

SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM COMERCIAL - SENAC

Faculdade Senac em Palhoça

809.954. 970 - 87

119. 573. 308 – 99

888.712.319 - 53

RH + FORTE

Empresa Júnior em Gestão de RH

Agosto

2016

RESUMO

Uma empresa forte em seu sistema de Gestão de RH encontra uma importante via para expansão de suas fronteiras diante da posição fundamental da área na elicitação do conhecimento. Buscas sistemáticas de literatura indicam que as empresas que atuam no mercado catarinense direcionam seu foco para o Recrutamento e Gestão de Vagas. No entanto, com o desenvolvimento das novas Tecnologias de Comunicação e Informação (TIC), em especial, a Gestão de RH vem a cada dia ampliando seu âmbito com atuação em áreas convergentes como a Comunicação Organizacional, Sistemas de Informação, Diagnóstico Empresarial, Gestão de Pessoas e Equipes, entre outras. Paralelo a isso, ressalta-se o papel do Movimento Empresa Júnior (MEJ) como elo de ligação de sucesso entre a pesquisa acadêmica e o mercado para os estudantes, futuros profissionais. Assim, este projeto apresenta a proposta de uma empresa júnior/agência modelo voltada para atender micro e pequenas organizações, empreendedores, de modo a alavancar a economia e consolidar os empreendimentos na região da Grande Florianópolis, com sede em Palhoça, a “cidade das oportunidades” e um dos municípios que mais cresce no país. A partir da experiência verificada com a implementação da RH + FORTE será possível, igualmente, promover estudos e pesquisas de incentivo à inovação em um setor estratégico a todas as empresas que já despertaram para o conhecimento como fator diferencial de crescimento e consolidação.

Palavras-chave: Gestão; Recursos Humanos; Empresa Social

1 CONTEXTUALIZAÇÃO/INTRODUÇÃO

Este trabalho apresenta um projeto destinado a concorrer à premiação TALENTO PROFISSIONAL SENAC 2016 e tem por objetivo definir a proposta de uma agência modelo de formação e serviços em Recursos Humanos inspirada na filosofia do Movimento Empresa Júnior, que é reconhecido como um dos maiores movimentos jovens do mundo (ESAG, 2016).

Constituindo-se uma associação civil sem fins lucrativos e com objetivos educacionais, a empresa júnior é regulamentada pela lei 13.267/16, podendo oferecer serviço de qualidade e baixo custo, por ter seu próprio custo operacional e tributação reduzidos. Sua importância se destaca em especial a micro e pequenas empresas que não têm acesso ao conhecimento com tanta facilidade como as grandes corporações, em um ambiente cada vez mais competitivo.

A empresa júnior, no entanto, vai além de ser importante ferramenta para o desenvolvimento econômico e social de um país, pois sua aderência à educação implica um grande diferencial em relação à consultoria e elaboração de projetos, uma vez que com seu viés social contribui para a formação dos alunos, à pesquisa e à inovação.

Um exemplo bastante típico em nosso Estado é a empresa júnior da tradicional da Escola Superior de Administração e Gerência (ESAG) da Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC). Com 22 anos de experiência e mais de 250 projetos já realizados, a escola ressalta seu “time de consultores que são apoiados e orientados por professores da instituição [...] que ajudam a validar a metodologia dos projetos” (ESAG, 2016).

A escola ressalta o fato de a gestão da empresa júnior ser exercida pelos próprios alunos e, assim, proporcionar conhecimento prático relacionado às áreas que estudam, além do “incentivo à inovação e ao empreendedorismo com abordagem e solução de problemas com a definição de estratégias [...] preparando o universitário para o mercado” (ESAG, 2016).

Outro bom exemplo é a empresa Comunica!, do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), voltada à produção no âmbito da

Comunicação Organizacional. Criada em 2010, a empresa tem o objetivo de oportunizar formação complementar a seus acadêmicos “através da experimentação de situações reais do mercado de trabalho [...] para soluções inovadoras em Comunicação” (COMUNICA!, 2016).

No Brasil, a Brasil Júnior (BJ) representa a Confederação Brasileira de Empreendedores Juniores e congrega inúmeras Federações espalhadas pelo país. Em Santa Catarina, a Federação das Empresas Juniores do Estado (FEJESC) conta com a participação de 400 empreendedores juniores em 22 empresas juniores federadas (FEJESC, 2016).

Conforme buscas sistemáticas realizadas para este projeto, as empresas de Gestão em RH no Estado centram o foco em recrutamento e oferta de vagas. Com as palavras chaves “agência modelo RH SC” na plataforma Google surgiram 35 sites de empresas relacionadas ao tema. Fazendo-se a constrição e descartando-se pelos critérios de duplicidade e sites específicos como o da OAB-SC e Sicoob, que atuam com Direito e Seguros, respectivamente, verificou-se que as empresas atuam na área de recrutamento e oferta de vagas.

A Gestão de RH, porém, abarca um leque mais complexo de atuação. Dada sua especificidade, que se soma ao recrutamento, como pesquisa de clima organizacional, gestão de equipes, comunicação empresarial, sistemas de informação, uma empresa júnior ou agência modelo com foco em Gestão de RH reúne todas as condições de constituir-se como diferencial nesse mercado.

Elaborada com o talento dos nossos jovens alunos do Curso Superior de Gestão em Tecnologia de Recursos Humanos, a RH + FORTE reúne todas as condições de atender significativa parcela da economia local, Palhoça, assim como a área geográfica de atuação, a Grande Florianópolis, incluindo a capital. A RH + FORTE também poderá constituir importante instrumento de atuação para o SENAC, sem competir com os serviços já oferecidos, visto que sua aderência educacional, a custos ainda mais reduzidos, constituem um diferencial.

1.1 Caracterização do Problema

- Considerando o contexto colocado e a lacuna verificada, o problema parte da seguinte pergunta: Como atender especialmente micro e pequenos empreendedores na região da Grande Florianópolis em Gestão de RH, com foco no estímulo permanente à educação e ao avanço do conhecimento?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo Geral:

- Oferecer consultoria em Gestão de RH para pequenas organizações, estabelecendo elos de convergência conceitual junto às áreas de Gestão, Empreendedorismo, Tecnologias da Informação e Comunicação Organizacional.

1.2.2 Objetivos Específicos:

- Organizar grupo de pesquisa interdisciplinar, captando talentos junto ao (s) curso (s) de formação do SENAC;
- Identificar a estruturação detalhada de uma agência com foco em Gestão de RH;
- Desenvolver pesquisa em inovação associada a áreas convergentes.

1.3 Justificativa

Micros e pequenas empresas representam 99% das empresas brasileiras e totalizam a fatia de 25% do PIB nacional (AZEVEDO, 2013). O significativo impacto desses pequenos negócios na economia do país tem sido acompanhado de perto pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), que registra uma escalada ascendente do empreendedorismo nos últimos 12 anos.

Somente no triênio 2009-2012, houve um crescimento de 49 mil para 2,9 milhões de microempreendedores individuais (MEI), enquanto os donos de micro e pequenas empresas (MPE) foram de 3 milhões para 4 milhões (SEBRAE, 2016). Até 2022, o SEBRAE nacional estima que haverá 12,9 milhões de pequenos empreendimentos no país.

Segundo o SEBRAE (2016), entre 2000 e 2012 esses segmentos geraram 52% dos empregos formais e os salários pagos pelos pequenos negócios tiveram um aumento real de 32%, superando o reajuste de 22% praticado no mesmo período pelas grandes e médias empresas. O fato é atribuído em grande parte à criação da Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas em 2006, o que contribuiu para estimular esse desempenho, com a incorporação de facilidades burocráticas, antes inexistentes.

O nível de escolaridade também mudou. Quase metade dos novos empreendedores tem pelo menos o segundo grau completo. Para o SEBRAE (2016), o aumento da escolaridade é um dos fatores que mais fortalece o empreendedorismo no país, contribuindo para que o índice de sobrevivência das empresas tenha se expandido nos últimos anos. Esse melhor nível de escolaridade e o entendimento de que a empresa pode ser atingida por condições adversas, caso não esteja preparada para o mercado, coloca a importância da Gestão de RH e suas áreas de atuação convergentes.

A Gestão de RH ultrapassa o mero recrutamento de mercado, atuando hoje com Gestão de Pessoas e Equipes; Diagnóstico Empresarial; Sistemas de Informação e a Comunicação Organizacional, entre outras áreas do conhecimento. Comunicação Organizacional, tradicionalmente conhecida como Comunicação Empresarial, por exemplo, tornou-se mais ampla do que o próprio mundo corporativo, englobando hoje toda e qualquer organização, pública ou privada, com ou sem fins lucrativos.

De acordo com Kunsch (2002, p.150), o termo 'organizacional' contempla todo o espectro das atividades comunicacionais, não se restringindo ao âmbito do que se denomina "empresa". O papel abrangente da Comunicação, tendo em vista o necessário olhar ao ambiente organizacional, estratégias de marketing e endomarketing, relações institucionais – é uma questão que se coloca como desafio em tempos de economia próspera e, mais ainda, em "tempos de incerteza", quando um contexto desfavorável, como o de hoje, assola o meio empresarial e o mundo do trabalho.

Para Santa Catarina, a RH + Forte adere a uma vocação do Estado, que tem no empreendedorismo em seu DNA. De acordo com dados do Sebrae-SC (2014) 99% das empresas catarinenses são micro, pequenas e médias organizações, que empregam 62% da massa trabalhadora. Conforme o diretor de Economia e Finanças da instituição, Sérgio Cardoso, "Santa Catarina é um Estado essencialmente empreendedor, evidenciando a coragem, a ousadia e a criatividade da população" (CARDOSO, 2014, p. 14).

O Sebrae-SC (2014) dispõe de outro dado relevante: o Estado conta com cerca de 120 mil microempreendedores individuais e está entre os 10 Estados brasileiros com melhor índice de formalização das organizações. "Em um estado industrial, a terceirização acaba surgindo. Essas oportunidades vêm acontecendo na última

década e juntaram-se com a veia empreendedora da população", avaliou, em entrevista ao jornal Diário Catarinense, o gerente de Comunicação e Mercado do Sebrae-SC Spyros Diamantares (DE BONA ET AL., 2014, p. 24).

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

As organizações que constituem a combinação de esforços individuais com a finalidade de realizar propósitos coletivos estão hoje em um contexto de complexidade colocado pela Sociedade da Informação (CASTELLS, 2000). Segundo Magnus (2014), a imagem das organizações passou a representar um fator estratégico tão importante quanto produtos e serviços, em um cenário onde as empresas também querem ser reconhecidas como empresas cidadãs.

Esse contexto que engloba a visão da sustentabilidade faz emergir a importância do conhecimento como "o principal agregador de valor na organização" (NONAKA E TAKEUCHI, 2008). Nessa mesma Sociedade da Informação, o empreendedor já persegue um melhor nível de escolaridade, diante da comprovação de que só o conhecimento prático não é mais suficiente para competir no mercado.

Apesar de todas essas mudanças, há lacunas identificáveis na "era da incerteza" de uma "sociedade líquida" (BAUMANN, 2016) a compor um quadro a que Lipovetski (2010) chama de "felicidade paradoxal". Com efeito, entre os avanços identificados, que são consideráveis, há um longo caminho a estabelecer esse paradoxo: crescemos, mas ainda assim a América Latina se constitui na região mais desigual do planeta, com 180 milhões de pobres (KLIKSBURG, 2016).

Por esse, entre inúmeros outros motivos de causas sociais, econômicas e políticas, incentivar o empreendedorismo torna-se fundamental. No que tange às pequenas organizações – onde se incluem não apenas pequenas e micro-empresas, mas ONGS e demais organizações civis com fins sociais – sobreviver nesses "tempos de turbulência", mediante mudanças rápidas e às vezes inesperadas, exige preparo.

É comum que pequenas organizações enfrentem problemas de caixa, especialmente na questão básica do capital de giro, que faz o negócio se manter. Quando as prioridades apertam para que o pequeno negócio possa sobreviver, a Gestão de RH com seus elos de convergência lança à organização um olhar

globalizante: é preciso cuidar do clima organizacional, saber fazer um Plano de Negócios, um Plano de Comunicação (ou demais estratégias de pesquisa e marketing), fatores de questão estratégica para a empresa.

O conteúdo a ser trabalhado e oferecido pela RH + FORTE como serviço à pequena organização também contempla a possibilidade de aporte teórico a partir de pesquisas junto ao público-alvo e às redes sociais. Daí a possibilidade de inovação. A proposta engloba a construção de bases de conhecimento, um repositório virtual, não só de documentos, mas de depoimentos pessoais e pesquisas relacionada ao que pode e deve ser melhorado em termos de atendimento na área.

Para tanto, propõe-se uma atuação de perspectiva interdisciplinar, aberta a reunir outras áreas de conhecimento no âmbito de atuação do SENAC. A perspectiva interdisciplinar abre as portas para inovar-se. Segundo Pacheco (2013), para uma parcela cada vez maior de pesquisadores, a interdisciplinaridade de diversos saberes é uma resposta aos desafios colocados pela complexidade do mundo contemporâneo, com problemas que a disciplinaridade não deu conta de resolver – fome, exclusão, falta de mobilidade urbana, poluição, entre outros.

Em entrevista ao jornal Diário Catarinense (WENZEL, 2016), o presidente executivo do Comitê para Democratização da Informática de Santa Catarina, Heitor Blum S. Thiago, ressalta que o empreendedorismo social não deve ser confundido com assistencialismo. Ao contrário, mesmo sem fins lucrativos uma empresa deve estar atenta ao mercado, avaliando a si mesma tal qual avaliaria um negócio privado. Assim, é imprescindível trabalhar com planejamento e acompanhar o alcance de metas, refletir sobre sua viabilidade financeira e, em especial, se contribui para transformar a vida das pessoas.

A escolha da área de atuação na Grande Florianópolis, tendo Palhoça como base não é aleatória. De acordo com dados da Prefeitura Municipal (2016), Palhoça foi considerada a cidade mais dinâmica do país em 2011 pela Organização Mundial dos Estados e Municípios. No ranking brasileiro de vocação para o comércio ocupa a sexta colocação, responde por 55% da produção nacional em maricultura e em menos de uma década chegou ao grupo das cidades com maior arrecadação do Estado, sendo considerada como “a cidade das oportunidades”.

3 DESENVOLVIMENTO

3.1 Métodos e Procedimentos

A pesquisa proposta pelo Projeto RH + FORTE é aplicada e aborda o problema de forma qualitativa. A estratégia de ação para alcançar seu desenvolvimento foi subdividida nas etapas que seguem:

- *Implementação de um núcleo de pesquisa interdisciplinar;*

Esta etapa contempla a formação de um núcleo de pesquisa com a agregação dos saberes de diferentes áreas pertinentes às necessidades das pequenas organizações.

- *Definição dos conteúdos a serem pesquisados em Gestão de RH;*

Esta etapa é baseada na experiência de pesquisa e docência dos pesquisadores envolvidos nesta pesquisa, com foco na interdisciplinaridade de áreas. Serão utilizados conteúdos fundamentais definidos pelo coletivo do grupo de pesquisadores, entre docentes e alunos.

- *Construção de mapa conceitual de conteúdos básicos*

Através de mapas conceituais serão estabelecidas as relações entre os conceitos fundamentais de Gestão de RH, propriedades e aplicabilidade para com a comunidade interna e externa à Instituição.

- *Construção de ambiente virtual para o conhecimento em RH*

Pesquisa na forma de livros e artigos científicos, assim como trabalhos oferecidos na forma de projetos proporcionarão nova geração de conhecimento.

3.2 Custos do Projeto (estimativa)

Itens	1º ano	2º ano	3º ano
Bolsas	60.000,00	60.000,00	60.000,00
Produção de material didático-institucional	0,0	0,0	0,0
Publicação de artigos científicos	0,00	0,00	0,00
Pagamento de material de consumo	500,00	500,00	500,00

VALOR TOTAL EM RECURSOS DE CUSTEIO (R\$)			
Valor Total	60.500,00	60.500,00	60.500,00

3.3 Resultados esperados

Esta pesquisa aponta como principais resultados: a instrumentalização das pequenas organizações por meio de consultoria em Gestão de RH em todos os níveis que perpassam a organização. Assessoria de Imprensa, Plano de Comunicação, Plano de Negócios, vários são os métodos e técnicas que permitem à pequena organização intensificar sua presença no mercado.

Entidades sem fins lucrativos também serão beneficiadas com ganhos à imagem institucional, podendo assim estimular o exercício da cidadania em uma perspectiva sustentável. Demais resultados incluem: a divulgação do SENAC como instituição que se consolida em educação e cidadania; a publicação de artigos em anais de congressos, revistas e demais periódicos, e relatórios parciais (anuais) e o relatório final de pesquisa.

As metas em relação à formação e aperfeiçoamento de docentes e alunos estabelecem a contribuição à pequena organização e à sociedade de modo geral, assim como o compartilhamento do conhecimento entre os pares. Nossa perspectiva é de que ao término do projeto seja ampliado o acesso ao conhecimento para as pequenas organizações, com aporte de teoria a alunos e professores.

Com a implementação do projeto será possível avaliar os resultados do movimento de pertencimento do pequeno empreendedor e adicionar ao Curso Superior de Tecnologia em Gestão de RH um elemento de inteligência estratégica.

3.3.1 Granularidade

Pesquisa – A Gestão de RH aumenta o sentimento de empoderamento dos participantes da organização?

Ensino – Clima Organizacional; Gestão de Pessoas e Equipes; Briefing; Plano de Negócios; Plano de Marketing; Plano de Comunicação;

Extensão – ONGs, Empreendedores, Organizações Cívicas, Grupos de Pesquisa e comunidade em geral

3.3.2 Em ensino

- Instrumentalizar o aluno para a Gestão de RH, o empreendedorismo e a prática de mercado;
- Colocar em prática os conhecimentos aprendidos (utilização do método 4 As, de Reimar Richards);
- Estimular a visão crítica do aluno para o discurso;
- Afinar a visão social do aluno no contexto de RH;
- Despertar a consciência profissional do aluno que se constrói como sujeito de sua história.

3.3.3 Em pesquisa

- Aprofundar e agregar fundamentos teóricos da Gestão em RH;
- Desenvolver teoria sobre o método de consultoria em RH;
- Ao final de cada ano: um livro por ano, pelo menos 2 artigos científicos para participação em congressos.

3.3.4 Em extensão

- Ajudar os pequenos empreendedores, ONGS, organizações a atuar com Gestão de RH e aumentar a percepção de valor da marca no mercado;
- Desenvolver processos de geração e divulgação de conteúdo nessas organizações;
- Conscientizar sobre a importância da Gestão em RH.

3.4 Metas estabelecidas

		2017	2018	2019	Total

com os investimentos que nela forem feitos, chegando, quem sabe, a tornar-se autossustentável.

No caso da ESAG, que inspirou este projeto, a escola informa que todo dinheiro arrecadado com o trabalho dos alunos e professores é destinado ao próprio crescimento da empresa e à capacitação de seus integrantes. Um grupo forte oferece as condições para a viabilidade de uma instituição forte. A RH + FORTE tem tudo para elevar a marca do SENAC em nível acadêmico e de mercado.

REFERÊNCIAS:

- BAUMANN, Z. Modernidade Líquida. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=FOeCu4-kmA0>, acesso em 13 maio 2016.
- CASTELLS, M. A era da informação: economia, sociedade e cultura. São Paulo: Editora Paz e Guerra, 2000.
- COMUNICA! Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Disponível em http://jornalismo.ufsc.br/?page_id=538, acesso em 27 julho 2016.
- ESCOLA SUPERIOR DE ADMINISTRAÇÃO E GERÊNCIA (ESAG). Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC). Disponível em <http://esagjr.com.br/>, acesso em 18 junho 2016.
- FEDERAÇÃO DAS EMPRESAS JUNIORES DO ESTADO DE SANTA CATARINA (FEJESC). Disponível em <http://fejesc.com.br/>, acesso em 17 julho 2016.
- KLIKSBERG, B. Reflexiones sobre desigualdad y pobreza. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=xZlI8Wqv-AA>, acesso em 03 junho 2016.
- KUNSCH, M. *Planejamento de relações públicas na comunicação integrada*. 2. ed. São Paulo: Summus, 2002.
- LIPOVETSKY, G. A felicidade paradoxal. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.
- MAGNUS, C. DE O. Controle interno financeiro em uma entidade sem fins lucrativos. Monografia. (Graduação em Ciências Contábeis), Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Florianópolis, 2013. Disponível em <http://tcc.bu.ufsc.br/Contabeis293891>, acesso em 20 mar.2014.
- NONAKA, I.; TAKEUCHI, H. Managing Flow. Nova York: Palgrave Macmillan, 2008.

PREFEITURA MUNICIPAL DE PALHOÇA. Vídeo institucional. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=oe2vPyF63CE>, acesso em 02 agosto 2016.

SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE) NACIONAL. Disponível em <http://uc.sebrae.com.br>, acesso em 15 julho 2016

SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE) SANTA CATARINA. Disponível em <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sc?codUf=25>, acesso em 01 julho 2016.

WENZEL, K. Setor de Tecnologia alavanca empreendedorismo em Florianópolis. Diário Catarinense, 19/12/2014. Disponível em <http://dc.clicrbs.com.br/sc/noticias/noticia/2014/12/setor-de-tecnologia-alavanca-empreendedorismo-em-florianopolis-4666035.html>, acesso em 21 junho 2016.