

INSTITUTO FEDERAL GOIANO
CAMPUS AVANÇADO IPAMERI
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO *LATO SENSU*
DOCÊNCIA NO ENSINO SUPERIOR

**A IMPORTÂNCIA DA EDUCAÇÃO FORMAL PARA O AMBIENTE
EMPRESARIAL**

IPAMERI (GO)
JULHO/2019
JACQUELLINE MACHADO P. NADER

INSTITUTO FEDERAL GOIANO
CAMPUS AVANÇADO IPAMERI
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO *LATO SENSU*
DOCÊNCIA NO ENSINO SUPERIOR

JACQUELLINE MACHADO P. NADER

**A IMPORTÂNCIA DA EDUCAÇÃO FORMAL PARA O AMBIENTE
EMPRESARIAL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto Federal Goiano, Campus Avançado Ipameri, como requisito parcial para a obtenção do título de Especialista em Docência no Ensino Superior, orientado pela professora Ms. Hilma Aparecida Brandão.

IPAMERI (GO)
JULHO/2019

A IMPORTÂNCIA DA EDUCAÇÃO FORMAL PARA O AMBIENTE EMPRESARIAL

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi julgado adequado/inadequado como parte dos requisitos para obtenção do título de Especialista em Docência no Ensino Superior e teve o parecer final como Aprovado/Reprovado, no dia _____, pelo Programa de Pós-Graduação *Lato Sensu* Docência no Ensino Superior, vinculado ao Instituto Federal Goiano (IFGoiano), Campus Avançado Ipameri, sob responsabilidade da Banca Examinadora:

Trabalho de Curso (TC) apresentado à banca examinadora em ____/____/____, constituída pelos professores(as):

Prof.^a Ms. Hilma Aparecida Brandão
Orientadora (IF Goiano)

Prof.^a -----
Membro Interno (IF Goiano)

Prof.^a -----
Membro Externo (---)

“O impossível existe até que alguém duvide dele e prove o contrário”.
(Albert Einstein)

SUMÁRIO

1 Introdução	6
2 Implantação do Campus Avançado de Ipameri	8
3 Inserção do curso superior de Tecnologia em Gestão Comercial no Campus de Ipameri	9
4 Projeto Pedagógico e área de atuação do curso superior de Tecnologia em Gestão Comercial	10
5 Disciplinas curriculares e o desenvolvimento do perfil profissional.....	12
6 Considerações Finais	18
7 Referências	19

A IMPORTÂNCIA DA EDUCAÇÃO FORMAL PARA O AMBIENTE EMPRESARIAL

Orientanda: Jacqueline Machado P. Nader
Orientadora: Ms. Hilma Brandão

Resumo: Este artigo propõe contextualizar a importância da educação formal no desenvolvimento de pessoas para o mundo empresarial. Para isso, levantamos, por meio de uma pesquisa documental nos arquivos do IFGoiano-Campus Avançado de Ipameri, dados referentes a grade curricular e ao projeto pedagógico do Curso Superior em Tecnologia em Gestão Comercial, propondo verificar a eficiência e eficácia do curso para a contribuição da qualificação profissional de pessoas (alunos do Curso) na região.

Palavras Chaves: Educação formal. Campus Avançado de Ipameri. Ambiente empresarial.

1 Introdução

Os anos 1990 trazem em seu bojo um novo tipo de demanda para o cenário sócio produtivo relacionado à busca de pessoas cada vez mais qualificadas para o mercado do trabalho, particularmente relacionado ao mundo empresarial, cujo objetivo é procurar e selecionar essas pessoas de modo a atender as suas expectativas. Pensando nessa questão, desenvolvemos este texto que discute a importância da educação formal para as empresas, no almejo de identificar e descrever quais as condições que definem os padrões de empregabilidade em relação ao trabalhador e da produtividade das empresas como estratégia de competitividade para a sua real sobrevivência no mercado nacional e, também, internacional.

Assim, para entender a importância da educação nesse processo de inserção das pessoas no mercado de trabalho, é necessário analisar os parâmetros que nos deixam claro que cada região possui suas atividades econômicas e suas particularidades ao que diz respeito ao nível e área de qualificação desejada, pois pessoas com educação, conhecimento e atitude alcançam seus objetivos pessoais e profissionais, desde que atendam às expectativas de formação voltadas para o mundo empresarial de cada local.

Essa concepção têm aumentado o número de pesquisas que versem sobre, inclusive na área da Pedagogia, nomeando-se por Pedagogia Empresarial, tendo como objetivo entender as relações que existem em uma

empresa, imparcialmente se trata-se de uma grande ou pequena, com fito a provocar alterações no comportamento de seus constituintes, melhorando o desempenho do profissional, em nível pessoal, interpessoal e familiar.

A área ajuda as empresas de educação corporativas, ou mesmo particulares, no direcionamento da feitura de programas instrucionais ou diretrizes didáticas. O trabalho do Pedagogo Empresarial tem exercício “no campo das Universidades Corporativas, no âmbito da Seleção de Pessoal, de Entrevistas, na aplicação de testes de conhecimentos ou de capacidade, testes psicológicos e de personalidades, com restrição a atuação e interpretação do psicólogo enquanto profissional capacitado para esta função” (SILVA, 2012, s./p.). A atuação desse profissional nos meios corporativos, com a função de planejar a aprendizagem, facilitar a aprendizagem e avaliar a aprendizagem, têm sido tão necessária, que, inclusive, na elaboração de planos de cursos ou metas de instituições financeiras e/ou empresariais o tem exigido.

Garcia (2015) nos explica que a Educação corporativa tem mostrado a sua importância e necessidade na garantia de evolução, pois a ela incube a função de fazer o indivíduo pensar criticamente, circundar-se, auto administrarem e satisfazerem ao perceberem que estão alterando o mundo beneficemente. Portanto, ao educar corporativamente está-se cooperando a humanização do ser, da empresa, da sociedade, do meio ambiente, isto é, nos vários níveis constituintes da responsabilidade social, uma vez que resultará em profissionais éticos, que, como dito por Silva (s./p.) e corroborado por Garcia (2015), contribuem para a agregação de valores no próprio trabalho, bem como no de suas famílias, empresas e comunidade em geral.

Essas teorias nos ajudam a compreender que a Educação Cooperativa, executada com destaque por universidades, institutos, escolas profissionalizantes etc., precisam estar em constante crescimento educacional, pois, com isso, estará se garantido também o sustento e fundamento do chamado vantagem competitiva alicerçado em um aprendizado permanente e um exercício excepcional das pessoas e, por conseguinte, das organizações.

Nesse perspectiva, uma das questões intrigantes ao se elaborar o plano de trabalho de um novo curso foi relacionar o entendimento de como as pessoas do município de Ipameri estão sendo preparadas para o mundo empresarial, por meio da educação formal. Além do mais, foi preciso saber se

existe um modelo educacional no município ou região com este objetivo. Para responder estas questões, buscou-se compreender, por meio de pesquisa documental, qual a importância da educação formal para o mundo empresarial e como as pessoas do município de Ipameri (GO) e região estão sendo preparadas para o mercado de trabalho nesta cidade, a partir do Curso Superior em Tecnologia em Gestão Comercial oferecido pelo IFGoiano, Campus Avançado de Ipameri.

O objetivo proposto foi alcançado viés análise documental dos anais de criação do Curso, onde foram identificadas e relatadas as demandas do município de Ipameri para a criação do Curso Superior em Tecnologia em Gestão Comercial. Ademais, descrevemos as áreas de atuação do curso e relacionamos as disciplinas curriculares oferecidas no curso com as habilidades propostas no perfil profissional descrito no projeto pedagógico.

Procurou-se, com isso, entender como o Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial prepara as pessoas para o mercado de trabalho local, ao mesmo tempo que procurou compreender a importância da educação formal para o melhor desempenho desses profissionais para as atividades comerciais.

Para tal, nas primeiras partes do artigo são apresentadas, com base em uma pesquisa bibliográfica, uma descrição dos documentos relacionados a Criação do Campus Avançado de Ipameri e a implantação do Curso Superior em Gestão Comercial. Em seguida, apresenta-se a análise de documentos, que possam responder às questões colocadas anteriormente. Os anos 90 trazem em seu bojo um novo tipo de demanda para o cenário sócio produtivo relacionada à busca de pessoas cada vez melhores qualificadas para o mercado do trabalho, particularmente relacionado ao mundo empresarial, cujo objetivo é buscar e selecionar essas pessoas de modo a atender suas expectativas.

2 Implantação do Campus Avançado de Ipameri

O Campus Avançado de Ipameri foi inaugurado em 2014, com todas as instalações doadas pela Prefeitura Municipal de Ipameri, com o propósito de aumentar a oferta de cursos técnicos na região, conforme portaria nº 505 de 10/06/2014, do Ministério da Educação. São ofertados neste Campus de

Ipameri, cursos técnicos de: Administração; Redes de Computadores; Ensino Médio integrado ao técnico em Comércio; e Ensino Médio integrado ao técnico em Redes de Computadores; que foram considerados como demanda do município em sua abrangência total.

O projeto de implantação do Curso Superior em Tecnologia em Gestão Comercial foi realizado em conjunto pelo grupo de profissionais do Campus de Ipameri e pelos setores empresariais da cidade, que se reuniram para discutir uma faculdade que agregasse as necessidades da realidade do município, conformando as prioridades e o perfil de atuação do egresso do curso. Isso tudo sempre considerando que o avanço tecnológico precisa ser dominado no atual mundo de trabalho e que o mercado exige profissionais qualificados (IFGOIANO, 2016).

3 Inserção do curso superior de Tecnologia em Gestão Comercial no Campus de Ipameri

De acordo com o projeto pedagógico do Curso de Tecnologia em Gestão Comercial, a sua elaboração principiou numa pesquisa de demanda de mercado, analisando a natureza social e econômica, para que se pudesse justificar a oferta do curso. Vários aspectos foram apontados como vantajosos para a inserção do curso, como:

- A localização do município foi considerada privilegiada, por fazer parte de uma rota de fluxo economicamente interessante, devido a fácil acessibilidade de cidades vizinhas.
- Em relação a análise do PIB, Ipameri demonstrou uma economia em crescimento, despertando o interesse de instalação de grandes empresas, que, por sua vez, necessitam de pessoas qualificadas para a realização do trabalho. O IDH (Índice de Desenvolvimento Humano) inferior também foi verificado, demonstrando a necessidade de melhoria em diversas áreas, incluindo à educação.
- A atividade econômica da cidade está diretamente relacionada ao comércio, indústria e administração pública, o que destacava ainda mais a demanda do curso.

- A carência de oferta de cursos superiores na cidade é um outro destaque, pois conta com apenas uma instituição, a Universidade Estadual de Goiás (UEG), que oferece apenas dois cursos (Engenharia Agrônômica e Engenharia Florestal), que não estão ligados ao comércio de modo geral, isto é, não se destinam ao atendimento direto ao cliente, pois estão ajuntados à atividades de outra natureza.

Considerando todas essas demandas, verificou-se a necessidade de preparar pessoas, por meio da educação formal, para o ambiente empresarial e de prepará-los para as constantes mudanças exigidas pelos avanços tecnológicos. Com este objetivo, as empresas buscam profissionais qualificados, mas, ao mesmo tempo, demonstram também uma certa insatisfação com o resultado dos profissionais que encontram atualmente, o que aponta para uma carência da região em relação a formação de mão de obra qualificada.

Assim, a decisão de ofertar o curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial ocorreu fundamentada nas necessidades do mundo empresarial, pois além de reconhecer todos os aspectos de demanda citados, o Campus Avançado de Ipameri também se dispunha de estrutura e quadro de servidores aptos.

4 Projeto Pedagógico e área de atuação do curso superior de Tecnologia em Gestão Comercial

Construído pelo Núcleo Docente Estruturante (NDE), o projeto pedagógico do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial buscou sua consolidação, entendendo que o aluno é sujeito da aprendizagem, enquanto o professor é um intermediador dentro do processo ensino-aprendizagem. Trata-se de um curso do eixo Gestão e Negócios, com carga horária total de 1.815 (mil oitocentas e quinze) horas, que aplica a teoria viés aulas expositivas em sala de aula e a prática por meio de visitas técnicas, sempre objetivando desenvolver as competências de gestão e atuando nas operações comerciais que contribuem para o alcance dos resultados.

O Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial tem como foco transações comerciais em setores como varejo, atacado etc. Habilita

profissionais com ampla capacidade de análise crítica em inúmeras condições econômicas e financeiras, a fim de buscar soluções efetivas para resolução de problemas e visão futurista relacionados ao planejamento, relacionamento com o cliente, qualidade de processos, implementação de sistemas de informações comerciais, logística, estoque, estratégia de vendas, gerenciamento de custos e liderança de equipes. Todas estas habilidades desenvolvidas buscam maior eficiência em processos e eficácia em resultados propostos pelo ambiente empresarial (IF Goiano, 2020).

As áreas de atuação nesse eixo de negócios e gestão são muito amplas, independente do porte da empresa, pois são desenvolvidas pelo curso de acordo com o projeto pedagógico, competências e habilidades, como:

- Gerenciamento de departamentos a nível estratégico, tático e operacional;
- Elaboração de ações de vendas e estratégias inovadoras;
- Aplicabilidade matemática nas transações comerciais;
- Negociação e argumentos para fechamento de negócios;
- Participação de todas etapas de projetos empresariais;
- Análise de metas e composto mercadológicos;
- Gerenciamento de custos e preços finais e referida logística de produtos;
- Domínio de legislações relacionadas aos direitos do consumidor;
- Gerenciamento de atividades em relação ao marketing integralizar atividades correlacionadas como recursos humanos, contabilidade, marketing, finanças e logística visando a qualidade em todos os processos.

Nos anos 1990, a preocupação com a educação formal começou a ganhar espaço em discussões dos diferentes segmentos da sociedade, como das grandes empresas que foram substituídas por empresas menores com capacidade de produção ainda maior. Neste contexto, a educação formal se insere como mão de obra qualificada nos diversos setores da economia, sobretudo com a introdução dos novos padrões tecnológicos, de organização e gestão da força de trabalho (APRILE, 2020).

Muitas empresas têm desenvolvido educação formal para seus trabalhadores e vem inserindo tais iniciativas em projetos relacionados a sua

responsabilidade social, que não pode ser confundida com ações de investimentos. Ficou comprovado que a educação formal, quando inserida em programas de educação formal desenvolvidas para empresas, estão para além de formar e desenvolver indivíduos para tais empresas, pois estão desenvolvendo ações educativas que geraram ganhos, que poderão ser revertidos beneficentemente para o indivíduo em forma de emprego, por exemplo, e para a sociedade de forma geral. Vale ainda mencionar a importância das parcerias das empresas com as escolas públicas para a formação e capacitação dos jovens para seu primeiro emprego (APRILE, 2020).

Segundo o IFGoiano (2016), a educação formal é muito importante tanto para o indivíduo quanto para a empresa, pois, no Brasil, o nível de escolaridade mesmo que tenha crescido nos últimos, ainda é considerado baixo para um país que está em desenvolvimento. Os cursos ofertados pelo instituto em Ipameri são primordiais para a comunidade, pois se inserem nas áreas que mais se destacam na economia da cidade ao que concerne a empregabilidade, quais sejam: Agropecuária, Extração Vegetal, Caça e Pesca, que agregam 34,8% da fatia dos empregos. Se analisarmos por outro ângulo, isto é, as demais áreas econômicas da região, percebemos que quase metade dos empregos formais na cidade estão relacionados com a área Comercial (IF Goiano, 2020).

5 Disciplinas curriculares e o desenvolvimento do perfil profissional

Fundamentado nas Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais, no Catálogo Nacional dos Cursos Superiores de Tecnologia (MEC/SETEC/2010) e na Lei nº 10.436, de 24/04/2002, o plano pedagógico apresenta a matriz curricular e oferece disciplinas, como: Ética, Cidadania e Sustentabilidade; Fundamentos de Administração, Economia e Marketing; Metodologia e Técnicas de Pesquisa; Comunicação Empresarial; Fundamentos de Contabilidade; Gestão de Pessoas; Inglês Instrumental; Matemática Aplicada a Negócios; Administração Financeira, de Materiais e Logística; Comportamento do Consumidor e Pesquisa de Mercado; E-commerce e Tecnologias de Apoio à Gestão Comercial; Criatividade e inovação; Custos e Formação de Preços; Gestão de Serviços e Qualidade; Gestão Operacional de Lojas; Planejamento e

Gestão Estratégica; Atendimento, Negociação e Vendas; Código do Consumidor; Desenvolvimento Pessoal e Profissional; Empreendedorismo; Liderança e Gestão de Equipes; e Orçamento empresarial. Trabalhando com essas diretrizes curriculares, objetiva-se preparar os alunos para o mercado de trabalho, moldando um “perfil profissional”, que segue as diretrizes curriculares mencionadas, que, como se percebe, compartilham com muito dos princípios da administração, especialmente quando cita-os e compara-os com as literaturas e conhecimentos específicos (SENAC, 2009).

A ética do trabalho está associada ao entendimento do trabalho, fundamentando-o em relações dignas, onde é construída a identidade, a realização pessoal e o estabelecimento de uma ordem social, baseando-se na igualdade e liberdade humana. Pode-se dizer, ainda, que toda essa construção tem ligação direta com o direito de exercer a cidadania de forma sustentável pautando-se sempre no bem comum (SENAC, 2009).

Os fundamentos da administração enfatizam teorias e conceitos, possibilitando técnicas e ferramentas para que as pessoas alcancem suas metas empresariais e, ao mesmo tempo, objetivos pessoais. É necessário lapidar pessoas para que as mesmas produzam de forma eficiente e eficaz, atingindo os objetivos das organizações de maneira econômica e lucrativa, não deixando de lado a humanização no trabalho. Uma empresa deve se preocupar com seu “capital humano”, valorizando os colaboradores e promovendo qualidade de vida no trabalho. A qualidade de vida está relacionada a percepção de bem-estar, a partir das expectativas de vida, necessidades individuais e ambientes social e econômico (FRANÇA, 2014).

O *marketing* pode ser trabalhado de várias formas, meios e veículos de comunicação, seja por mídia em massa, específica ou relacionamento direto com o cliente. Trata-se de um profissional que acerta na propaganda e chama a atenção do seu público alvo atendendo seu sistema de compra, para alcançar a sua meta. Tudo sendo realizado de maneira planejada, visando o investimento e o retorno de lucratividade, com solidez do negócio (GRAZZIOTIN, 2002).

A metodologia é uma explicação detalhada e exata dos meios utilizados para a aplicação de um método, a fim de desenvolver determinada pesquisa. As técnicas de pesquisas se referem à abordagem teórica, as técnicas de

coletas e a análise dos dados para a realização de determinado trabalho científico. Auxilia, ainda, na construção de vários relatórios e projetos desenvolvidos pelos profissionais envolvidos. A comunicação é indispensável e essencial para o ser humano e sua vivência em sociedade. Dentro de grupos e organizações, referem-se às informações, as expressões emocionais e ao controle e motivação, que são fontes básicas de interações sociais. A informação tem um papel importante na tomada de decisões, onde o gestor identifica e avalia as melhores escolhas através da comunicação hierárquica. E nesta era digital, surgiram várias comunicações além da verbal, não verbal e interpessoal. Trata-se de comunicações inovadoras através da internet, intranet, extranet, e-mail, videoconferência e diversas redes sociais (FRANÇA, 2014).

As organizações precisam ter controle patrimonial e econômico-administrativo, por isso os Fundamentos de Contabilidade são fundamentais para tomadas de decisões sobre os próximos passos da empresa, utilizando-se, principalmente, de seus balancetes fiscais. De forma particular, cada gestor administra o controle do seu negócio de maneira mais assertiva. Essas noções de contabilidade são quem determinam os investimentos de curto ou longo prazo (GRAZZIOTIN, 2002).

A empresa se move através dos colaboradores, por isso a Gestão de Pessoas tem como objetivo o desenvolvimento do capital humano nas organizações, através de modelos de gestão diretivo ou participativo. São utilizadas estruturas tradicionais, como as formas de departamentalização que podem ser categorizadas em funcional, geográfica, por processo, clientes, por produtos, período, estratégia ou amplitude de controle. A humanização e avaliação por competências no trabalho buscam motivar e reconhecer as pessoas nas suas funções do cotidiano, apresentando, ainda, uma relação mais próxima e harmoniosa entre empresa e colaborador, além de valorizar a importância das pessoas na conquista do sucesso das organizações (FRANÇA, 2014).

Com a globalização e, com isso, o aumento de exportações do Brasil, o contato, inevitavelmente, com empresas multinacionais, além da ampla expansão de companhias nacionais, tornou-se necessário e essencial o domínio básico da língua inglesa. O Inglês Instrumental trata-se de uma

aprendizagem específica da língua, baseada no modelo (E.S.P.) *English for Specific Purpose*, que é muito utilizada no Brasil como forma de ensino. É uma espécie de inglês voltado ao ramo negócios, isto é, um conteúdo com propósitos mais definidos a área (WIZARD, s./d.).

A matemática está presente na vida de todos, e seu domínio no ramos das empresas pode determinar a sua permanência do mercado. Fechar positivo não é apenas uma meta, trata-se da saúde financeira e sua sustentabilidade. É necessário ter fluxo de caixa, por isso a Administração Financeira busca esse controle, pelo qual o gestor irá avaliar ao que diz respeito a comprar ou investir, verificar se sua logística está dentro do custo permitido, determinar qual prazo e formas de pagamento consegue oferecer ao seu consumidor relacionando ao seu capital de giro, dentro tantas outras decisões financeiras. As organizações controlam seu capital de acordo com o comportamento do mercado, enfrentando desafios como concorrência, sazonalidade, quedas na venda ou produtividade, e tudo isso é minuciosamente calculado para que se garanta a sua sobrevivência perante a competitividade. O lucro é consequência em face a todos os fatores citados (GRAZZIOTIN, 2002).

Na Gestão Comercial, um negócio é direcionado em conformidade com o comportamento do consumidor, para isso são realizadas pesquisas de mercado no intuito de entender as necessidades e desejos do cliente. O gestor, de fato, precisa entender o seu público-alvo para acertar na hora da compra de mercadoria ou matéria-prima, ou, ainda, dispor de serviços que atendam seus clientes. Ter uma visão global e local do mercado em que atua, além de acompanhar as mudanças constantes, é importante para o aumento das atividades da empresa. Por isso, pesquisar produtos similares, preço praticado, analisar as estratégias da concorrência e verificar o que os clientes buscam, são práticas de pesquisa de mercado que almejam entender o comportamento das pessoas, satisfazendo as necessidades delas e gerando receita a empresa (GRAZZIOTIN, 2002).

A tecnologia de informação é uma realidade virtual que chegou ao mercado facilitando e deixando as empresas ainda mais organizadas. Através de um Sistema de Informação, pode-se controlar diversas atividades, como: controle financeiro, estoque, análise de relatórios diversos, entradas e saídas

de produtos ou serviços, controle patrimonial, acompanhamento de vendas, etc. Toda essa inovação virtual trouxe flexibilização e apoio a gestão organizacional. O E-commerce (comércio eletrônico ou venda pela internet) expandiu os negócios e trouxe comodidade ao cliente, que pôde realizar suas compras sem sair de casa. As empresas que trabalham com essa modalidade, além de serem mais econômica devido à redução de pessoal para realização de vendas, são, ainda, um diferencial de mercado, isto porque, inovação é a palavra chave para a perpetuação de uma atividade, empresa ou organização. O mundo está em constantes mudanças e nesse ambiente de novidades o gestor precisa estar inserido para acompanhar os pensamentos ansiosos do consumidor por novidades. Os ciclos de inovação são cada vez mais rápidos, onde a criatividade deve ser equilibrada para aproveitar o máximo de oportunidades que surgem. É interessante avaliar os acontecimentos, buscando seguir as tendências de mercado, para não ficar atrás dos concorrentes (GRAZZIOTIN, 2002).

A atividade comercial tem um ponto fundamental que é a formação de preço de venda, que deve remunerar a empresa e satisfazer o consumidor. Realizar uma boa compra a um custo total, ou seja, onde o preço final do produto também dê a oportunidade de crescimento. O serviço, de modo geral, é um tipo de produto que não se apresenta de maneira concreta. A prestação desse serviço normalmente desenvolve atividades comerciais que chegam ao consumidor como um produto. A qualidade está diretamente ligada à satisfação do cliente em relação ao produto ou serviço adquirido. Essa é a preocupação nos cuidados da qualidade, que se inicia desde a matéria-prima, a produção, a comercialização, ao relacionamento com o cliente e a entrega. Todas as fases são importantes para que a qualidade seja garantida, por isso muitas empresas ainda buscam certificações de qualidade onde criam departamentos e procedimentos, treinamentos aos funcionários e investimento em infraestrutura, assegurando, assim, a qualidade. A falta de comprometimento com a segurança pode colocar o negócio em risco, uma vez que clientes insatisfeitos, na maioria dos casos, não retornam (SENAC, 2011).

A gestão operacional de lojas é de responsabilidade do gestor e se relaciona a todas as demais atividades da organização. Por isso, a Tecnologia de Informação torna a gestão mais facilitada em relação a vendas, a compras,

a relatórios, a estoque, a financeiro etc. Outra parte muito importante é o envolvimento das pessoas em relação a essa gestão. Portanto, gerir pessoas é um diferencial decisivo para o sucesso das empresas, pois a produtividade e, posterior, lucro chegam através delas. Treinar e investir nas pessoas traz, além de valorização, uma relação mais sólida entre as partes, facilitando a realização dos anseios pessoais e profissionais, tornando-os um bem comum (DUTRA, 2001).

O Planejamento é a criação de um projeto com meios otimizados, que através da Gestão Estratégica busca a obtenção de resultados, objetivos e metas pré-estabelecidas, traçando uma estrutura necessária e mão de obra qualificada. Por isso, é realizado um estudo minucioso, baseando-se a construção do projeto com um cenário real de atuação, analisando o momento social e econômico e definindo prioridades de investimento (SENAC, 2009).

O atendimento é um fator de grande relevância, principalmente em comércio, onde a venda de determinado produto ou serviço não é medida apenas por preço, mas envolve todo um processo, desde a abordagem à pós venda. A negociação é muito importante para o fechamento de vendas, porém o cliente necessita se sentir valorizado, portanto o foco precisa ser na sua satisfação. A preferência do cliente tem que ser vista como o verdadeiro capital empresarial, infelizmente poucas organizações percebem isso (FALCONI, 2009).

Segundo a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, o código de proteção e defesa do consumidor Cap. I, Art. 1º, cita: “O presente código do estabelece normas de proteção e defesa do consumidor, de ordem pública e interesse social, nos termos dos arts. 5º, inciso XXXII, 170. inciso V, da Constituição Federal e art. 48 de suas Disposições Transitórias”. Ressalta, ainda, a responsabilidade do fornecedor em relação ao produto ou serviço prestado perante ao consumidor. De acordo com Dutra (2001, p. 20), a Gestão de Pessoas deve ser entendida como o conjunto de políticas, ações, práticas e padrões utilizados pela empresa, influenciando o comportamento das pessoas e direcionando-as ao trabalho. Nesse contexto, o desenvolvimento pessoal e profissional está diretamente ligado a investimento no capital humano através de treinamentos, cursos, workshops, avaliação de desempenho, planos de carreira, sistema de remuneração, entre outros. Empreendedorismo não

envolve apenas aumento de produção e lucro, mas também está inserido no desenvolvimento econômico, iniciando e construindo mudanças nas estruturas organizacionais e impactando na sociedade. Gerir recursos agregando valor aos serviços e produtos oferecidos e explorar as oportunidades visando eficiência e eficácia nos processos são papéis de um bom empreendedor.

A liderança tem o objetivo de influenciar pessoas, direcionando-as a trabalharem para o alcance de um objetivo em comum. Um gestor desenvolve esse papel perante sua equipe e, nesse trabalho, alguns aspectos são importantes, como: o diálogo, a capacidade de argumentação e negociação, ser um bom ouvinte, construir ideias de maneira conjunta, cooperação, aprender a ceder, manter uma postura ética, valorizar as pessoas, despertar a confiança mútua, superar as objeções de maneira construtiva etc. Assim, todos os profissionais devem incorporar esses aspectos no trabalho em equipe buscando o resultado planejado (SENAC, 2011).

O orçamento empresarial tem a finalidade de planejamento financeiro, controlando receitas e despesas, cooperando para a saúde empresarial. Sua metodologia envolve alocar recursos financeiros predefinidos, que podem ser planejados anualmente e executados mensalmente, sempre relacionadas a metas da organização.

Destarte, na grade curricular do curso, é trabalhado todo esse conteúdo, preparando os alunos para se encaixarem em diversos modelos empresariais, seja ele atacado, varejo, distribuição etc. Baseada numa metodologia de ensino concreta, em uma instituição comprometida com o trabalho em prol da sociedade, pode-se afirmar que os profissionais de Tecnologia em Gestão Comercial estão aptos ao exercício da profissão (GRAZZIOTIN, 2002).

6 Considerações Finais

A educação formal gera grandes resultados para a economia da cidade em sua totalidade. Percebe-se que a instituição de ensino é comprometida com o tipo de profissional que será habilitado nos cursos oferecidos, e que, em especial o Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial, capacita pessoas para o mercado de trabalho, o que proporciona melhores oportunidades e expectativas de vida.

A população tem aproveitado a oferta dos cursos e se dedicado e corrido atrás das demandas da cidade e região para conseguirem entrar no mercado de trabalho, por isso o planejamento feito pela instituição vem sendo satisfatório e benfazejo. As empresas têm ofertado vagas, bem como recrutado e selecionado profissionais preparados, trazendo benefícios para a população, que, por sua vez, usufrui de um atendimento cordial, com eficiência nos processos de eficácia em relação aos produtos e serviços adquiridos. Pode-se observar no cotidiano e vivência do comércio local que os alunos formados, e em formação pelo Campus Avançado de Ipameri, atuam na sua área de acordo com as disciplinas trabalhadas e ofertadas pelo Curso de Tecnologia em Gestão Comercial, que por disponibilizar mão de obra qualificada, vem contribuindo para a geração de renda da sociedade ipamerina.

7 Referências

COSTA, Adriano. **Apresentação**: Metodologia de Pesquisa - tipos de pesquisas. 2020. Disponível em: <<https://docente.ifrn.edu.br/andreacosta/desenvolvimento-de-pesquisa/metodologia-da-pesquisa>>. Acesso em: 20 jan. 2020.

DUTRA, Joel Souza. **Gestão por competência**: um modelo avançado para o gerenciamento de pessoas. 11. ed. São Paulo: Editora Gente, 2001.

FALCONI, Vicente. **O Verdadeiro Poder**. São Paulo: NOVA LIMA, 2009.

FRANÇA, Ana Cristina Limongi-. **PRH**: conceitos, ferramentas e procedimentos. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2014.

IFGOIANO. **Página Inicial site do IF Goiano Campus Avançado Ipameri**. Disponível em: <<https://www.ifgoiano.edu.br/home/index.php/contato/8-if-goiano-campus-avancado-ipameri.html>>. Acesso em: 05 jan. 2020.

GARCIA, Alessandro. **Educação corporativa**: a importância e necessidade para a evolução. 2015. Disponível em: <<https://www.rhportal.com.br/artigos-rh/educacao-corporativa-importancia-e-necessidade-para-a-evolucao/>>. Acesso em: 05 jan. 2020.

GRAZZIOTIN, Gilson. **A Arte do Varejo**: o pulo de gato está na compra. 6. ed. São Paulo: Senac, 2002.

IMED. **IMED**. Disponível em: <www.seer.imed.edu.br: <https://seer.imed.edu.br/index.php/revistasi/article/viewFile/612/522>>. Acesso em: 30 mar. 2020.

SENAC, EAD. **Ética e Trabalho**. 2 ed. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2009.

SILVA, Luiz da. Pedagogia Empresarial: valorizando saberes, qualificando práticas, formando referências. In: BRASIL ESCOLA. **Monografias Brasil** Escola. São Paulo. 2012. Disponível em:
<<https://monografias.brasescola.uol.com.br/pedagogia/pedagogia-empresarial-valorizando-saberes-qualificando-praticas.htm>>. Acesso em: 25 mar. 2020.

WIZARD. Entenda o que é inglês instrumental. s./d. Disponível em:
<[www.wizard.com.br: https://www.wizard.com.br/idiomas/entenda-o-que-e-ingles-instrumental/](https://www.wizard.com.br/idiomas/entenda-o-que-e-ingles-instrumental/)>. Acesso em: 25 mar. 2020.