

**FACULDADE LUCIANO FEIJÃO**

**JÚLIA ADÃO DE SOUZA**

**RELATÓRIO DE ESTÁGIO SUPERVISIONADO I:  
DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL DA EMPRESA BIOTEK**

**Sobral/2015**

FACULDADE LUCIANO FEIJÃO

JÚLIA ADÃO DE SOUZA

**RELATÓRIO DE ESTÁGIO SUPERVISIONADO I:  
DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL DA EMPRESA BIOTEK**

Relatório apresentado em cumprimento às exigências da disciplina de Estágio Supervisionado I, do Curso de Administração, da Faculdade Luciano Feijão, orientado pelas professoras Dr<sup>ª</sup>. Márcia Rodrigues e Prof<sup>ª</sup>. Alcineide Pimenta.

Sobral/2015

# SUMÁRIO

<b>1. ADMINISTRAÇÃO GERAL</b> .....	<b>4</b>
HISTÓRICO DA EMPRESA .....	4
MISSÃO.....	4
VISÃO.....	5
VALORES.....	5
<b>1.1 PLANEJAMENTO</b> .....	<b>6</b>
<b>1.2 ORGANIZAÇÃO</b> .....	<b>6</b>
<b>1.3 CONTROLE</b> .....	<b>7</b>
1.3.1 PROCESSO DE CONTROLE NA DESPESCA.....	7
1.3.2 PROCESSO DE CONTROLE NO BENEFICIAMENTO BENEFICIAMENTO .....	7
<b>2. GESTÃO DE PESSOAS</b> .....	<b>9</b>
<b>2.1 GESTÃO DE PESSOAS COMPORTAMENTAL</b> .....	<b>10</b>
<b>2.2 TREINAMENTO E DESENVOLVIMENTO</b> .....	<b>10</b>
<b>2.3 CARREIRA, SALÁRIOS E BENEFÍCIOS</b> .....	<b>11</b>
<b>3. MARKETING</b> .....	<b>12</b>
<b>4. MATERIAL E PATRIMÔNIO</b> .....	<b>14</b>
<b>5. ADMINSTRAÇÃO DE SERVIÇOS</b> .....	<b>15</b>
<b>6. ADMINISTRAÇÃO DA PRODUÇÃO</b> .....	<b>15</b>
<b>7. HIGIENE E SEGURANÇA DO TRABALHO</b> .....	<b>15</b>
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>16</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	<b>17</b>

## **APRESENTAÇÃO**

O presente trabalho descreve sobre um relatório de estágio que foi elaborado na empresa Biotek com o objetivo de conhecer e analisar as áreas organizacionais através do estudo e verificação de dados da empresa. A análise descritiva do trabalho descreve um esboço dos procedimentos das áreas organizacionais da empresa, onde foi utilizado como contribuinte no trabalho o gerente da empresa e os colaboradores dos diversos setores, como também a realização de pesquisas bibliográficas em livros, artigos e sites da internet.

### **1. ADMINSTRAÇÃO GERAL**

#### **Histórico da Empresa**

O empreendimento de carcinicultura Biotek encontra-se localizado no município de Acaraú - CE, a 250 km de Fortaleza, no endereço de volta do rio zona rural. A Biotek possui duas fazendas em cultivo de camarão, totalizando 385 hectares de viveiros ativos e uma produção de 3.000 Ton. de camarão marinho anual, gerando empregos nas fazendas. A extensão total da área da fazenda é de 373,10 ha. Para Fase de implantação a empresa contou com o apoio do Banco do Nordeste, que, com recursos do BNDES e FNE, deu início à construção de seus primeiros 38 ha. Posteriormente e com recursos próprios, a empresa iniciou a ampliação de sua área física.

Hoje conta com 267 ha em plena atividade. A Fazenda deu início ao seu processo comercial no ano 2010, comercializando seu produto no mercado através dos sistemas de parcerias com empresas de beneficiamentos. A empresa possui um alto grau de capacitação, tanto em termos de estrutura física e de parque de equipamentos como também no que se refere a uma adequada assistência técnica.

Em 2012, apartir do segundo semestre, a empresa iniciou exportando diretamente, pois através de recursos do BNDES, construiu no município de Itarema, a 10 km da fazenda de camarão, sua unidade de beneficiamento Frigorífica com área de 3.000m<sup>2</sup> e capacidade de beneficiar, inicialmente, 60 toneladas de camarão

por dia.

Tal investimento teve um impacto socioeconômico altamente positivo para região, com a criação de mais de 60 novos empregos diretos, que possibilitou um incremento na produtividade em cerca de 70%, contando, é claro, com excelentes condições climáticas e com infra-estrutura natural da região. Com a unidade de beneficiamento, a empresa agregou mais valor a seu produto. Hoje estamos operando com novos produtos tais como lagosta, polvo e peixe.

## **Missão**

Ser uma empresa referencial de mercado, trabalhando com ética e responsabilidade social, buscando lucratividade, e respeitando os valores da empresa. Oferecer produtos de alta qualidade e atender as demandas do mercado interno e externo com foco na qualidade e sustentabilidade ambiental.

## **Visão**

Ser uma empresa com excelência na produção de aquicultura, ser empresa de referência, reconhecida como a melhor opção por clientes, colaboradores, comunidade, fornecedores e investidores, pela qualidade de nossos produtos, serviços e relacionamento.

## **Valores**

- Tradição – Permanência histórica no mercado;
- Ter responsabilidade Social;
- Preserva o meio ambiente;
- Trabalhar em conjunto com a comunidade;
- Buscar qualidade no desenvolvimento do dia a dia;
- Respeitar o mercado;
- Trabalhar sempre com ética e integridade;
- Alcançar sempre o lucro que representa garantia de continuidade da empresa.

## **1.1 PLANEJAMENTO**

O Planejamento administrativo da Biotek esta relacionado com os objetivos estratégicos, planos estratégicos, as metas operacionais e planos operacionais, numa correlação, onde é vital a comunicação constante entre todos os envolvidos. O planejamento da empresa de curto prazo incluem atender a demanda dos clientes semanalmente. No plano de médio prazo incluem aumentar a rentabilidade através de produtos vendidos, aumentar a produção, e estabilizar o patrimônio líquido do negócio ganhando mais ativos e pagando passivos. A longo prazo os planos incluem conseguir sócios para o negócio, expandir a companhia para diversos estados ou internacionalmente e ter um patrimônio líquido o triplo do passivo. Todos os empréstimos e passivos ser pagos como parte do planejamento de longo prazo, principalmente se eles forem altos. O planejamento da Biotek é realizado com o grupo de gestores responsáveis pela empresa, os mesmo determinam os parâmetros que a empresa deve seguir no curto, médio e longo prazo. Uma vez estabelecidos os objetivos de médio e longo prazo da empresa, o planejamento estratégico passa também a definir as diretrizes diárias da empresa, buscando e fornecendo aos administradores informações para tomada das melhores decisões.

Segundo Silva (2008), os planejamentos surgiram no período pós- guerra, no qual os grandes teóricos decidiram transferir o modelo de planejamento da área militar, e adequá-los às organizações atuais como uma ferramenta importante para o mercado competitivo. E com o modelo adotado as empresas maximizaram os resultados e minimizaram suas deficiências.

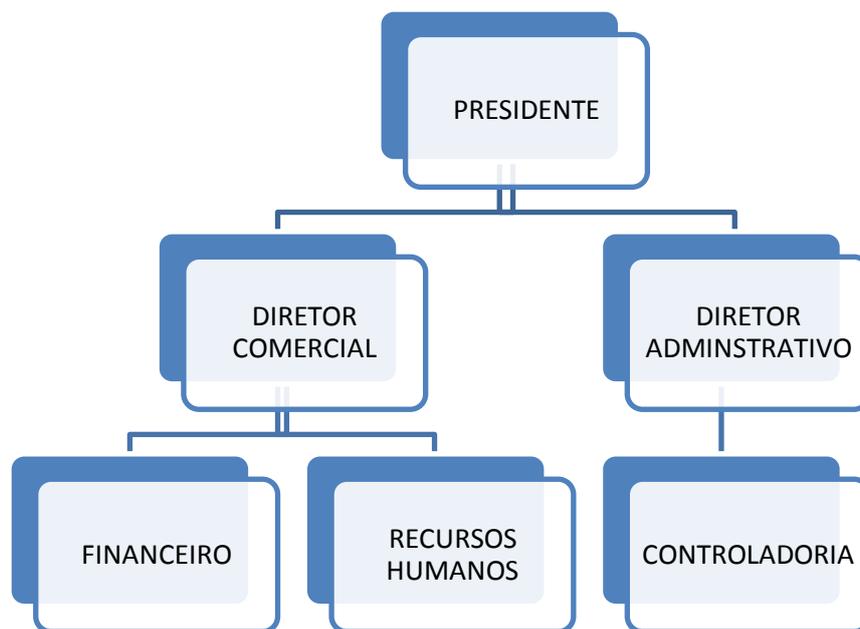
## **1.2 ORGANIZAÇÃO**

A Biotek é uma empresa que zela pela organização geral de todos os setores existentes, para assim garantir a agilidade em todos os departamentos e um possível aumento de produtividade. A Biotek tem seis setores distintos na organização; três funcionários no departamento financeiro, duas pessoas na contabilidade, uma pessoa no setor de recursos humanos, uma pessoa no Suporte de TI, duas pessoas na controladoria, e dois no setor fiscal. A importância desses setores na empresa é de suma valorização, pois além da hierarquia existente proporciona uma combinação de esforços que tem por finalidade realizar propósitos coletivos, ou seja, trabalhar de forma engajada para o bem comum e gerar lucros

para a empresa.

Para Chiavenato (2004), a organização é um conjunto de diferentes atividades, de contribuintes individuais e coletivo com a finalidade de realizar transações planejadas com o ambiente. O organograma da Biotek representa uma hierarquia, e como a estrutura administrativa da empresa é feita.

Organograma da empresa Biotek, fonte própria:



FONTE: PESQUISA DIRETA - 2015

O objetivo do organograma dentro da empresa é ilustrar, de forma clara, cada departamento da empresa e seus colaboradores em questão, com intuito de esclarecer dúvidas de clientes, parceiros e fornecedores.

### 1.3 CONTROLE

A empresa Biotek é uma organização que se preocupa com todos os processos da gestão de controle. Algumas das ferramentas utilizadas pela empresa são os indicadores de desempenho, estratégicos, de qualidade, e de produtividade, pois os mesmo fornecem as informações fundamentais para a tomada de decisão no gerenciamento do sistema organizacional e no processo de produção. Para isso, a empresa fica atenta a todos os processos, desde a seleção, passando por um rigoroso controle de qualidade e higiene, até a logística de transporte, garantindo

sempre que seus clientes adquira um produto fresco e de qualidade. A Biotek preocupa-se com a preservação do meio ambiente. Para reduzir a carga bacteriana dos efluentes, usa probióticos, realizando um tratamento de 48 h na água para que esta seja devolvida ao ambiente limpa e saudável.

### **1.3.1 PROCESSO DE CONTROLE NA DESPESCA**

O processo de controle de qualidade do camarão na despesca, tem sua origem na fazenda de cultivo e é despescado com o uso de rede de pesca tipo “bagnet”, na comporta de drenagem dos viveiros, quando se procede a um esvaziamento parcial do viveiro. Os camarões, após despescados, são acondicionados em caixas plásticas para, em seguida, sofrerem um choque térmico em água e gelo. Após esta etapa, os camarões são acondicionados em caixas plásticas com gelo e estas arrumadas em caminhões isotérmicos para serem transportados à indústria de processamento. O produto tem uma temperatura de conservação em torno de 0°C a 5°C.

### **1.3.2 PROCESSO DE CONTROLE NO BENEFICIAMENTO**

No frigorífico, a matéria-prima é desembarcada e pesada; amostras são retiradas para avaliação sensorial e de temperatura, bem como para pesquisas de metais pesados, pesticidas, drogas veterinárias e bactérias patogênicas. Os camarões, após a avaliação inicial, são colocados no tanque separador de gelo para, em seguida, serem submetidos a uma lavagem com água gelada e clorada a 5 ppm de cloro residual livre, sob pressão.

A Biotek é uma empresa que utiliza diversos indicadores na busca pelo controle adequado, pois o uso de apenas um único indicador não representará o contexto amplo necessário para fomentar uma tomada de decisão eficaz.

De acordo com Rummler (1994) as medidas sozinhas não mostram absolutamente nada, ou seja, usar apenas um indicador como referência para tomar uma decisão, não vai mostrar resultado eficaz. As medidas precisam estar agrupadas estrategicamente em um sistema de indicadores de organizacional para que os gestores da administração possam agir de maneira eficiente, e assim, conseguir atingir os objetivos traçados. De acordo com a definição de Rummler a utilização dos indicadores pode ser bastante significativa para o sucesso de uma

empresa, já que eles podem ser usados como ferramentas da estratégia em diferentes níveis e departamentos organizacionais.

## **2. GESTÃO DE PESSOAS**

A gestão de recursos humanos da empresa Biotek é bem estruturada e alinhada no processo de gerir pessoas, e está atenta a todos os procedimentos e normas da consolidação das leis do trabalho, buscando sempre melhorar e gerar resultados positivos. A política da gestão de recursos humanos da empresa é bastante criteriosa nos termos de seleção e recrutamento, admissão e demissão, administração do pessoal, treinamento e desenvolvimento e avaliação e melhorias.

Nos processos de recrutamento e seleção, como por exemplo, no caso de admissão, são solicitados aos candidatos os documentos necessários que ficam em uma lista disponível no setor de pessoal para que possam ser realizados os cadastros no sistema de folha de pagamento em cumprimento das exigências pertinentes a legislação trabalhista (E-social - aguardando liberação do manual 1.2 e CAGED – Portaria nº 1129/2014). É feito as fichas de registro e o contrato de experiência. No processo de demissão também são seguidos todos esses passos e de acordo com as normas da CTL. Na administração de pessoal quando tem uma vaga de em emprego é solicitado o curriculum e no caso de a pessoa ser selecionado passa por uma entrevista e depois segue as normas da empresa caso seja contratada.

Neste contexto Chiavenato, (2005) diz que gestão de pessoas é uma área muito sensível a mentalidade que predomina nas organizações. Ela é contingencial e situacional, pois depende de vários aspectos, como cultura, estrutura existente na organização, características do ambiente, do negócio, tecnologia abrangida, processos internos e de uma infinidade de outras variáveis importantes.

Segundo Italiane (2002) a gestão de pessoas vem passando por um amplo processo de mudanças, na medida em que os modelos tradicionalmente usados como referencial, vem demonstrando fragilidades diante do ambiente turbulento e mutável, pelo qual vem passando as organizações.

No contexto em que mudanças ocorrem a todo o momento, a organização precisa estar alinhada em torno de definições estratégicas claras, sustentadas por uma gestão com amplo envolvimento e participação.

## **2.1 GESTÃO DE PESSOAS COMPORTAMENTAL**

A gestão de pessoas comportamental da Biotek é desempenhada de forma democrática com um modelo de gestão meio que descentralizado, os trabalhos são realizados da melhor forma possível, porém cada setor é responsável por suas atividades diárias. Diante da situação observada na empresa percebi que existe uma gestão descentralizadora, em que os gestores contribuem no desenvolvimento pessoal de seus subordinados e incentiva os profissionais a tomarem decisões fazendo com que as pessoas se desenvolvam o máximo que puderem contribuindo para o desenvolvimento pessoal e acompanha os processos de cada setor gerenciando e monitorando, além de motivar o trabalho dos colaboradores.

Para Chiavenato (2003), o comportamento humano poderia ser explicado por dois fatores independentes: Fatores higiênicos ou extrínsecos: aqueles que se encontram no ambiente em torno das pessoas e abrangem as condições nas quais satisfazem seu trabalho e fatores motivacionais ou intrínsecos: são os fatores relacionados com o conteúdo do cargo e com a natureza das tarefas que o trabalhador executa no seu típico dia de trabalho.

## **2.2 TREINAMENTO E DESENVOLVIMENTO**

A empresa Biotek é uma organização que trabalha o desenvolvimento dos seus colaboradores, oferece treinamentos dependendo do cargo que a pessoa vai ocupar, prepara o individuo para desenvolver as atividades de maneira adequada a cada função específica do cargo que vai ocupar com o proposito de desenvolver as competências dos seus colaboradores, e assim torná-los mais produtivos e contribuir da melhor forma possível para o alcance dos objetivos organizacionais e crescimento profissional.

A Biotek tem uma preocupação com o padrão dos serviços oferecidos, preços, e agilidade nos processos. Diante da instabilidade mundial é visível a necessidade de algumas mudanças em relação ao que o cliente quer e o que a empresa pode fazer para idealizá-lo. A empresa utiliza estratégias que aumentam a vantagem competitiva, pois, é um diferencial que pode definir a preferência do consumidor.

A Biotek investe em treinamento e desenvolvimento, pois é uma forma de trabalhar suas equipes de maneira a capacitá-las e conseqüentemente garantir o

seu sucesso no ramo de atividade desejado. A empresa tem como objetivo capacitar seu grupo de trabalho e assim favorecer a qualidade dos serviços prestados, além de padronizar e melhorar as tomadas de decisões.

Conforme Chiavenato (2008) em seus discursos descreve que o treinamento é o processo pelo qual a pessoa é preparada para desempenhar de maneira excelente as tarefas específicas do cargo que deve ocupar. Modernamente, o treinamento é considerado um meio de desenvolver competências nas pessoas para que se tornem mais produtivas, criativas e inovadoras, com o intuito de contribuir melhor para o alcance dos objetivos organizacionais e se tornarem cada vez mais valiosas.

Ainda, Segundo Chiavenato (2008) destaca que o capital humano deve ser bem aplicado e desenvolvido. Pois, o treinamento é uma fonte de lucratividade, porque aumenta esse capital. Além de enriquecer o patrimônio humano da organização. O treinamento e desenvolvimento são processos de aprendizagem, isto é, de alteração comportamental das pessoas por meio de algumas de mudanças.

### **2.3 CARREIRA, SALÁRIOS E BENEFÍCIOS**

A gestão organizacional da Biotek na maioria das vezes busca por profissionais que já tenham experiências de mercado, qualificação profissional e em alguns casos coleta informações desses profissionais de acordo com as necessidades e pré-requisitos. O método adotado pela empresa para realização de cálculos salariais é de acordo com o previsto pelo mercado, no entanto há uma padronização entre os valores conforme os cargos e qualificação profissional. A empresa tem alguns benefícios como plano de saúde, alimentação, empréstimos mais nem todos são proporcionados aos funcionários. Realiza o programa de participação nos lucros por produção e é calculado de acordo com a produção mensal.

A empresa dar ênfase na experiência e qualificação como pré-requisitos para as pessoas que buscam um diferencial na carreira. Na visão dos gestores da Biotek a carreira envolve trabalhar em uma determinada organização na qual o indivíduo tem a tendência de subir de cargo/posição adquirindo mais influência e maiores salários até chegar ao ápice cujo objetivo final será o de comandar, gerenciar ou até

mesmo presidir a organização. Tudo isso de uma forma bem definida e cronológica. A empresa observa as perspectivas se estão ligadas ao modo como as capacidades, os interesses e os desejos dos indivíduos influenciando os padrões de suas escolhas.

Conforme Dutra (2002) & Stumpf (1982) ambos afirmam que as pessoas podem conduzir seu planejamento de carreira de várias formas, mas com preocupações diferentes: interesses e inclinações pessoais e preferências profissionais. E com base nesses itens que devem ser desenvolvidos os objetivos de carreira e o plano de ação, para consecução desses objetivos.

Segundo Chiavenato (2008), o salário representa custo e investimento para a organização. Custo, porque o salário se reflete no custo do produto. Investimento, porque representa a aplicação do dinheiro na produção – o trabalho – como um meio de agregar valor e obter um retorno maior a curto ou médio prazo.

Segundo o autor citado acima, os benefícios são regalias e vantagens concedidas pelas organizações para beneficiar seus colaboradores, que Constituem assim um pacote de benefícios e serviços que faz parte integrante da remuneração do pessoal.

### **3. MARKETING**

O marketing não é uma das ferramenta de ênfase na Biotek, mas são utilizadas algumas das ferramentas básicas do composto de marketing. A empresa tem o conhecimento da grande importância e contribuição da utilização dessa ferramenta dentro da organização.

Kotler (1998) afirma que o marketing é a chave para as empresas atingirem as metas organizacionais, que consiste em ser mais eficaz que seus concorrentes, com o objetivo de atender as necessidades e desejos de seus mercados.

#### **Composto de marketing –4Ps**

A Biotek analisa as oportunidades de mercado e desenvolve seu posicionamento estratégico, diante do composto de marketing.

O composto de marketing são ferramentas que a organização utiliza para atingir os objetivos de marketing e seu público-alvo. Um composto de marketing é a combinação de ferramentas estratégicas usadas para agregar valor para os clientes e alcançar os objetivos da organização. (CHURCHILL; PETER, 2000).

## **Produto**

O posicionamento da Biotek mediante ao produto é feito através da imagem do produto, como um todo que se cria na mente do consumidor, decorrente da interação de várias variáveis:

De acordo com Kotler (1998), o produto é algo que pode ser oferecido a um mercado para satisfazer um desejo ou necessidade de pessoas. Os produtos não precisam ser necessariamente um bem físico, podem ser também físicos, serviços, pessoas, locais, organizações, idéias, etc..

## **Preço**

A Biotek define o preço de acordo com a análise de mercado e a qualidade do produto, há variações dos prazos de pagamento, cada cliente que compra o produto tem um contrato com a empresa e nesse contrato é especificada uma condição de pagamento.

Conforme definição de Churchill e Peter (2000) o preço é a quantidade de dinheiro, bens ou serviços que deve ser dada para se adquirir a propriedade ou uso de um produto, ou seja, é basicamente uma troca onde o consumidor ao comprar um produto paga-se o preço e recebe os benefícios do produto.

## **Praça**

O canal de distribuição da Biotek disponibiliza o produto ao cliente da forma mais fácil e conveniente para ser adquirido. O produto é oferecido, com um preço justo, e acessível ao cliente. O produto é vendido diretamente ao cliente e depois é realizada a logística de caminhões e assim o produto é distribuído e entregue ao cliente.

Conforme Sandhusen (2003), o planejamento da distribuição é composto por uma análise sistemática e a tomada de decisão é realizada de acordo com o movimento de materiais e de bens finais dos produtores aos consumidores. Essas decisões abrangem a seleção e controle do canal, assim como alguns elementos do processo de distribuição física.

## **Promoção**

A Biotek utiliza a ferramenta de promoção para promover os produtos para o cliente com a função de informar os mesmos sobre os produtos, com um propósito de fixar na mente de seus consumidores e criar a necessidade de compra dos produtos, além, de influenciar o consumidor na escolha do produto.

Segundo Churchill e Peter (2000) promoção de vendas é a influência de marketing exercida na mídia e fora dela por um período predeterminado e limitado visando ao consumidor, varejista ou atacadista, para estimular experiências com um produto, aumentar a demanda dos consumidores ou melhorar a disponibilidade do produto.

#### **4. MATERIAL E PATRIMÔNIO**

A administração de recursos materiais e patrimoniais da Biotek é programada, a empresa tem uma gestão de estoques bem controlada, é feita uma programação mensal de estoques de matérias e insumos. Também é feito um acompanhamento diário de estoque e pedidos no sistema. A solicitação de compra dos materiais é realizada por meio de Cl's, os pedidos são feitos e controlados pelo centro de distribuição (CD). A grande preocupação da Biotek consiste em se ter os materiais necessários, na quantidade certa, no local certo e no tempo certo a disposição do processo produtivo da empresa. A Biotek tem uma grande preocupação de não deixar acúmulo de estoques parado, pois produto parado é capital parado e isso reflete nos resultados de produção. Os recursos patrimoniais da Biotek são os equipamentos e materiais (máquinas, veículos, computadores e móveis); Prédios (galpões, escritórios, almoxarifados, etc); bens móveis e imóveis.

De acordo com a afirmação de Pozo (2009), os recursos patrimoniais de uma organização incluem um conjunto de itens necessário para o desenvolvimento da empresa, ou seja, composto por instalações, máquinas, equipamentos e veículos que fazem possíveis para existência de sua operação. São todos bens necessários para a empresa operar, criar valor e proporcionar satisfação ao cliente.

#### **5. ADMINISTRAÇÃO DE SERVIÇOS**

O enfoque da Biotek em relação à administração de serviços é desenvolvido de maneira eficaz e atende as propostas da gestão de serviços. A empresa busca excelência e qualidade no atendimento. Vale ressaltar que a Biotek não é uma empresa prestadora de serviço, portanto é mais centrada na administração de produção.

Conforme Giansi (1994) Os serviços assumem uma interatividade maior com os clientes, enquanto os produtos localizam sua interatividade nas empresas. Por se

ter uma relação mais próxima com os clientes, os serviços hoje são considerados os maiores responsáveis pela conquista e fidelização dos clientes.

## **6. ADMINSTRAÇÃO DA PRODUÇÃO**

O sistema de produção da Biotek é controlado e desenvolvido com base no planejamento estratégico realizado anualmente pelo gerente operacional para ter uma média de quanto à empresa vai produzir no ano. A estratégia de produção da Biotek utiliza diversas formas de programar a produção com o objetivo de atender a demanda e ser competitivo. É realizado semanalmente um relatório com indicativos de produção para análise de rentabilidade dos resultados. A importância do acompanhamento dos indicadores é um fator relevante no processo produtivo da Biotek, com o objetivo de alcançar as metas estabelecidas e assim tomar decisão eficaz.

De acordo com Slack (1996), a produção é fator essencial para gerar receitas e isso é função central das organizações já que a mesma vai se incumbir de alcançar o objetivo principal da empresa, ou seja, sua razão de existir.

## **7. HIGIENE E SEGURANÇA DO TRABALHO**

A empresa Biotek preocupa-se em buscar informações e programas de desenvolvimento para proporcionar integridade física e mental de seus colaboradores. A gestão administrativa da Biotek atende as normas e procedimentos adequados para proteger a integridade física e mental do trabalhador, preservando-o dos riscos de saúde inerente às tarefas do cargo e ao ambiente físico onde são executadas. Administração de recursos humanos da empresa conscientiza os funcionários da importância do uso de EPIs, procurando resguardá-lo dos riscos de saúde relacionados com o exercício de suas funções e com o ambiente físico onde o trabalho é executado. A higiene e segurança do trabalho dentro da empresa tem caráter preventivo por promover a saúde e o conforto do funcionário, evitando que ele adoença e se ausente do trabalho.

Para Tachizawa, Ferreira e Fortuna (2001) a higiene no trabalho é uma ciência voltada para o conhecimento, com o objetivo de promover uma avaliação e controle dos riscos para a saúde dos funcionários, visando à prevenção das doenças ocupacionais, aquelas relacionadas à profissão.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A disciplina de Estágio Supervisionado I, foi muito importante para meu aprendizado e conhecimentos de todas as áreas existentes e não existentes da empresa Biotek. Através dos relatórios, tive a oportunidade de estudar a parte teórica de cada assunto proposto e falar sobre a empresa estudada. Percebi a importância que cada área representa na empresa e concluir que para uma organização se manter atualizada em todos os setores ela precisa estar sempre atualizada, buscar conhecimentos novos e implantar sistemas que façam o seu desempenho melhorar cada vez mais. Precisa estar atenta para todos os detalhes em relação à gestão administrativa da organização e principalmente quando se trata do assunto sobre gestão de pessoas que é um dos mais importantes, pois envolvem os colaboradores e gestores, peças fundamentais em uma organização. Em um resumo geral, tive a percepção que a empresa está no rumo certo, ou seja, está seguindo as normas gerais e procedimentos que uma empresa precisa adotar para seu sucesso. Vale ressaltar que a Biotek é uma empresa bem organizada e que busca conhecimento de mercado.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Administração de serviços. Disponível em:

<<http://aprendizadm.blogspot.com.br/2011/10/administracao-de-servicos.html>>.

Acesso em: 16 mai.2015

A importância do treinamento e desenvolvimento de pessoas na reestruturação de recursos humano. Disponível em: <<http://www.webartigos.com/artigos/a-importancia-do-treinamento-e-desenvolvimento-de-pessoas-na-reestruturacao-do-rh/61387/#ixzz3aE2jXnmj>>. Acesso em: mai.2015

Administração de materiais e patrimônio. Disponível em:

<<https://centraldefavoritos.wordpress.com/2011/08/02/administracao-de-materiais-e-patrimonio/>>. Acesso em: 23 mai. 2015

Composto de marketing. Disponível em:

<<http://www.portaleducacao.com.br/educacao/artigos/43709/composto-de-marketing#!2#ixzz3bm2ZP9EH>>. Acesso em: 17 mai. 2015.

CHURCHILL JR, Gilbert A.; PETER, J. P. **Marketing: criando valor para os clientes**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2000.

Carreira e salários. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/topicos/carreira>>

GROSS, Sérgio. Higiene e segurança do trabalho Disponível em: Acesso em 17 mai. 2015.

GIANESI, Irineu G. N.; CORRÊA, Henrique L. **Administração estratégica de serviços**. São Paulo: Atlas, 1994.

Higiene e segurança do trabalho. Disponível em:

<<http://www.portaleducacao.com.br/administracao/artigos/36904/higiene-e-seguranca-no-trabalho#ixzz3aMZOEwsE>>. Acesso em: 16 mai. 2015.

IDALBERTO, Chiavenato. **Gestão de pessoas**. 3ª. ed : Campus, 2008.

IDALBERTO, Chiavenato. **Planejamento, recrutamento e seleção de pessoal: como agregar talentos à empresa**: 7ª. ed: Manole, 2009.

Mix de Marketing: 4 P's (Produto, Preço, Promoção e Praça). Disponível em:

<http://www.cedet.com.br/index.php?/Tutoriais/Marketing/mix-de-marketing-4-pas-produto-preco-promocao-e-praca.html> Acesso em: 23 mai.2015.

MASO, Luciano. REVISTA MARKETING DE RELACIONAMENTO: O que é? Para que Serve? Qual sua Importância para o cliente?

Acesso\_em: 17-05-15

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças. **Planejamento estratégico**: conceitos, metodologias e práticas. 25ª ed: Atlas 2008.

KOTLER, P. **Administração de marketing**: 5 ed. São Paulo: Atlas, 1998.

TERENCE, Ana Cláudia Fernandes. Planejamento estratégico como ferramenta de competitividade na pequena empresa. Diss. Universidade de São Paulo, 2002.