESTUDO DE CASO DA SLC AGRÍCOLA

*Aline Vitoria de Souza¹, Donielson Oliveira da Silva¹,
Franciane Candido¹, Hemanuely Galdino¹,
Higor Fabricio¹, Janaína Cabral da Silva², Susan Yuko Higashi².*

Resumo: Este estudo explora a responsabilidade social das empresas do agronegócio brasileiro, com foco na empresa SLC Agrícola. O problema em estudo consiste em compreender como a empresa tem atuado em relação às questões sociais e ambientais, considerando o contexto do agronegócio. Para tanto, o objetivo consiste em explorar as ações de responsabilidade social da SLC Agrícola. Trata-se de uma pesquisa qualitativa. Verificou-se que a SLC busca inovação e qualificação para os serviços prestados se tornando uma grande referência em suas culturas como: milho, soja e algodão. A empresa também volta a sua atenção para os cuidados ambientais e preza também pela qualificação de seus colaboradores.

Palavras-chave: Responsabilidade Social, Agronegócio, Sustentabilidade; Empresa.

¹ Discente do curso de Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Campus Chapadão do Sul.

² Docente do curso de Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Campus Chapadão do Sul.

NESTLÉ: A SUA RESPONSABILIDADE SOCIAL E EMPRESARIAL E A GESTÃO DO AGRONEGÓCIO

*Eduarda Nogueira Martins Silva¹, Kawane Alves Maforte¹,
Nathali Santana da Silva¹, Isabele de Oliveira Barbosa¹,
Janaina Cabral da Silva², Susan Yuko Higashi².*

Resumo: O objetivo deste trabalho é analisar as práticas de responsabilidade social e sustentabilidade na gestão do agronegócio da Nestlé, visando promover o bem-estar das comunidades agrícolas e a preservação do meio ambiente. O presente trabalho tem caráter qualitativo, com o uso de dados secundários, obtidos por meio do site oficial da empresa e artigos científicos. Após análise, observa-se que as iniciativas de responsabilidade social da Nestlé no agronegócio brasileiro destacam-se pelo seu compromisso com o bem-estar das comunidades e o meio ambiente. No entanto, é necessário continuar melhorando e colaborando para enfrentar desafios em evolução e alcançar um desenvolvimento sustentável.

Palavras-chave: Responsabilidade Social, Sustentabilidade, Agronegócio Brasileiro, Desenvolvimento Sustentável.

¹ Discente do curso de Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Campus Chapadão do Sul.

² Docente do curso de Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Campus Chapadão do Sul.

UM ESTUDO SOBRE AS AÇÕES AGROSUSTENTÁVEIS NA JBS

*Ana Laura Gomes da Costa¹, Joandra Dias Paes¹,
Lana Leícia Borges¹, Robson Roberto Lovera Soares¹,
Victoria Danielli Fritzen Panazzolo¹,
Janaína Cabral da Silva², Susan Yuko Higashi².*

Resumo: O objetivo deste trabalho é analisar as ações de responsabilidade social na multinacional JBS, que faz parte do setor de agronegócio no Brasil, a fim de compreender como esta empresa trata as questões de sustentabilidade. Os métodos utilizados nesta pesquisa são classificados como documental e exploratório, com abordagem qualitativa. Diante dos resultados encontrados, observou-se que a JBS faz uma gestão sustentável dos recursos naturais de vida e da sociedade, fortalecendo os sistemas alimentares das comunidades ao redor e incentivando a educação como um todo e isto faz da empresa uma líder global da sua área.

Palavras-chave: Desenvolvimento sustentável, Responsabilidade social, Agronegócio, JBS.

¹ Discente do curso de Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Campus Chapadão do Sul.

² Docente do curso de Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – Campus Chapadão do Sul.

SOBRE A ORGANIZADORA

Narle Silva Teixeira é doutora e mestre em Educação, especialista em Liderança, Gestão e Inovação, especialista em Marketing e graduada em Desenho Industrial e em Pedagogia. Professora Adjunta do curso de Administração da UFMS em Chapadão do Sul/MS, atua em projetos relacionados ao empreendedorismo e inovação e práticas educacionais transformadoras.

Este livro foi editorado com as fontes Crimson Text e Montserrat.
Publicado on-line em: <https://repositorio.ufms.br>

ISBN 978-85-7613-843-3



9 788576 138433

 **editora
UFMS**