



**VICTOR GABRIEL FONTES MAKINS**

**DIAGNÓSTICO EMPRESARIAL VMLI – VICTOR MAKINS  
LANGUAGE INSTITUTE**

**LAVRAS – MG  
2019**

**VICTOR GABRIEL FONTES MAKINS**

**DIAGNÓSTICO EMPRESARIAL VMLI – VICTOR MAKINS LANGUAGE  
INSTITUTE**

Relatório de estágio supervisionado  
apresentado à Universidade Federal de Lavras,  
como parte das exigências do Curso de  
Administração, para obtenção do título de  
Bacharel.

Prof.º Dr. André Luis Ribeiro Lima  
Orientador  
Prof.º Dr. José Willer do Prado  
Coorientador

**LAVRAS - MG  
2019**

**VICTOR GABRIEL FONTES MAKINS**

**DIAGNÓSTICO EMPRESARIAL VMLI – VICTOR MAKINS LANGUAGE  
INSTITUTE**

Relatório de estágio supervisionado  
apresentado à Universidade Federal de Lavras,  
como parte das exigências do Curso de  
Administração, para obtenção do título de  
Bacharel.

APROVADA em 25 de junho de 2019.  
Dr. André Luis Ribeiro Lima UFLA  
Dr. José Willer do Prado UFLA

**LAVRAS-MG  
2019**

## AGRADECIMENTOS

Minha gratidão, primeiramente, a Deus, por estar comigo em todos os momentos, iluminando e guiando-me nas horas mais difíceis. Aos meus avós Walter e Marlene ao meu irmão Vinicius, à minha mãe Renata, minha tia Rosangela, minha parceira e melhor amiga Beatriz e aos amigos da “colônia esperança”- meus amigos e irmãos, agradeço especialmente pelo apoio, incentivo e por acreditar em mim durante esta jornada.

Ao professor Dr. André Luís Ribeiro Lima, que me possibilitou aprendizagens únicas, e me auxiliou durante todo processo, cuja paciência foi sem fim para me ajudar a alcançar um sonho. Agradeço pela paciência, dedicação, ensinamentos, confiança e orientação que me foram concedidos durante essa jornada.

À minha república agradeço pelo acolhimento, pela amizade, pelas boas conversas e momentos que se enraizaram desde o primeiro momento que cheguei a Lavras.

À Universidade Federal de Lavras (UFLA) e ao Departamento de Administração e Economia (DAE), pela oportunidade de realização do curso.

A todos os meus alunos, por manterem minha tocha acesa durante todo esse tempo, inspirando-me e fazendo do meu curso algo mais gratificante e ao mesmo tempo dando sentido aos meus estudos.

A todos que compartilharam comigo deste sonho, contribuindo e auxiliando direta ou indiretamente para que eu pudesse alcançá-lo, **MUITO OBRIGADO!**

Um agradecimento em especial também a todos os não que eu ouvi até chegar aqui, foram respostas negativas que eu utilizei para mudar minha vida, e me manter motivado. Foram lacunas que eu enxerguei para mudar a minha própria existência e com isso também a dos demais. É através de falhas que aprendemos a perceber a vida por outros olhos.

*“In learning you shall teach, and in teaching you shall learn.” (Phil Collins)*

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Vista frontal da empresa em conjunto com dados da empresa .....	12
Figura 2 - Escritório onde as aulas são ministradas. ....	13
Figura 3 - Modelo de feedback elaborado pelo professor para o aluno. ....	22
Figura 4 - Modelo de feedback elaborado pelo professor para o aluno. ....	27
Figura 5 - Exemplo da planilha utilizada para fins ilustrativos. ....	29
Figura 6 - Passos seguidos dentro da empresa para prospecção de novos alunos. ....	34
Figura 7 - Esboço de uma sala ideal. ....	35
Figura 8 - Abas do site. ....	36
Figure 9 - Box ilustrativo com conteúdo do curso. ....	37
Figure 10 - Artes das novas pastas. ....	38
Figura 11 - Página do Instagram da empresa. ....	39
Figure 12 - Página do site MailChimp. ....	42
Figura 13 - Exemplificação da Matriz GUT. ....	45

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Procedimentos operacionais .....	24
Tabela 2 - Atividades desenvolvidas no estágio.....	25
Tabela 3 - Análise SWOT.....	43

## LISTA DE SIGLAS

B2B	Business to Business
B2C	Business to Consumer
BCG	Boston Consulting Group
BRIC	Brasil, Rússia, Índia e China
CRM	Customer Relationship Management
DAE	Departamento de Administração e Economia
EF	Education First
EPI	Índice de Proficiência em Inglês
GUT	Gravidade x Urgência x Tendência
LDB	Lei de Diretrizes e Bases
MEI	Micro Empreendimento Individual
P's	Praça, Preço, Promoção e Produto
PDCA	Plan, Do, Check, Action
RH	Recursos Humanos
STT	Student Talking Time
SWOT	Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats
TOEFL	Teste de Inglês como uma Língua Estrangeira
TTT	Teacher Talking Time
UFLA	Universidade Federal de Lavras
VMLI	Victor Makins Language Institute

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>10</b>
<b>2 DESCRIÇÃO DO LOCAL DO ESTÁGIO .....</b>	<b>12</b>
2.1. Fundação da Empresa .....	13
2.2 Caracterização da empresa .....	13
2.3 Quadro de colaboradores .....	14
2.4 Serviços complementares.....	14
2.5 Missão, Visão e Valores .....	14
2.6 Definição do Negócio.....	16
2.7 Fontes de Receita.....	16
2.8 Necessidade de Mercado.....	17
2.9 Dados da Empresa.....	17
2.10 Dados dos Dirigentes.....	17
2.11 Metodologia usada pela empresa .....	17
2.11.1 Tempo de aula .....	18
2.11.2 Aplicação das Aulas Propostas .....	18
2.11.3 Introdução do Conteúdo e Aprendizagem.....	18
2.11.4 Erro e Tentativa e Correção .....	19
2.11.5 Inteligência Emocional .....	20
2.11.6 Registro Oficial de Aulas.....	20
2.11.7 Feedback Regular .....	21
2.12 Ajuda Social.....	22
2.13 Eventos Sociais .....	23
<b>3 DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES DESENVOLVIDAS .....</b>	<b>23</b>
3.1 Realização do plano de cotação de preços.....	26
3.2 Realização de prospecção .....	26
3.3 Elaboração de artes para serem divulgadas junto com textos explicativos .....	26
3.4 Criação de modelo de negócios .....	27
3.5 Planejamento financeiro .....	28
3.6 Elaboração de lista de CRM.....	29
3.7 Planejamento semanal de aulas .....	30
3.8 Integração com os colaboradores.....	30
3.9 Conhecimento da estrutura e setores da empresa.....	31
3.10 Rotinas Administrativas .....	32
3.11 Fluxograma.....	33

<b>4. SUGESTÕES.....</b>	<b>34</b>
<b>4.1 Programas Filantrópicos .....</b>	<b>36</b>
<b>4.2 Criação de Valor.....</b>	<b>37</b>
<b>4.3 Os 4P's de Marketing.....</b>	<b>39</b>
<b>4.4 Metodologia SMART – Metas.....</b>	<b>40</b>
<b>4.5 Cenário Futuro .....</b>	<b>40</b>
<b>4.5.1. Melhoria de CRM .....</b>	<b>41</b>
<b>4.6.1 SWOT .....</b>	<b>42</b>
<b>Fonte: Elaborada pelo autor (2018). .....</b>	<b>44</b>
<b>4.6.2 Matriz GUT .....</b>	<b>44</b>
<b>4.6.3 RAPPORT .....</b>	<b>45</b>
<b>4.7 Plano de ação gerado a partir do cruzamento dos dados - tentativa de concorrer com os grandes.....</b>	<b>47</b>
<b>4.8 Plano de incubação ou arranjo de sede .....</b>	<b>47</b>
<b>4.9 Vídeo – dicas sobre cotidiano no exterior e no Brasil .....</b>	<b>47</b>
<b>4.10 Para brasileiros aonde existirem brasileiros.....</b>	<b>47</b>
<b>4.11 Internacionalização universitária .....</b>	<b>48</b>
<b>4.12 Webinars e Google Hangouts .....</b>	<b>48</b>
<b>4.13 Plano viral .....</b>	<b>48</b>
<b>4.14 Resistência à venda imediata e reconhecimento potencial de crescimento.....</b>	<b>48</b>
<b>4.15 Networking.....</b>	<b>49</b>
<b>4.16 Investidores anjos.....</b>	<b>49</b>
<b>4.17 Planos de metas semanais .....</b>	<b>49</b>
<b>4.18 Fatores críticos de sucesso .....</b>	<b>49</b>
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>50</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>52</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O setor de serviços educacionais possui expressiva participação na economia brasileira. Saviani (2011), defende a ideia de colocar a educação como eixo do desenvolvimento econômico. O autor afirmava ser esse o caminho para criar “o tão desejado círculo virtuoso do desenvolvimento” (2011, p. 211). Pois, apenas tornado a educação o eixo da economia, seria possível superar os problemas sociais em geral, como a desigualdade, os problemas ambientais e infraestruturais. Freres, Rabelo e Mendes Segundo (2008), ainda acrescentam que a educação tem como papel fundamental a formação de valores e apropriação de habilidades que contribuirão para o desenvolvimento de relações interpessoais. Além disso, a educação contribui para a responsabilização de cada indivíduo pela sua vida e pela vida da comunidade como um todo.

O setor de serviços educacionais tem crescido consideravelmente nos últimos anos, graças a inúmeras transformações. Para Franca (2017), o grande momento que marcou a história do setor foi dado a partir da Reforma do Estado em 1990. O autor ainda ressalta que a promulgação da nova Lei de Diretrizes e Bases da educação (LDB) em 1996, favoreceu o controle e a gestão das políticas educacionais, tornando flexível a oferta da educação pela iniciativa privada.

O diagnóstico empresarial é uma ferramenta extremamente importante por levar o gestor, acionistas, investidores, clientes e fornecedores ao conhecimento da saúde econômico-financeira, por meio de informações de vendas, estoques, processos, custos, ações de marketing, estrutura financeira, posicionamento e outros aspectos de abrangência organizacional. As transformações que o setor de serviços educacionais sofreu nas últimas décadas são muitas, e têm sido analisadas sob diferentes perspectivas quanto à sua forma, seu público, seu currículo e seus objetivos sociais e econômicos (CHIZZOTTI, 2014).

Em função das informações obtidas é possível vislumbrar o atual cenário no qual a empresa está inserida, delimitar seus pontos fortes e fracos, oportunidades e ameaças, e então, delinear estratégias que promova melhorias quanto aos possíveis problemas que impedem o alcance dos objetivos traçados pelos gestores. Segundo Junior, Pamplona e Salomon (2014), a economia brasileira tem-se mostrado mais estável nos últimos anos e, como consequência, investidores estão sendo atraídos, o que para a empresa em análise constitui fatores vantajosos para o segmento como um todo.

Enquanto que para o gestor empresarial o diagnóstico desperta conhecimento sobre a organização, identificando os pontos fortes e fracos e promovendo uma análise mais profunda

da gestão. Para o estagiário, ele é útil para estudar com detalhes todo o âmbito empresarial, permitindo que este seja capaz de identificar, analisar e propor um plano de ação para as estruturas/atividades da empresa perante seus objetivos e diante do mercado competitivo. O foco do trabalho foi o diagnóstico empresarial, pois é através dele que a empresa realiza o planejamento, execução, controle e direção de todas as ações promovidas, detecta e analisa o status da empresa no alcance dos objetivos, missões ou mesmo nas finanças, tornando possível traçar estratégias de melhorias e adequações.

Portanto o setor mais enfatizado foi o administrativo, setor de extrema importância e responsabilidade devido ao contato direto com clientes e o relacionamento com as demais áreas da empresa. Em um primeiro momento será apresentada a empresa, sua história, produtos e serviços prestados, sua estrutura organizacional e sua Missão, Visão e Valores.

Posteriormente, foram relatadas as atividades desenvolvidas e suas respectivas carga horária, considerando também observações cotidianas que foram de grande valia e aprendizado. E por fim as considerações finais e sugestões de melhoria para a empresa.

Com base no exposto o presente relatório tem por finalidade apresentar as atividades desempenhadas na empresa VMLI – VICTOR MAKINS LANGUAGE INSTITUTE, com ênfase em diagnóstico empresarial desta, desenvolvido e avaliado no período de janeiro de 2018 a agosto de 2018, com carga horária de 8 horas diárias. O estágio em si teve importância por possibilitar colocar em prática todo conteúdo teórico aprendido durante o curso e transformá-lo em prática.

A teoria vista durante todo o curso foi fundamental para entender a importância de inúmeras ferramentas da administração, e facilitou o entendimento na hora de colocar em prática principalmente por entender que há diferenças vistas para a área de serviços de ensino. O mesmo facilita a formação profissional do discente por possibilitar a aplicação de tudo que foi aprendido enriquecendo a experiência do candidato.

O presente trabalho mostra as atividades desenvolvidas durante o estágio elaborado para a disciplina de Estágio Supervisionado e presente defesa. Durante o estágio as teorias de diversas disciplinas foram transformadas em prática na empresa atuada. Houve uma grande evolução percebida em relação ao trabalho em conjunto com as disciplinas tratadas durante o curso até o presente momento. Durante o estágio foi possível transformar a teoria ensinada ao longo do curso de administração em prática, utilizando por sua vez todas as disciplinas discutidas ao longo do curso para comporem o relatório.

O entendimento do empreendimento como um todo, em conjunto com as ferramentas vistas ao longo do curso possibilitou colocar em ação o que foi aprendido a fim de se obter

melhores resultados para realizar as atividades. O alinhamento entre teoria e prática fez da empresa mais clara, unindo ambos os campos, e ao mesmo tempo focada em melhorias contínuas como instituído pelo modelo de melhoria denominado KAIZEN, praticado em diversas empresas onde esta também já atuou. O modelo elaborado utilizando ferramentas administrativas tais como ciclo PDCA, gestão de projetos, análise SWOT, matriz BCG e os demais softwares utilizados para melhor monitorar a empresa tornando a mesma, mais facilmente administrada, principalmente para fazer melhor uso do tempo.

## 2 DESCRIÇÃO DO LOCAL DO ESTÁGIO

O local estabelecido da empresa se situa no município de Lavras, Minas Gerais, Brasil. Mais especificamente na avenida Álvaro Augusto Leite 370 apt. 102 (FIGURA 1). A estrutura baseia se em um projeto de baixo custo e com alto valor agregado (seguindo a linha do oceano azul).

Figura 1 - Vista frontal da empresa em conjunto com dados da empresa referente a plataforma Google.

The image shows a Google search result for "victor makins language institute". The search bar at the top contains the text "victor makins language institute" and shows "About 19,900 results (0.51 seconds)". Below the search bar, there are navigation tabs for "All", "Images", "Maps", "News", "Videos", "More", "Settings", and "Tools".

The main content area is divided into two sections. On the left, there is a "Your business on Google" section for "Victor Makins Language Institute" with 116 views. It includes buttons for "Edit info", "Create post", "Add photo", "Reviews", and "Create ad". Below this, there are "Top things to do" suggestions: "Are you open on Shrove Monday/Carnival?", "New photos" (with a "VIEW PHOTOS" button), and "You haven't posted recently" (with a "CREATE POST" button).

On the right, there is a detailed business profile for "Victor Makins Language Institute". It features a map showing the location in Belo Horizonte, Brazil, with a red pin. Below the map, there are buttons for "See photos" and "See outside". The profile includes the business name, "Website", "Directions", and "Save" buttons. It also displays a 5.0 star rating from 11 Google reviews, the address "Av. Álvaro Augusto Leite, 370 - Vila Pitangui, Lavras - MG, 37200-000", and the phone number "(35) 98421-5111". There are links for "Edit your business information", "Know this place? Answer quick questions", and "Questions & answers".

Fonte: Fonte: Google (2019).

O local baseia-se em um apartamento cuja atividade é dada no escritório conforme ilustrado na a figura 2.

Figura 2 - Escritório onde as aulas são ministradas.



Fonte: Do autor (2019).

O escritório descrito conta com quatro cadeiras de escritório fabricadas no ano de 2019 um ar condicionado da marca Rinetto de potência de 9000 btu's uma mesa em formato de L de 1,5m x 1,5m, um quadro branco de vidro, 4 canetas de quadro de diversas cores, impressora, criado para arquivar documentos, adesivo de lousa preta na parede paralela, lixeira e plantas decorativas.

## 2.1. Fundação da Empresa

VMLI – Victor Makins Language Institute é uma empresa fundada em 27 de agosto de 2016 pela iniciativa de dois jovens estudantes da Universidade Federal de Lavras (UFLA). O projeto nasceu da vontade de proporcionar o estudo rápido, eficiente e flexível de inglês para todas as camadas sociais.

O VMLI é um ambiente totalmente intuitivo para o aprendizado de línguas, com aulas interativas e específicas para diferentes públicos. Fundada e instalada na cidade de Lavras, a empresa oferece também serviços de tradução simultânea e consecutiva para ambientes online, especialmente reuniões de negócios, palestras e cursos ministrados em língua estrangeira.

## 2.2 Caracterização da empresa

Localizada em Lavras – MG, a empresa VMLI – VICTOR MAKINS LANGUAGE INSTITUTE, inscrita sob o CNPJ: 28.316.779/0001-78, é uma microempresa de ensino de

idiomas registrada como MEI (Micro Empreendimento Individual), que possui receita bruta inferior a R\$ 100.000,00 no calendário anual. Está situada na Avenida Álvaro Augusto Leite 370 apt. 102 no bairro denominado: Belo Horizonte.

A localização da empresa é um ponto estratégico, encontrando-se próxima a UFLA, a escolas e comércios de alta circulação de veículos. Sendo assim, seu público de clientes abrange toda cidade. Os concorrentes diretos são aqueles que prestam o mesmo serviço em toda cidade. Como fornecedor, a empresa em questão só pode comprar o produto da companhia correspondente à marca de livros Cambridge e também papelarias e empresas gráficas da cidade para facilitar as compras e também a relação de pagamento – como sendo a vista ou a prazo e quanto ao que se diz referente ao custo.

### **2.3 Quadro de colaboradores**

Com 2 anos de prestação de serviços, desde sua abertura em 26 de agosto de 2016, a empresa atua nas atividades de Comércio varejista de aulas de idiomas atuando tanto como B2B quanto B2C sendo que a empresa em si presta serviços a outras empresas que fazem uso de sedes multinacionais citadas no Brasil. O VMLI atua com aulas voltado para atividades empresarias assim como atuando com serviços de tradução e afins.

Seu sucesso é resultado dos esforços de um jovem sonhador que enxergou empreender como uma forma de compartilhar com o mundo o seu sonho.

### **2.4 Serviços complementares**

Além da atividade principal há também uma secundária baseada em tradução e revisão de artigos científicos e documentos de empresas que precisam deste tipo de serviço para melhorar a comunicação externa.

### **2.5 Missão, Visão e Valores**

Diz-se que uma empresa possui uma vantagem competitiva quando está implementando uma estratégia de criação de valor que não esteja sendo simultaneamente implementada por seus concorrentes ou concorrentes potenciais, os quais são incapazes de repetir os benefícios dessa estratégia. (Barney, 1991, p. 102).

Quanto as missões e valores da empresa, elas tratam de uma ideia gerada em cima de valores para então incorporar no mercado para fins de uma melhoria nos serviços atuais, missão

essa de apresentar as pessoas para um mundo de oportunidades, através do ensino da língua inglesa.

Os objetivos específicos da empresa tratam de desenvolver uma plataforma robusta e de fácil acesso desenvolver uma metodologia de aprendizagem eficiente, identificar recursos para disposição online, qualificação de pessoal, marketing (outbound-inbound) e em identificar e definir atividades administrativas.

A visão por sua vez trata de ser tornar um agente modificador de sociedade, tomando se a ferramenta mais acessível para quem busca o inglês como segunda língua.

Os valores tratam de profissionalismo, confiabilidade, segurança, ética e criatividade.

### **Missão**

Apresentar as pessoas para um mundo de oportunidades, através do ensino da língua inglesa.

### **Objetivos Específicos**

- Desenvolver uma plataforma robusta e de fácil acesso;
- Desenvolver uma metodologia de aprendizagem eficiente;
- Identificar recursos para disposição online;
- Qualificação de pessoal;
- Marketing (outbound – inbound);
- Identificar e definir atividades administrativas.

### **Visão**

Ser um agente modificador da sociedade, tornando se a ferramenta mais acessível para quem busca o inglês como segunda língua.

### **Valores**

- Profissionalismo;
- Confiabilidade;
- Segurança;
- Ética;

- Criatividade.

## **2.6 Definição do Negócio**

O modelo brasileiro de ensino de inglês é baseado na leitura, quando deveria levar em consideração também as habilidades de escuta, escrita e fala, além de também focar no interesse individual do aluno a VMLI vem para ser uma ferramenta auxiliar dos alunos e das escolas, trabalhando todas essas áreas através de aulas dinâmicas e objetivas, fazendo uso de jogos, áudios, textos e exercícios. Oferecendo um aprendizado intuitivo de forma completamente interativa, com qualidade de conteúdo, flexibilidade de horário, adaptável a qualquer tipo de plataforma e acessível a todas as camadas sociais.

Visamos melhorar a qualidade de ensino fazendo com que o aluno sinta se mais os valores humanos das quais têm sido descartados pela atual sociedade em que vivemos. Pretendemos fazer com que o aluno possa sentir melhor consigo mesmo. Certificamos de que o aluno terá várias campanhas inovadoras para experimentar o novo modelo através de aulas teóricas e eventos para que possam colocar o que foi aprendido em prática.

Pretendemos conectar com escolas para oferecer cursos bilíngue, este projeto possui duas esferas em relação à sua execução, sendo que uma é a médio prazo e outra a longo prazo. Primeiramente, queremos nos conectar em escolas para oferecer aos alunos aulas da língua inglesa com uma frequência mais elevada para que possam ter mais contato com a mesma. Ao longo prazo idealizamos também dar aula ao corpo docente da escola para que estes mesmos podem dominar a língua e então tornar as escolas bilíngues.

A empresa também trabalha com os serviços de tradução simultânea e consecutiva em ambientes online, intermediando a realização de reuniões de negócios, palestras e cursos ministrados na língua estrangeira.

## **2.7 Fontes de Receita**

Faz-se como fonte principal de captação de novos clientes para aulas individuais ou em grupos. Como fonte de renda complementar figura-se a parceria com escolas oferecendo o curso bilíngue. Também trataremos de tradução de artigos acadêmicos e contratação de professores para aulas de diferentes idiomas. Futuramente aulas online e uma plataforma irá nos ajudar a aumentar nosso público e também tratar de um novo modelo de captação de capital.

## **2.8 Necessidade de Mercado**

Em um mundo completamente globalizado o conhecimento de duas ou mais línguas se faz extremamente necessário para conhecimento próprio ou necessidade em diversas situações cotidianas como fechamento de negócios, interação entre pessoas, ampliação de bagagem cultural e outros. Além disso a falta de ter aulas voltadas ao próprio interesse além de aulas eficientes e eficazes faz se importante ao momento histórico em que vivemos.

Segundo dados do Índice de Proficiência em Inglês (EPI, na sigla em inglês), divulgados pela empresa EF - Education First - em 2014, o Brasil ocupava a 38ª posição no ranking internacional, com 49,96 pontos, colocando o país na categoria "proficiência baixa", atrás dos outros integrantes do BRIC: China (50,15), Rússia (50,44) e Índia (53,54 pontos, ocupando a categoria de proficiência "moderada"). Apenas 5% da população domina um segundo idioma e o progresso desses números não corresponde à magnitude do desenvolvimento econômico do país, para o Brasil ser relevante no mundo, precisa falar inglês.

## **2.9 Dados da Empresa**

ENDEREÇO: Avenida Álvaro Augusto Leite 370 apt. 102 – CEP 37200000

SITE: [www.victormakins.com](http://www.victormakins.com)

CONTATO: [victormakins@gmail.com](mailto:victormakins@gmail.com)

TELEFONE: (35) 98421-5111

## **2.10 Dados dos Dirigentes**

VICTOR GABRIEL FONTES MAKINS: fundador, coordenador pedagógico, interprete e produtor, marketing e diretor de RH.

Bacharelado em Administração.

(35) 984215111

[victor.makins@administracao.ufla.br](mailto:victor.makins@administracao.ufla.br) [victormakins@gmail.com](mailto:victormakins@gmail.com)

## **2.11 Metodologia usada pela empresa**

A metodologia utilizada baseia-se em suma, no método de fazer com que o próprio aluno tenha interesse nas aulas e entenda a importância de cada lição. A mesma foi de suma

importância ao modelo de negócios implementado, por possibilitar a padronização sobre a forma de dar aula.

### **2.11.1 Tempo de aula**

As aulas propostas possuem duração de 1 hora, podendo ser estendida caso seja de interesse do aluno, tendo em vista que haverá mudanças ao contrato do mesmo.

O contrato apresentado ao mesmo possui duração de no mínimo 6 meses para que haja o cumprimento de responsabilidades de ambas as partes.

### **2.11.2 Aplicação das Aulas Propostas**

As aulas propostas de aulas foram ministradas de maneira intuitiva, de modo com que o aluno se interessasse pela aula e também pelo conteúdo em si. Portanto, é incoerente ministrar uma aula onde o aluno não se interesse pela aula, bem como pelo conteúdo dado.

Isso pode ser exemplificado como por exemplo alunos que já trabalham, é incoerente lecionar uma aula estruturada em cima de conceitos com pouco uso, utilizando algo que seja fora do interesse deles. São exemplos disso, dar aula a um adulto tendo em vista ilustrações infantis ou exemplificações fora da faixa etária, da mesma forma, não seria plausível dar aula à uma criança utilizando conceitos difíceis e termos técnicos.

Outro ponto importante a ser lembrado para aplicação de aulas é o TTT (Teacher Talking Time) e STT (Student Talking Time), este último deve ser sempre mais valorizado que o anterior. A fala do aluno deve ser priorizada pois isso não somente dará a ele a oportunidade de utilizar mais seu conhecimento da língua, mas também dará ao mesmo mais confiança para falar e também para se expressar na devida língua.

Conforme Campos (2017), a educação se destaca em relação à formação de caráter, ao conhecimento de valores éticos e ao desenvolvimento da visão crítica dos indivíduos, assumindo um importante papel na construção da sociedade.

### **2.11.3 Introdução do Conteúdo e Aprendizagem**

A aplicação do que está sendo ensinado deve condizer também com a metodologia que está sendo aplicada, para facilitar sempre o aprendizado do aluno. Esta etapa deve ser dividida em três passos.

O primeiro passo é o **engajamento**, trata-se de exemplificar e introduzir o que será explicado através de uma história ou eventos para então assimilar o conteúdo para o aluno.

O segundo passo denominaremos de **aplicação**, este por sua vez, faz com que o professor seja responsável por ensinar regras gramaticais ou regras que irão facilitar o aprendizado para o aluno. Esta etapa trata mais de STT e também faz mais uso de ilustrações ou escrita no quadro para que o aluno possa melhor entender o que será aplicado. Trata-se mais da parte escrita onde o aluno terá mais tempo para resolver questões gramaticais, onde escrever seja essencial para o processo de aprendizagem para guardar determinadas informações.

O último passo é denominado de **execução**, trata-se da etapa onde o aluno irá experimentar o que foi ensinado, desse modo, exercícios, conversas e aplicação do que está sendo ensinado é crucial para o processo de aprendizagem do aluno.

O conceito de eficiência tem vários sentidos, inclusive na esfera acadêmica. Para Branco (2016), o conceito é dado pela relação de máxima produção de bens ou serviços com utilização mínima de recursos, ou seja, a condição de equilíbrio, capacidade econômica sem prejuízos.

Souza, Costa e Macedo (2010) explicam que eficiência pode ser entendida como a relação entre quantidade produzida e os recursos consumidos, dessa forma, compara o que foi produzido, dados os recursos disponíveis, com o que poderia ter sido produzido com os mesmos recursos.

#### **2.11.4 Erro e Tentativa e Correção**

Erros devem ser visto como um ponto positivo e não negativo. Isso se deve pois, é importante que o aluno tente, assim como é importante corrigi-lo. De qualquer maneira o aluno deve ser motivado a tentar, e o método da VMLI faz com que o uso da linguagem seja o melhor método. A utilização de erro e tentativa é uma forma de deixar com que o próprio aluno experimente o uso da língua fazendo com que este seja inspirado a falar.

A correção é um modo importante de guiar o aluno, portanto, não é coerente que a correção seja pesada em cima do aluno, a correção precisa ser de forma sutil servindo como modo de apoio ao mesmo, sendo isso, visto como uma crítica construtiva dada ao aluno, para que ele tenha sempre a vontade de experimentar o que esta sendo conduzido na sala de aula.

É coerente que nem sempre o professor corrija, saber a hora de correção é um processo importante. É essencial portanto, que o aluno tente, muitas vezes o erro será necessário para que o mesmo possa sair da zona de conforto e experimentar a linguagem. Um gatilho muito

eficiente e importante o professor trabalhar em uma sala onde tenha mais de um aluno, fazendo uso de “*oral repetition*” e “correções grupais”.

Como por exemplo, quando um aluno comete um erro onde os outros alunos percebem, ou também quando há uma dúvida em que outros alunos compartilham. Desse modo, o processo descrito acima de aplicação, pode ser utilizado, o professor faz uso do quadro para que todos possam aprender com o erro do aluno. O docente pode também fazer uso da correção de outros alunos, escrevendo no quadro a frase mencionada como errada, e indagando o que poderia melhorar.

Lembre-se sempre que o aluno nunca pode sentir desencorajado ou inferior ao restante da turma, o nivelamento e também o uso correto da aplicação deste método de correção é essencial para o processo evolutivo do aluno. Portanto, é necessário bom senso para analisar a turma com que se está trabalhando e saber quem lida melhor com determinadas correções, afinal, o método de correção trata-se nada mais do que um modo de crítica construtiva.

#### **2.11.5 Inteligência Emocional**

Gatilhos mentais são de extrema importância quando lidando com alunos diferenciados, afinal a VMLI não espera apenas ensinar uma língua, queremos também introduzir aos alunos aprendizado de gesticulação, interpretação emocional, e também inteligência emocional. Acreditamos que estes fatores irão acrescentar quanto ao indivíduo para o crescimento profissional do mesmo. Como empresa queremos não somente ajudar nosso cliente a melhor inseri-lo no mercado, mas também criar um senso crítico e também confiança quanto ser humano.

Estes processos mencionados acima são de extrema importância em situações onde o candidato irá executar uma prova de nivelamento, portanto a calma e confiança são de extrema importância para o mesmo. Situações como, entrevista de trabalho onde certas gesticulações emocionais são indispensáveis irão ajudá-lo a mostrar confiança e aptidão para o cargo que o mesmo pretende ocupar.

#### **2.11.6 Registro Oficial de Aulas**

O registro das aulas se dá por meio do uso da folha denominada: Registro de aulas. Esta folha contabiliza o respectivo número da aula juntamente com a data, e também o que foi apresentado na aula. Esta folha serve para registrar por meio formal o que foi feito em

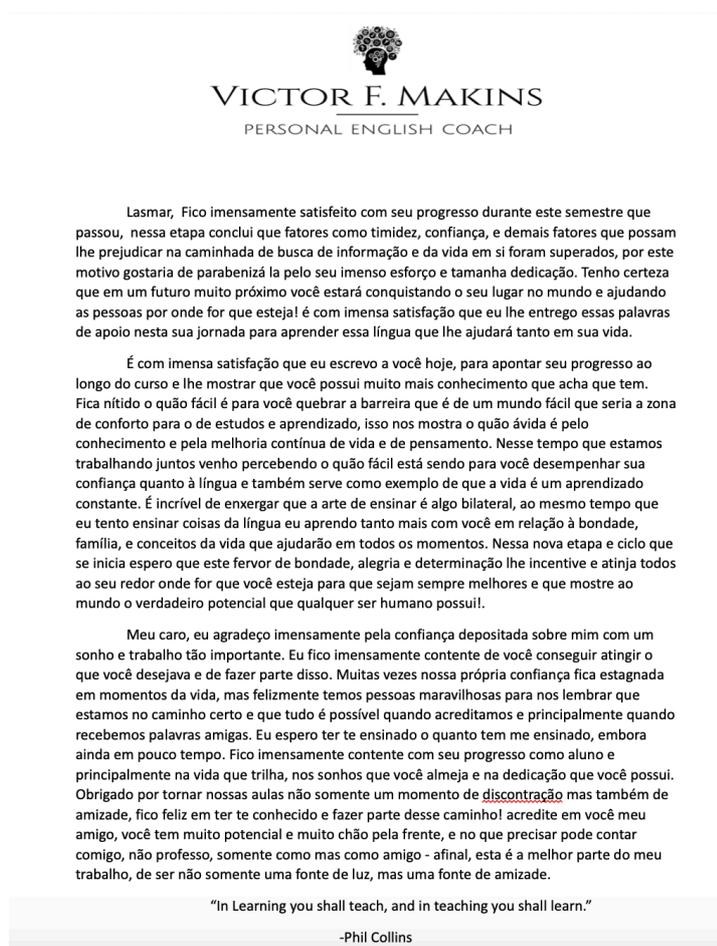
determinado dia, para que o professor tenha um registro coerente, e caso precisa ser substituído possa haver um sistema para melhor entender o que estava sendo feito. Esta mesma folha pode ser utilizada também para anotar o que será dado em aulas futuras, juntamente com ideias apresentadas e soluções para problemas.

O registro deve ser feito á caneta, e também deve relatar o que foi dado em aula juntamente com tarefas designadas ao aluno.

### **2.11.7 Feedback Regular**

Feedback deve ser dado regularmente ao aluno e também ao professor, para isso é necessário que pelo menos duas vezes por semestre haja um contato entre professor e aluno justamente para avaliar em termos qualitativos para então ajudar na motivação de ambas as partes. O planejamento é então montado duas vezes por semestre para garantir que o aluno entenda suas competências e também para que o mesmo consiga trabalhar com o professor aspectos a melhorar. O feedback é pessoal e cada aluno recebe um feedback personalizado a fim de se sentir único e também para estabelecer a devida atenção que cada indivíduo merece a fim de alcançar os resultados propostos (FIGURA 3).

Figura 3 - Modelo de feedback elaborado pelo professor para o aluno.



Fonte: Do autor (2018).

## 2.12 Ajuda Social

A empresa deve utilizar formas de colaboração social como medida para melhorar o desempenho humano, e contribuir para sociedade. Estes eventos devem não somente ser utilizados como propaganda e marketing, mas também como uma forma de promover a união dentro da escola, de empregados e também de alunos. É sugestivo que utilizem presídios, caridades locais, asilos, e hospitais para poder ajudar as pessoas e promover o bem a fim de cumprir com a missão da empresa.

Uma forma atual na qual já fazemos uso de campanhas sociais para ajudar a comunidade local é através de workshops realizadas na Universidade federal de Lavras, com o apoio do DAE (Departamento de Administração e Economia) além do mais há alunos que fazem uso do trabalho filantrópico para conseguir melhorar sua qualidade de vida, e é isso que o projeto visa. No site: [www.victormakins.com](http://www.victormakins.com) há uma barra denominada “conte nos sua história” onde indivíduos carentes enviam seu relatório contando sua história de vida e como as aulas podem

beneficiar sua própria vida. O candidato concorre a bolsas integrais de estudo com intuito de poder colaborar com a vida deste, de forma que ele ou ela possam se inserir de uma maneira mais competitiva na sociedade. No momento temos dois alunos que possuem bolsas integrais de estudos.

Os mesmos contam com todo apoio normal que qualquer outro aluno da instituição receberia. A única diferença consta na isenção de pagamento de material e mensalidade e possuir um contrato diferenciado dos demais. O contrato deste baseia-se em uma prestação de serviço normal, porém isento de taxas de pagamento, porém, garantindo uma frequência para então manter na escola a fim de garantir resultados para o indivíduo e também para que todos possam levar o programa a sério.

### **2.13 Eventos Sociais**

Um diferencial de extrema importância trata-se de inserir o aluno em um ambiente onde todas as pessoas presentes são falantes da língua dada. Denominamos este evento como “*Talk-A-Holics*” onde haverá um local escolhido na cidade, em um pub ou restaurante, com espaço físico adequado para caber todos as pessoas inscritas.

O objetivo do evento é de que todos falem apenas em inglês, é então necessário que aqueles que estiverem organizando o evento pensem em atividades para quebrar o gelo e imergir todos dentro do processo de fala. É de extrema importância que todas as pessoas participem. Há arquivos disponíveis no e-mail da empresa para então ajudar com as ideias propostas de atividades. É importante ressaltar que os alunos podem chamar outros alunos, e amigos, seja de outras escolas, ou simplesmente pessoas que possuam interesse em praticar o inglês, por isso a importância de organizar tudo antes da data proposta.

Utilize esse evento como uma forma de marketing, é interessante que tirem fotos, que os alunos também ajudem a divulgar, comentar, e chamar amigos. Faça desta atividade algo interessante, onde todo mundo possa participar e interagir. Aos organizadores, é interessante, mas não, obrigatório, que utilize uniforme da empresa, uma vez que este aparecerá nas fotos.

## **3 DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES DESENVOLVIDAS**

A empresa faz uso do serviço de armazenamento na nuvem do Google Drive e assina o OneDrive, como forma de assegurar que todas informações sejam divididas entre colaboradores a assim também mantendo os livros e arquivos necessários para as aulas fique seguro. Desta

forma os processos desenvolvidos para fins de aulas são todos armazenados na nuvem e organizado de maneira que qualquer um consiga entender a própria organização.

Tabela 1 - Procedimentos operacionais

<b>Procedures</b>	
Monday:	Mindset Implementation
Tuesday:	Quiz
Wednesday:	New Word
Thursday:	Mindset Verification or example
Friday:	Expression
Saturday:	Blog
Sunday:	Week preparation + Blog
<p>Procedimento de quando tiver um aluno interessado:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Enviar texto padrão</li> <li>• Mandar Guide (metodologia e preços)</li> <li>• Adicionar aluno na broadcast list</li> <li>• Enviar tips (Broadcast list)</li> </ul> <p>Quanto tiver um aluno novo (fechamento):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Enviar prova de nivelamento</li> <li>• Enviar livro (Workbook + Student Book)</li> <li>• Enviar Guide (the secret to perfecting your English)</li> <li>• Enviar texto sobre os respectivos documentos</li> <li>• Mandar forms (espera do curso) – Assessment</li> <li>• Mandar war map</li> <li>• Criar metas junto com alunos (utilizar – Goal Achiever)</li> <li>• Essentials Guide</li> <li>• Criar metas (utilizando exemplos – goal achiever)</li> <li>• Essential Material</li> <li>• Mandar link “audiobook” para aluno novo Procedimento Semestral</li> <li>• Fazer chamada Semanal</li> <li>• Enviar tips (broadcast list)</li> <li>• Final de semestre: enviar relatório de frequência com indicadores</li> <li>• Mandar mensagem individual de incentivo</li> <li>• Enviar forms de satisfação (course evaluation)</li> <li>• Conferir metas (através do goal achiever) – Final de ano</li> <li>• Certificado com horas 6m = 208h/ 12m = 416h</li> </ul>	

Fonte: Elaborada pelo autor (2019)

As dadas atividades são, no entanto, divididas entre postagem para diferentes dias e as etapas necessárias para que consiga captar novos prospects e leads para a empresa. Além do mais a elaboração deste arquivo foi para que em um futuro onde tenha uma equipe administrativa e comercial fique claro e objetivo o trabalho necessário para executar uma prospecção eficiente com cliente.

A empresa no momento conta com apenas dois colaboradores sendo um o presidente da empresa e a segunda uma jovem estudante da Universidade Federal de Lavras. Tendo experiência com aulas de inglês atuando como professora no passado.

Tabela 2 - Atividades desenvolvidas no estágio.

<b>ATIVIDADES REALIZADAS</b>	<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>HORAS TOTAIS</b>
Realização do plano de cotação de preços	Orçamento e compra de matérias-primas e equipamentos necessários a execução das obras.	60h
Realização de prospecção	Levantamento de possíveis interessados para o serviço em destaque, ligação e mensagens enviadas para realizar fechamento do contrato.	70h
Elaboração de artes para serem divulgadas junto com textos explicativos	Artes explicativas utilizadas no modelo apropriado para redes sociais a fim de prospectar novos clientes e também para levantar a página em destaque.	60h
Elaboração de guias	Elaboração de guias explicativos de metodologia, precificação e afins para serem divulgados a <i>prospects</i> .	60h
Criação de site e modificações feitas	Criação de um site para melhor prospectar clientes online e aqueles que desejam ver o portfólio da empresa.	60h
Criação de modelo de negócios	Criação de um modelo de negócios voltado nas atividades da empresa e como é utilizado para então executar.	60h
Planejamento financeiro	Planejamento de entrada de capital para futuros investimentos e expansão.	60h
Elaboração de lista de CRM	Elaboração de CRM (Customer Relationship Management) atualizando a lista para ter dados concretos de futuros interessados.	60h
Planejamento semanal de aulas	Planejamento semanal de aulas e atividades a serem elaboradas em sala de aula para tornar o aprendizado de cada turma mais leve e confortável.	70h
<b>TOTAL DE HORAS</b>		<b>560</b>

Fonte: Elaborada pelo autor (2019).

### **3.1 Realização do plano de cotação de preços**

O plano para cotação de preços foi elaborado através de uma *survey* levantado na cidade de Lavras traçando preços médios e comparando com os atuais, o levantamento foi feito utilizando sites de empresas locais em conjunto com ligações feitas às escolas e a professores autônomos que oferecem o mesmo tipo de serviço para fazer um acompanhamento do preço praticado na cidade.

A precificação foi, portanto, elaborado através de uma estratégia para primeiro levantar a necessidade de mercado, principalmente por ser uma empresa nova na cidade. O número de horas levantados se deve ao fato de ser abordado em diferentes épocas para também entender a oscilação dos valores em relação a épocas normais de matrícula em conjunto com aquelas fora de época e também entendendo promoções praticadas por diferentes escolas e professores da cidade.

### **3.2 Realização de prospecção**

Todo semestre é feito a elaboração de turmas principalmente nas épocas de dezembro a janeiro e junho a agosto para elaboração de novas turmas. O mesmo é levantado utilizando como parâmetro os indivíduos que entram em contato utilizando o contato da empresa tanto site, quanto whatsapp e também telefonemas feitos durante o ano inteiro. Os nomes são então anotados com descrição de nome da pessoa, quantas pessoas interessadas, contato de e-mail, telefone com whatsapp, e observações relevantes. Os mesmos são, portanto, destacados na lista de espera e atendem a um número para então serem chamados nas próximas épocas de prospecção respeitando a lista de chegada. O mesmo é elaborado e projetado na lista de CRM o que será descrito no item 3.8.

### **3.3 Elaboração de artes para serem divulgadas junto com textos explicativos**

As artes são elaboradas semanalmente sobretudo nas sextas feiras o que ajuda a entender as demandas levantadas durante a semana e eventuais dúvidas que surgem, isso cria conteúdo de informação a serem postado aos clientes para atender demandas de dúvidas feitas através da semana e também avisos importantes, como feriados e datas importantes e também conteúdo explicando traços culturais entre a cultura norte americana e a brasileira. O conteúdo é feito utilizando *softwares* como adobe photoshop PS6, Corel Draw, e Canva. O mesmo segue uma

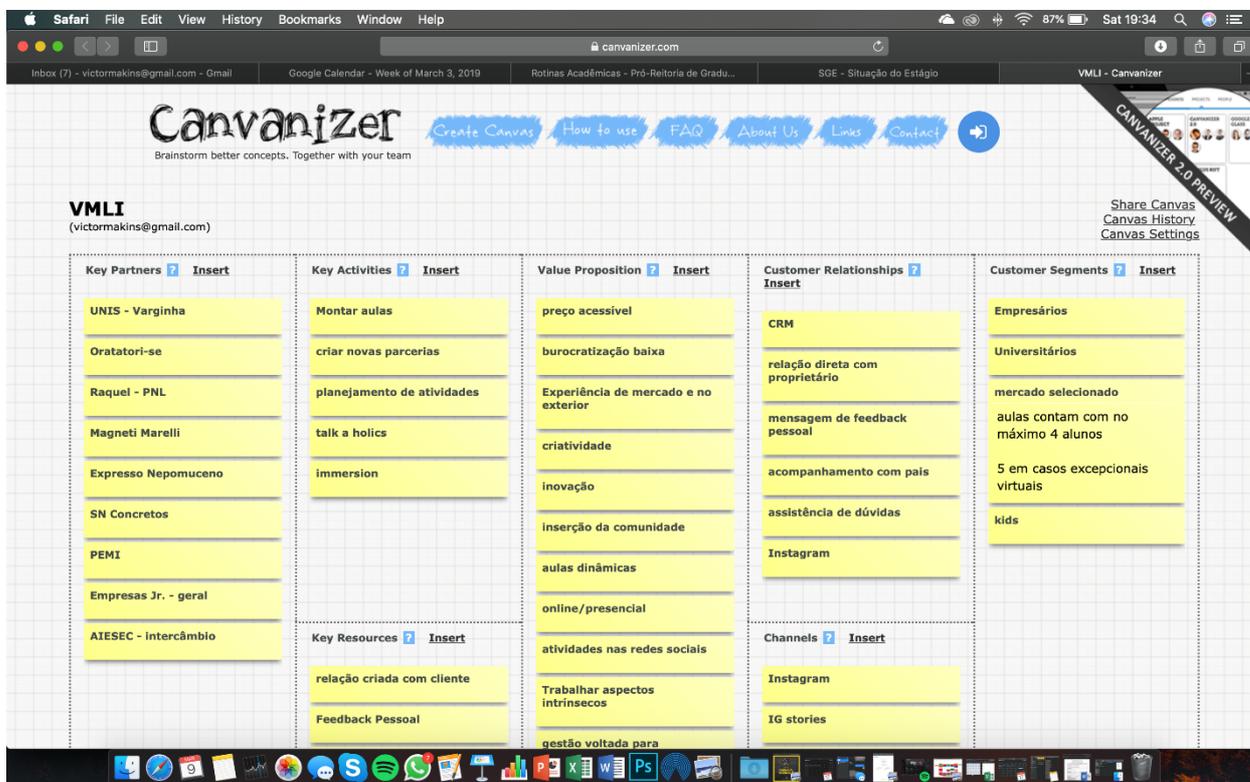
linha de artes elaboradas padronizadas com fundo, margens e fonte previamente definidas a fim de tornar a mídia de conteúdo padronizada e mais elaborada a fim de melhorar aspectos visuais no site e em redes sociais onde são postadas.

Além da elaboração do conteúdo também é feito a elaboração dos textos que seguem cada arte postada nas redes, cada texto é retirado de fontes seguras e postada com a devida fonte a fim

### 3.4 Criação de modelo de negócios

O business model canvas foi feito através de uma plataforma online sob o domínio de site denominado como: <https://canvanizer.com/canvas/wHtBjR4ksedgJ>. No site “Canvanizer” (FIGURA 4) foi então denominado a realização do *business model canvas*, uma importante ferramenta aprendida em disciplinas realizadas na Universidade Federal de Lavras sobretudo para o curso de administração. O Canvas por sua vez, trata se de uma ferramenta que facilita a visualização de atividades chave da empresa para melhor estruturá-las e executar tais tarefas chave.

Figura 4 - Modelo de feedback elaborado pelo professor para o aluno.



Fonte: Do autor (2019).

O canvas auxiliou o trabalho da empresa principalmente para seu início e é portanto, uma importante ferramenta para manter atualizada de acordo com os propósitos e também as chaves para que a empresa pudesse concentrar seus esforços onde realmente precisou, isso se deve principalmente no seu início onde recursos chave são escassos e onde é necessário concentrar a mão de obra e tempo.

O Business Model Canvas conta com chaves importantes considerando: parceiros chave, recursos chave, atividades chave, o propósito de valor, o relacionamento com o cliente, canais utilizados, e segmentos do cliente. O mesmo mostra sua importância por determinar propostas de valores e conceitos para entender a importância do canvas. A proposta de valor é o motivo pelo qual os clientes escolhem uma ou outra empresa. Segundo Dorf e Blank (2012), ela descreve os produtos e serviços que criam valor para determinado segmento de consumidor. Carrasco (2014) ainda acrescenta sobre o business model canvas:

Verificou-se também que a metodologia impacta diretamente na condução futura dos projetos, norteando seu planejamento e consolidando seus passos rumo a finalização dos sonhos e projetos de seus empreendedores. Esses passos passam pela preparação ou revisão do plano de negócio, criação de uma empresa de cunho acadêmico, consolidação plano em forma de empresa incubada, graduação e consolidação de novos produtos/serviços.

No caso da importância para o presente trabalho o canvas teve sua devida importância pro atuar como forma de um gerenciamento estratégico que permitiu elaborar um mapa visual de um modelo de negócio mais estruturado. O mesmo ajudou a enxergar o modelo de negócios de uma maneira simples, rápida e prática e também facilita a própria explicação quando apresentada a outras pessoas.

### **3.5 Planejamento financeiro**

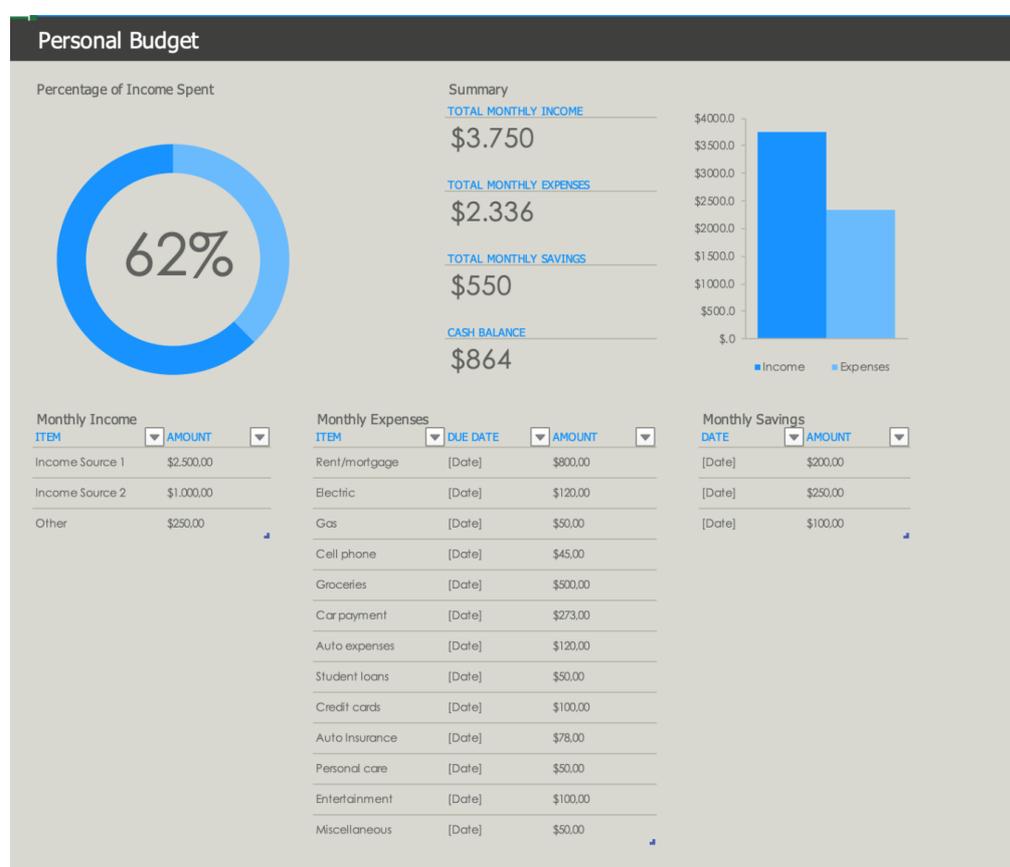
Uma das ferramentas utilizadas pela empresa é o orçamento de caixa e previsão de flutuações pois, segundo Barbosa e Quintana (2013), ela é útil no controle da entrada e saída de adendos, além de permitir a análise de investimentos, promoções e/ou descontos. O mesmo é elaborado em livro caixa assim como também registrado em planilhas do Excel mês a mês listando entradas e saídas, caixa, movimentação do mesmo e o percentual para fins de margens adequadas (FIGURA 5).

A importância do mesmo se dá por meios quantitativos em números para apresentar resultados de cada mês e semestre. O mesmo teve suma importância por possibilitar a comparação de semestres afins de diferentes épocas para demonstrar a evolução da empresa

tanto em questão de clientes quanto também de receita. O planejamento financeiro também auxilia no entendimento das épocas denominadas de baixa temporada e alta temporada, onde há maior número de pessoas procurando o serviço e quando o contrário ocorre.

Por mostrar em dados quantitativos a relação de ganhos em determinadas épocas o mesmo facilita o entendimento de quando poder fazer um devido investimento, quanto manter em caixa de giro para o funcionamento da empresa entre outros dados e resultados que foram possíveis visualizar com o uso do formulário financeiro.

Figura 5 - Exemplo da planilha utilizada para fins ilustrativos.



Fonte: Do autor (2019).

### 3.6 Elaboração de lista de CRM

A lista de CRM foi elaborada através do software denominado bitrix24 o que facilita o registro de clientes potenciais e pessoas que abordam o curso através do site ou telefonemas ou mensagens pedindo mais informação. O CRM – *customer relationship management* possui importância fundamental sobretudo para os meses de prospecção de novos clientes e fechamento de novas turmas, desta forma com os dados obtidos e também os *leads* captados é

possível então focar atenção nestes para fechamento de novas turmas e captação de novos clientes portanto aumentando o alcance da empresa.

A elaboração da lista de CRM é feita toda vez que um novo interessado entra em contato com a empresa, é então abordado pegando como base o que foi discutido no tópico 3.2 levando em consideração informações úteis para fechar planos com os interessados. O CRM foi visto como um aspecto muito positivo ao funcionamento da empresa uma vez em que é possível registrar alunos ativos e também colocar potenciais clientes futuros para lembrar de enviar e-mails informativos quanto a data de matrículas e outras informações relevantes.

### **3.7 Planejamento semanal de aulas**

O planejamento semanal das aulas é elaborado toda sexta-feira em relação às aulas anteriores que os alunos tiveram durante a semana a fim de ser coerente com a metodologia proposta e também para assegurar que o que o aluno está aprendendo esta coerente com o que ele viu na semana anterior. Isso não somente ajuda o professor a seguir uma linha de raciocínio coerente como também facilita a interação do aluno com as aulas propostas.

As aulas são, portanto, elaboradas semanalmente focadas no aprendizado total do aluno em levando em consideração tudo que o mesmo esta estudando e também tentando a focar em aspectos do dia a dia utilizando imagens em alta em noticiários e também informações de fora que sejam relevantes de cada turma. Como cada turma possui diferentes denominações de idade, interesses, objetivos e níveis isso faz com que haja um planejamento específico elaborado para cada turma de alunos focado no propósito que foi elaborado a cada.

A importância deste se da ao fato de ser um curso focado realmente em ensinar os aluno a língua estrangeira de modo dinâmico e também levando em considerações fatores do dia a dia que podem os interessar e também motivar a colocar a língua em uso no dia a dia, foi observado durante as aulas que quando os alunos entendem o motivo pelo qual estão aprendendo determinado assunto isso facilita o entendimento de cada conteúdo demonstrado.

### **3.8 Integração com os colaboradores**

A integração será realizada com auxílio do gestor, o qual o primeiro contato com os colaboradores será no primeiro dia do estágio. A partir do encontro será possível conhecer os colaboradores, sua história, perspectivas, o funcionamento de cada setor da empresa, as normas e regras propostas e a alocação de cada colaborador dentro da empresa. Assim sendo criando

valor e uma cultura organizacional para empresa. Seria necessário que fosse capaz de criar valor econômico, que fosse rara e, finalmente, que fosse de difícil imitação. Nessas condições, a cultura era definida como um componente da vantagem competitiva da empresa segundo o autor Vasconcelos e Brito (2004).

Dentro do processo de integração será trocadas informações a respeito da segurança do trabalho, ficando evidente às vestimentas adequadas dentro da empresa, a utilização de roupas como camiseta social e limites de vestimentas para não criar constrangimento com o aluno, crachás de identificação poderão ser utilizados no futuro como forma de fazer com que o colaborador se sinta como parte da empresa, como se portar mediante ao aluno e outras questões pertinentes. Então os novos colaboradores serão conduzidos a uma visita às dependências da empresa: seus setores, os almoxarifados, salas, etc.

Em seguida cada colaborador será direcionado a seus postos de trabalho para dar início ao expediente. O processo de integração é fundamental para socializar e integrar os colaboradores a cultura organizacional, de modo que este juntamente com a empresa sejam capazes de atender as expectativas mútuas (CHIAVENATO, 2010). Dentro da escola será importante para a empresa criar a cultura de conversar em língua estrangeira principalmente entre os professores para passar impressão de um funcionamento prático diário e contínuo e para que quem é de fora também perceba isso, além de ser uma forma dos colaboradores treinarem a língua.

Portanto, um programa de integração bem estruturado contribui para melhorias no relacionamento interpessoal, ao passo que colaboradores experientes transmitem as informações e conhecimentos ao novo colaborador, ajudando-o a assimilar a cultura organizacional e adaptar-se as normas de convívio da empresa. No mesmo sentido de integração, a socialização propõe a aprendizagem sobre o grupo e a organização, seus valores, cultura, história, facilitando o entendimento e o local o qual está inserido o novo funcionário (WAGNER; HOLLENBECK, 2009). É o momento ideal para informar ao novo empregado os objetivos, as políticas, os horários de trabalho da empresa, o funcionamento dos serviços de apoio, direitos e deveres, entre outras (LACOMBE, 2009).

### **3.9 Conhecimento da estrutura e setores da empresa**

Previamente ao conhecimento da estrutura e setores do Auto Posto, foram recomendados todos os procedimentos de segurança essenciais visando a não ocorrência de

problemas que comprometessem a segurança dos envolvidos e o funcionamento da empresa. O traje adequado para visitas casuais considerou a utilização de blusa, calça e calçados fechados.

No que se diz referente aos setores da empresa, embora ainda sejam inexistentes a entrada deles será de grande avanço para a empresa e de extrema necessidade para poder garantir uma administração mais harmoniosa e eficiente. A empresa será então dividida em setores de marketing, financeiro, gestão de qualidade, comercial, de treinamento e docente.

### **3.10 Rotinas Administrativas**

Dentre as rotinas administrativas realizadas na empresa cita-se a organização de documentos, preenchimento de fichas de cadastro de novos clientes e fornecedores, confecção de relatórios e comparativos, organização de reuniões com representantes de produtos e serviços (esporádico). Entretanto, tratar-se aqui apenas das rotinas voltadas a administração financeira, a qual foi a atividade com maior dedicação exercida. Considerando o capital de giro com relativa baixa rotatividade, em virtude de entradas ocasionais em apenas duas épocas do ano.

A empresa trabalha com um banco, que é utilizada como um meio de acesso para o recebimento dos pagamentos em cartões de crédito e débito feitos por transferência bancária. Neste caso o proprietário é o responsável pelo gerenciamento das contas, verificando saldos e controlando entradas e saídas diariamente.

Os recebimentos a prazo ocorrem em datas diferentes para cada aluno a fim de melhorar as condições de pagamento do mês presente referente aos trinta dias do mês anterior em alguns casos, sendo que uma nota com valor mais significativo é emitida na forma de boleto bancário geralmente feitos para pedidos de traduções e revisões de trabalhos e documentos. Vencido o prazo supracitado, as cobranças a prazo ocorrem por ligações telefônicas e mensagens padrões enviadas.

Quanto ao financeiro para obter melhor controle das entradas, os instrumentos utilizados para o controle financeiro são:

- **Livro caixa:** utilizado para administrar entradas e saídas financeiras;
- **Planilha do Excel:** utilizada como um controle pessoal das movimentações bancárias, além do extrato.

Algumas de suas funções são as emissões de cupons fiscais, gerenciar a entrada e saída de todos os pedidos (visto que é feito um sistema de just in time para fins de compras de materiais), o controle do caixa e entre outros.

Para também assegurar a qualidade das aulas é feito uma planilha semestral de controle de frequência e também para controlar as horas que cada aluno possui afim de assegurar o número de horas que tal aluno tem comprometido ao curso a fim de emissão de certificado que ocorre a cada semestre. É feito, portanto, uma contagem de dias de frequência para controlar esses dados quantitativos a fim de apresentar como fundamento do comprometimento e seus resultados derivados do esforço prestado.

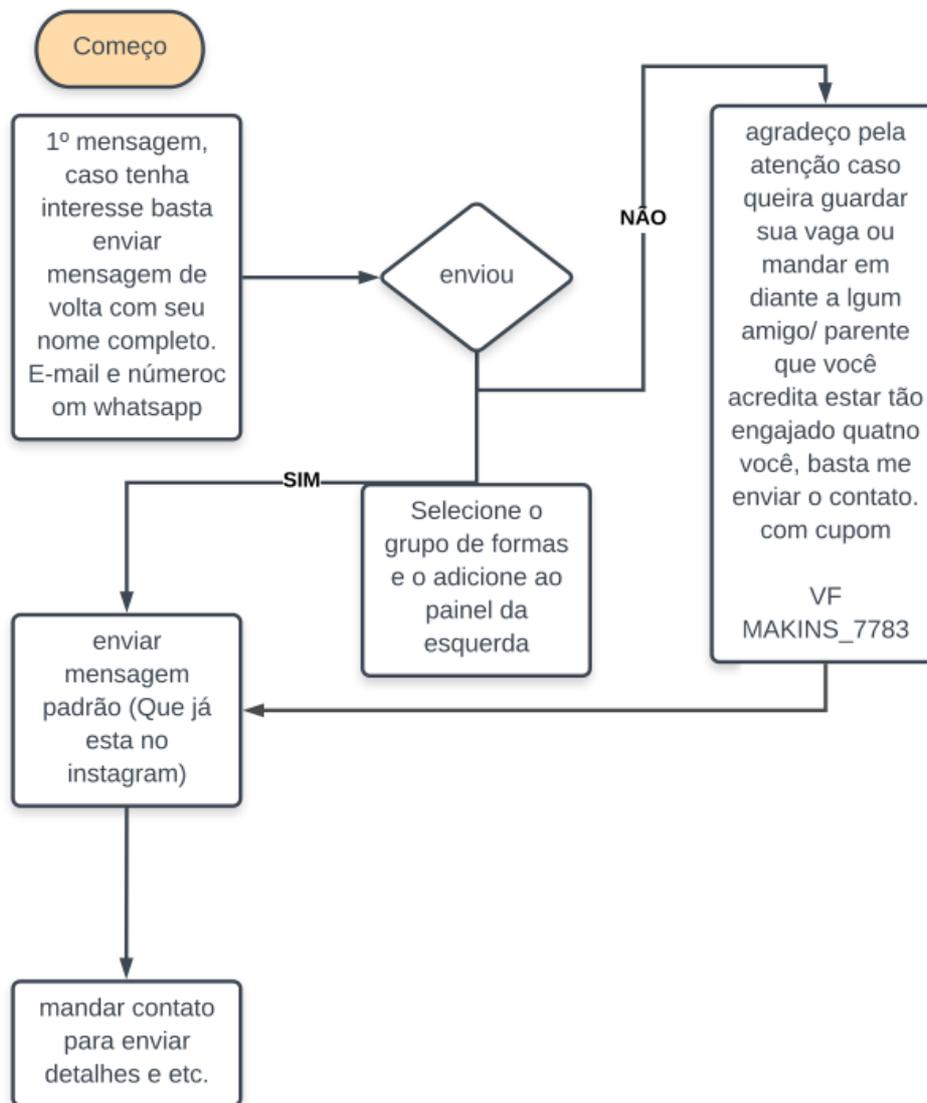
Além do mais tais funcionam para também controlar e fiscalizar futuros funcionários que trabalham e registrar o pagamento. As aulas são montadas semanalmente para fins de gerar um livro a médio prazo, servindo como modelo por não haver livros com este tipo de conteúdo de aulas de conversação e afins gerando mais valor e ganhando a corrida em termos de ser visto como um conceito de oceano azul, o que é uma preocupação constante da empresa.

É feito também mês a mês o controle financeiro a fim de manter organizado toda atividade financeira da empresa e também para fins de controlar para gerar relatórios para anos seguintes e também servir de parâmetro para tomada de decisão futura. Além do mais é importante ter registros contábeis a fim de gerar relatórios para fins de pagamento de impostos e também declaração à receita federal.

### **3.11 Fluxograma**

A fim de melhor efetuar os caminhos percorridos das atividades, a ideia de fluxogramas montados através do site: <https://www.pexels.com/search/4k%20wallpaper/> foi necessária para melhor efetuar os processos de captação e prospecção de novos alunos dentro da empresa, conforme figura 6.

Figura 6 - Passos seguidos dentro da empresa para prospecção de novos alunos.



Fonte: Elaborado pelo autor (2019).

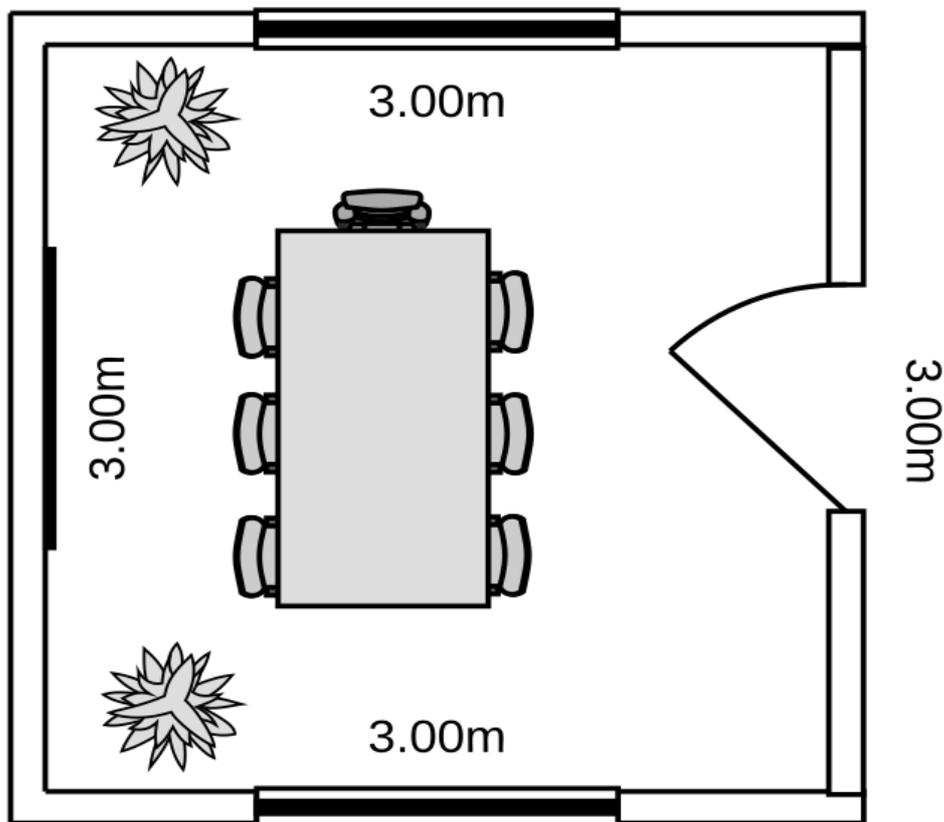
Além do mais os fluxogramas vão poder melhorar os processos em andamento, além de colaboradores com o aprendizado de futuros colaboradores, pelo fato de mapear as etapas.

#### 4. SUGESTÕES

A fim de melhor consultar as aulas e programas será de extrema importância que a escola passe a ter uma sede mais apresentável e levando em consideração os quatro P's de marketing considerando, portanto, Praça, Preço, Promoção e Produto.

A fim então de melhorar o conceito de praça, será interessante alugar uma área comercial com pelo menos quatro cômodos que serão posteriormente transformados em salas incluindo também no mínimo dois banheiros e também uma sala geral. Deste modo três das salas podem ser alocadas como sala de aulas e uma para a sala do corpo docente, que por sua vez poderá ser transformada em uma outra sala para utilizar para lecionar em caso de eventual crescimento súbito. As salas devem possuir uma mesa grande, com a cadeira do professor e mais 6 cadeiras para os alunos (FIGURA 7).

Figura 7 - Esboço de uma sala ideal.



Fonte: Do autor (2019).

A sala principal do local alugado será utilizado como a sala de recepção com instalação de uma televisão juntamente com um console de vídeo game, considerando que haverá alunos jovens e que o nicho da empresa se baseia em pessoas jovens e com criatividade isso também ajuda a fortalecer a ideia de uma imersão para o espaço.

A ideia do espaço físico é que ela siga um parâmetro de imersão onde no tempo em que o aluno esteja presente na escola ele se sinta como se estivesse em um local fora do seu país.

Portanto, livros, revistas e até o tratamento entre os professores será totalmente em inglês instigando com que o aluno veja que o aprendizado é fácil e quebrando o paradigma de algo difícil ou até mesmo impossível.

Além disso esse contato faz com que o aluno seja motivado a procurar atividades extras para trabalhar o idioma. Atividades extras tais como projetos sociais onde os alunos possam participar juntamente com jogos e atividades de lazer serão também ofertadas para a escola a fim de fortalecer o impacto de sua imagem dentro das cidades onde estiver presente a escola juntamente com a ideia de progressão conjunta da escola.

#### 4.1 Programas Filantrópicos

A fim de cumprir com a missão e valores da escola, queremos fazer com que todos tenham a oportunidade de aprender e imergir na língua, portanto já foi implementado os "*Conversation workshops*" onde os alunos têm a oportunidade de chamar seus convidados para participar do evento. Além disso o evento em si não conta com nenhum preço, apenas um valor simbólico de alimento não perecível que será doado a entidades de caridade locais para ajudar àqueles que realmente precisam.

Além disso outro importante programa que terá início será o de "ajuda filantrópica" onde no site [www.victormakins.com](http://www.victormakins.com) contará com a aba denominada "conte me a sua história" como visto na figura 8.

Figura 8 - Abas do site.



Fonte: Do autor (2019).

Nesta aba, todo semestre será estipulado um número de bolsas integrais destinadas a pessoas que possuem real interesse em aprender a língua e que enxergam de que alguma forma o programa será possível ajudar sua vida.

A ideia do programa é que o *Prospect* conte a sua história através da aba solicitada juntamente com um motivo pelo qual aulas de idiomas podem mudar a sua vida e daqueles à sua volta. O programa vai poder servir de inspiração para outros alunos juntamente para o próprio corpo docente cujo trabalho será visto de outra maneira podendo enxergar como uma fonte de inspiração ao quadro de professores.

## 4.2 Criação de Valor

Para complementar valor ao serviço prestado e também como uma forma de tornar o serviço algo tangível, seria interessante criar um *box* com conteúdo do curso incluindo os guias em formato mais sofisticado (FIGURA 9), para que o aluno sinta o material e tenha um *user experience* diferente de qualquer outra escola que ele ou ela tenha presenciado.

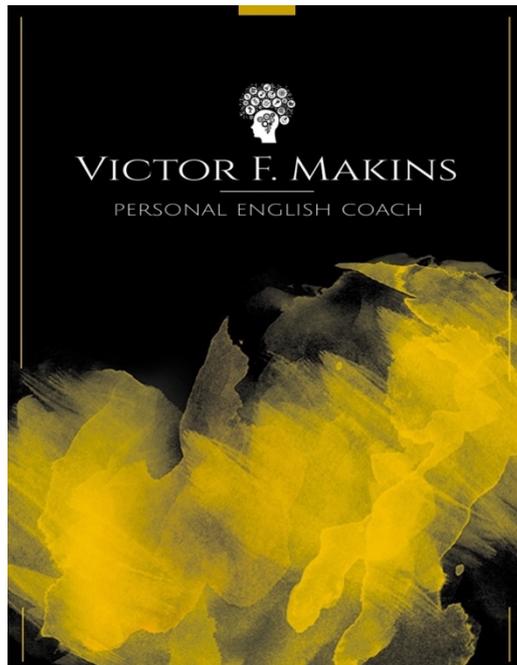
Figura 9 - Box ilustrativo com conteúdo do curso.



Fonte: Sam Ovens (2019).

Para já tomar medidas proativas as artes das novas pastas (FIGURA 10), serão acrescentadas para que já tenha um modelo estabelecido e facilite o orçamento com diferentes locais para executar a obra.

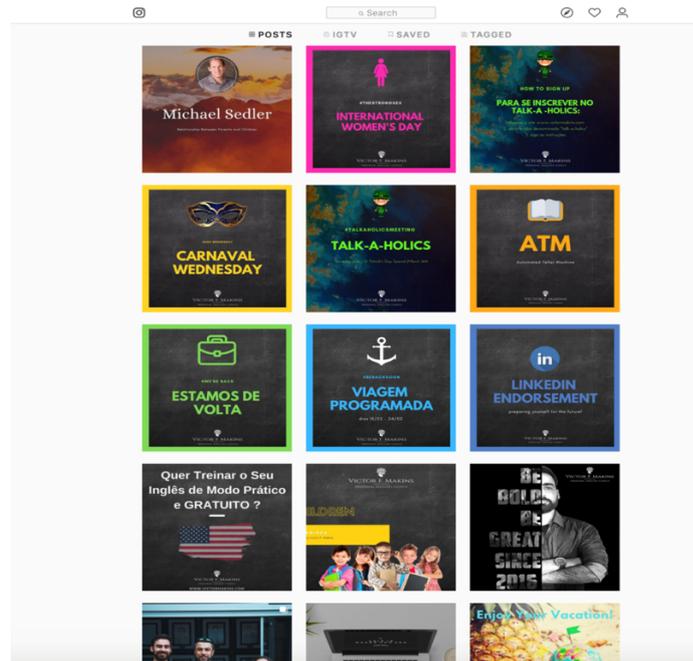
Figura 10 - Artes das novas pastas.



Fonte: Do autor (2019).

Além do mais, a página do Instagram (FIGURA 11), é uma ferramenta importante para fins de captação de novos *leads* e no entanto gerando valor à marca através de marketing digital e conteúdo novo lançado semana a semana.

Figura 11 - Página do Instagram da empresa.



Fonte: Instagram do autor (2019).

O próprio Instagram conta com planejamento semanal do que será tratado na semana a fim de abordar assuntos em alta na mídia o que serve para facilmente captar novos *leads*. Além disso a interação do público com a página faz com que novos membros estejam sempre em contato uma vez em que há sempre pessoas compartilhando conteúdo. Ainda que trata de uma atividade que requer um tempo alto para confeccionar é interessante ter essa atividade sempre ativa para que novos membros possam participar.

Além do mais o engajamento virtual pelas redes sociais principalmente a do Instagram nos trás muitos *insights* para a empresa, e além disso o cliente que não conhece a marca analisa muitas vezes o número de seguidores e considera este número com a qualidade do serviço ou produto ofertado. Outro importante motivo pelo qual a página deve sempre estar atualizada é pelo fato de servir como importante ferramenta para fins de divulgação de eventos datas de feriado e afins.

### 4.3 Os 4P's de Marketing

Os quatro P's do marketing baseiam se em praça, público, preço e promoção. Estes aspectos aprendidos ao longo do curso, ajudaram para entender os valores que as empresas têm e como podemos melhorar para que ela tenha uma imagem elevada nestes requisitos

(GABRIEL, 2018).

Primeiramente vamos então definir estes quatro fatores do marketing. O Produto por sua vez serve para entender e definir os atributos e características do que é oferecido. A promoção por sua vez é o valor que será cobrado pela solução que o produto ou serviço oferece, e pode ter um valor maior ou menos de acordo com o grau de sofisticação e o status e valor que ele traz ao consumidor.

É importante lembrar que o preço cobrado é intimamente ligado não apenas ao produto, mas a percepção do consumidor em relação a marca e seus benefícios. O P de praça baseia-se do inglês “placement” que por sua vez é a área na qual a empresa está inserida. Basicamente podemos focar em como o cliente chega até a empresa ou aos produtos e serviços. Por fim o P de promoção baseia-se em como promover a marca e conseguinte os produtos e serviços oferecidos (GABRIEL, 2018).

#### **4.4 Metodologia SMART – Metas**

Sabemos que definir metas é muito importante, principalmente quando estamos focados em atingir um objetivo específico. Através de um método para criar metas utilizamos o método SMART que baseia se em cinco categorias para ajudar a mensurar as metas, são elas respectivamente: S – Specific (específico), M – Measurable (Mensurável), A – Attainable (atingível), R – Relevant (relevante) e T – Timely (temporal). Essas cinco siglas nos ajudam a criar qualquer meta para nosso plano de trabalho, e funciona tanto para a empresa quanto também para criação de metas para os alunos.

#### **4.5 Cenário Futuro**

O cenário da internet é o que mais cresce atualmente, segundo um conjunto de relatórios digitais publicados pela “We Are Social” e “Hootsuite” (KEMP, 2018), revela que existem mais de 4 bilhões de pessoas em todo o mundo usando a internet, mais da metade da população mundial está conectada.

Cada vez mais a população tende a realizar atividades online, como compras, aulas e outras atividades. O Brasil também começa a se atentar para o quesito capacitação. De acordo com um estudo realizado pelo Ibope (2012), foi perguntado aos entrevistados como eles definiriam a sua capacidade para ler e entender uma notícia simples de jornal em inglês, o resultado mostrou que 73% dos entrevistados consideram não saber inglês, o que interfere

diretamente na competitividade brasileira diante dos pares internacionais.

A fim de mudar esse cenário o governo vem investindo em programas como o Ciência sem Fronteiras, que já ofereceu mais de 100 mil bolsas em Universidades Internacionais (MELLO, 2017). O cenário de investimento e conscientização aliado a possibilidade de aprender online, com flexibilidade de horário e preços mais acessíveis torna o curso online uma ferramenta de transformação da sociedade brasileira em uma sociedade bilíngue.

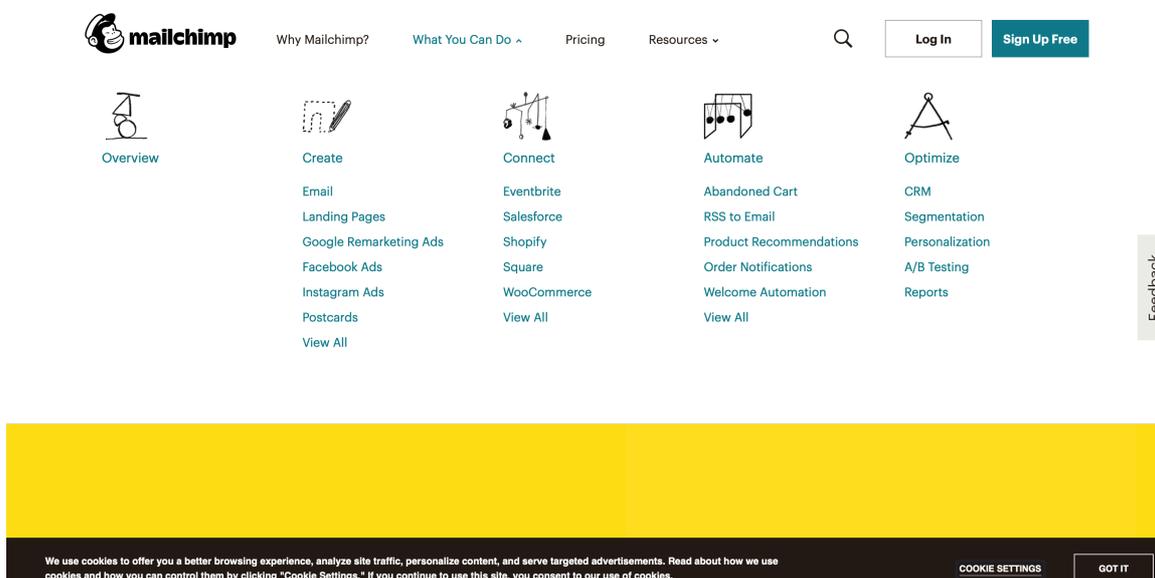
#### 4.5.1. Melhoria de CRM

A sigla CRM conhecida por *Customer Relationship Management*, faz referencia ao gerenciamento do relacionamento com o cliente. Este por sua vez trata-se de uma ferramenta importante para fins de controlar contatos pessoais da empresa tais como clientes, prospecto, leads, fechamentos, empresas parceiras entre outras informações sobre os contatos que precisam ser armazenados em um banco de dados virtual confiável.

No presente momento a empresa faz uso do domínio localizado no [www.wix.com](http://www.wix.com) e pelo mesmo é oferecido algumas ferramentas de gestão entre elas o próprio CRM. A ferramenta do site é bastante eficiente visto que há paginas no site da empresa onde é feito cadastros para eventos e até para fins de baixar documentos. No entanto o sistema capta informações sobre os inscritos e transforma eles automaticamente para o CRM onde será arquivado para fins de campanhas de email e mensagens diretas. Como visto na figura abaixo:

O Wix é uma ferramenta importante para a empresa como um todo uma vez em que é armazenado importantes informações sobre pessoas que possuem interesse nos serviços oferecidos. Além disso tratam de clientes ou futuros clientes da empresa. Embora o Wix funcione de maneira eficiente ainda assim avalia-se a ideia de mudar para outra ferramenta como o “MailChimp” (FIGURA 12). O *MailChimp* por sua vez oferece o mesmo serviço de armazenamento e afins, porém possui um preço mais alto para seu uso uma vez em que ele automatiza várias ferramentas, como campanhas de e-mail, geração de resultados quantitativos para fins do controle e entre outras atividades. Ainda assim a assinatura ainda não foi feita pela empresa já que é visto como um gasto desnecessário no momento em que a empresa está. Além do mais há outras plataformas de CRM mais baratas do que a descrita, porém por referencia de fóruns e benchmarks feito com outras empresas, a mais utilizada e confiável tem sido a descrita acima.

Figura 12 - Página do site MailChimp.



Fonte: Mail Chimp (2019).

## 4.6 Ferramentas De Qualidade

Ferramentas de qualidade são utilizadas pela empresa a fim de melhorar o padrão de qualidade de cada área possibilitando mudanças positivas no dia a dia a fim de garantir melhorias nas aulas e nos processos, tornando-os mais rápidos e mais fáceis de ser aplicados em diferentes modelos e de entendimento fácil a quem procura.

### 4.6.1 SWOT

A análise SWOT é dado por quatro siglas da administração dadas como *Strength*, *Weakness*, *Opportunities* e *Threats*, respectivamente dados como pontos fortes, fracos oportunidades e ameaças. O mesmo ajuda a empresa a contemplar esses quatro fatores e compará-los a fim de estabelecer pontos a serem tratados para melhorias futuras e valorizar o que já é existente que esta em bom funcionamento assim como também a aproveitar oportunidades externas que poderão servir para alavancar a empresa e também entender pontos externos que poderão comprometer a empresa. A importância da análise SWOT para a empresa foi justamente para entender melhor as dimensões de elaboração da empresa e também entender os principais pontos a concentrar para avaliar as devidas melhorias.

O fator de concepção de oportunidades externas também ajuda a produzir melhores estratégias para o futuro da empresa e também facilitar quanto ao entendimento do mesmo para cenários futuros quanto às ameaças existentes. Esse plano estratégico ficou registrado para a empresa e também serviu para melhor planejamento futuro sobre as atividades e serem tratados para fins de melhorias na devida empresa. Será vantajoso refazer esse quadro de tempos em tempos para atualizar as devidas melhorias e melhor entender o que está adequado no sistema em si e o que precisa de mais atenção para a época proposta, isto visto que de tempos em tempos vai haver melhorias no que é apresentado e o próprio funcionamento da empresa.

Tabela 3 - Análise SWOT.

PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Baixo risco de investimento;</li> <li>- Pequena necessidade de equipamentos;</li> <li>- Equipe jovem;</li> <li>- Experiência internacional dos membros da equipe;</li> <li>- Gratuidade de módulos e preços reduzidos;</li> <li>- Preço reduzido em trabalhos de tradução;</li> <li>- Flexibilidade de acesso;</li> <li>- Ótima distribuição de habilidades dentro da equipe;</li> <li>- Localização estratégica;</li> <li>- Professores e contatos na Universidade;</li> <li>- Modelos de sucesso e fracasso a serem seguidos;</li> <li>- Clientes em todas as partes do mundo;</li> <li>- Facilidade de expansão;</li> <li>- Hierarquia horizontal.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pouco capital inicial;</li> <li>- Pouco conhecimento gerencial por parte dos membros;</li> <li>- Pouco contato com investidores;</li> <li>- Anonimato nos ambientes de Startups;</li> <li>- Equipe pequena;</li> <li>- Falta de sede;</li> <li>- Limitação de idiomas;</li> <li>- Recursos físicos 90% confiáveis (computadores, conexões, etc);</li> <li>- Cultura disciplinar.</li> </ul>
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mercado em ascensão;</li> <li>- Diversidade de público;</li> <li>- Incubação, aceleração;</li> <li>- Atual nível de globalização;</li> <li>- Eventos internos da UFLA;</li> <li>- Ciência Sem Fronteiras;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Concorrentes renomados (Busuu, Babel, Franquias);</li> <li>- Segmentação da equipe;</li> <li>- Casos jurídicos omissos;</li> <li>- Segurança da informação;</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Visualizações no YouTube, Google Adscence;</li> <li>- RIO 2016;</li> <li>- Forte tendência dos Aplicativos p/ Smartphones.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cópia de conteúdo;</li> <li>- Prioridades estudantis e pessoais dos membros.</li> </ul>
--	--

Fonte: Elaborada pelo autor (2018).

#### 4.6.2 Matriz GUT

A matriz GUT (FIGURA 13) é tratada através de uma lista de problemas que são detectadas na empresa a fim de priorizar determinadas medidas e ações para resolvê-las. A matriz trás consigo um ranking dos principais problemas, planejamento de planos de ação, relatório dos planos de ação, e um *dashboard* de priorização de problemas. A lista de problemas por sua vez é um recurso da planilha e é a listagem dos problemas que deverão ser classificados e rankeados de acordo com sua gravidade, urgência e tendência, daí surge o nome GUT.

O ranking dos principais problemas nos ajuda a enxergar quais atividades devem ser tratadas primeiro de acordo com sua gravidade sendo então pontuadas na planilha através de uma pontuação no algoritmo presente na planilha do Microsoft Excel. O Planejamento das ações é feito de acordo com os problemas levantados, fazemos então o planejamento e controle dos planos necessário para resolver tais situações na empresa. O *dashboard* de priorização de problemas por sua vez ajuda a visualizar os principais indicadores como quantidade de problemas, planos de ação e percentuais separando os por gravidade, urgência e tendência.



- Poder de aprimorar — e até salvar — um relacionamento, seja pessoal ou profissional. O rapport é considerado uma grande alavanca para aumentar suas **relações interpessoais**. Quem não quer se tornar uma pessoa mais empática e influente?
- Temos uma tendência a confiar em indivíduos parecidos conosco. Com isso, por meio de rapport fica mais fácil suggestionar e **persuadir** outra pessoa. Seja para vender um produto ou uma ideia, passar aquela cantada num bar ou até mesmo mudar uma crença ou paradigma.
- Quando alguém se sente mais à vontade para expor seus pensamentos e demonstrar verdadeiramente o que está sentindo, é muito mais fácil conduzi-lo pelo caminho adequado. Não é à toa que a técnica é muito utilizada por diversos psicólogos e *coaches* mundo afora.

Maneiras simples de guiar os demais membros a obter bons e rápidos resultados quanto ao “rapport” baseia-se em sorrir, tratar o outro pelo nome, ser otimista e ter paciência. O sorriso para o *rapport* funciona como uma chave universal a fim de desarmar qualquer pessoa e fazer com que grandes dificuldades ou barreiras sejam eliminadas. Seja uma reunião presencial ou feita através de alguma plataforma online. Tratar outros indivíduos pelo nome dá uma segurança de que este é único e baseia-se em uma ferramenta importante citada por Dale Carnegie em seu livro *Como fazer amigos e influenciar pessoas*. O autor, conhecido como o papa das relações humanas diz “Lembre-se de que o nome de um homem é para ele o som mais doce e mais importante que existe em qualquer idioma” (2012, p.115).

A ideia de chamar o outro pelo nome faz com que o mesmo se sinta à vontade e também passa a ideia de reconhecimento pessoal. O fator de otimismo faz parte das qualidades e valores da empresa, para criar uma empatia positiva e uma cultura organizacional eficiente nossos clientes e principalmente membros precisam atentar aos pensamentos e atitudes positivas. O último por sua vez trata-se de paciência, o que é uma característica que precisa estar ativa diariamente para persistir em novos ensinamentos e também em novas formas de enxergar o mundo. Tratando de uma escola inovadora é de suma importância os treinamentos e mensagens aos membros, porém nenhuma diferença é feita de dia para noite e para isso é importante treinar os integrantes a serem focados em paciência e atributos chave como tal. A empresa como um todo precisa ser tolerante, trabalhar bem a ansiedade e organizada para isso o fator organização juntamente à paciência são ferramentas primordiais para qualquer empresa, empreendedor e equipe.

#### **4.7 Plano de ação gerado a partir do cruzamento dos dados - tentativa de concorrer com os grandes**

O crescente mercado de línguas oferece oportunidades a todos aqueles tenham coragem e metodologia diferentes, arriscar em bater de frente com os grandes concorrentes pode ser viável por se tratar de um mercado em ascensão (oferecendo oportunidades para todos) e onde possuísse baixo risco no caso de má execução.

#### **4.8 Plano de incubação ou arranjo de sede**

Por se tratar de uma empresa com baixa necessidade de equipamentos é possível facilmente ser instalada em diversos ambientes. Por demandar um pequeno investimento em relação a recursos, a oportunidade de Incubação e aceleração torna-se maior tendo em vista de outras empresas que necessitam de maiores recursos. Caso a incubação não dê resultados positivos é possível arcar mesmo que provisoriamente com os custos do projeto.

#### **4.9 Vídeo – dicas sobre cotidiano no exterior e no Brasil**

Com a globalização cada vez mais pessoas migram para países desenvolvidos como Estados Unidos, Inglaterra e Austrália. Antes de partir todas as pessoas buscam informações do lugar para onde estão indo. Um módulo de dicas cotidianas sobre rotina, gafes, alimentação e outras curiosidades pode ser uma importante fonte de publicidade para o projeto.

Vídeo-dicas tem um enorme potencial de “viralização” e com a presença de membros no exterior tais vídeos podem ser transmitidos diretamente dos Estados Unidos. Não só os vídeos transmitidos p/ o Brasil, existe a possibilidade de vídeo-dicas para estrangeiros que virão ao Brasil para as Olimpíadas Rio 2016, uma guia de etiqueta brasileira e vídeo-dicas transmitidas direta do Brasil podem interessar públicos estrangeiros, tal fator é facilmente realizado devido ao fato da equipe estar bem distribuída.

#### **4.10 Para brasileiros aonde existirem brasileiros**

Existem brasileiros em todas as partes do mundo, muitos viajam sem antes ter um conhecimento prévio de inglês. A diferente rotina das pessoas no exterior faz com que os mesmos necessitem de flexibilidade de horários e também um baixo preço comparado aos

demais. O projeto pretende direcionar seu funcionamento também a brasileiros no exterior que buscam aprimorar a sala de aula com a experiência de vivência.

#### **4.11 Internacionalização universitária**

O preço reduzido dos intérpretes pode ser ainda mais flexível ao se tratar de eventos dentro da própria localidade da empresa. Um pacote de preços diferenciados para eventos na UFLA poderá garantir uma vasta cartela de clientes locais. Fazer a fama em casa para depois alcançar novos clientes em Universidades de todo o Brasil. Um modelo universitário de sucesso é sempre seguido e implantado em várias universidades, um trabalho de baixo custo e bem feito na Universidade de origem pode gerar novos clientes de outras Universidades.

#### **4.12 Webinars e Google Hangouts**

Com a distribuição de membros da equipe nos Estados Unidos e no Brasil, pode-se realizar webinários e vídeo-conferências com temas diversificados e transmitidos diretamente dos Estados Unidos. Algos como aulas preparatórias p/ TOEFL, revisionais, vídeo-dicas e também outros assuntos interessantes a serem tratados em tempo real, com a iteração do público.

#### **4.13 Plano viral**

Com a globalização e o aumento do acesso da população à internet, hoje em dia é possível reconhecer vídeos que em pouco tempo se tornam virais e possuem milhões de acessos no mundo todo. Como o inglês é a língua universal, realizar campanhas com vídeos virais pode acarretar um grande número de visualizações em plataformas como o YouTube e assim gerar renda através de links patrocinados e Google AdSense.

#### **4.14 Resistência à venda imediata e reconhecimento potencial de crescimento**

Com a ascensão do Hello World espera-se que concorrentes do seguimento venham a tentar englobar ou incorporar o projeto ao seus. Em tal momento do projeto é necessário fazer um reconhecimento do potencial do projeto para então saber até onde é viável e interessante realizar alguma proposta de integração.

#### 4.15 Networking

Aproveitando da estrutura atual que a UFLA dispõe e também do contato com diversos professores da área, é possível estabelecer uma rede de contatos interessantes para o projeto, analisando inclusive casos de sucesso e fracasso dentro do âmbito do projeto, projetando as ações unidas aos contatos para que torne o sucesso uma meta mais rápida e fácil de ser atingida.

#### 4.16 Investidores anjos

Inicialmente, aliado ao processo de incubação faz-se importante a presença de um investidor anjo, único, que acompanhará a fase inicial do projeto. O investidor anjo será a lacuna coberta pela falta de investimento inicial dos membros do projeto. O investidor anjo se tratará de pessoa física ou pessoa jurídica interessada em investir no projeto e acompanhar de perto sua etapa inicial.

#### 4.17 Planos de metas semanais

A falta de tempo dos membros aliado a suas prioridades pessoais pode fazer com que o projeto ande em ritmo muito lento caso não sejam estabelecidas metas pessoais e semanais. Através de metas semanais cada membro terá diversas atividades na qual terá que cumprir, independente da hora em que o for fazer, ao fim da semana todas as metas pessoais de todos os membros deverão estar cumpridas.

Aliado a isso, faz-se necessário também a realização de webinários semanais intra-equipes onde os membros se encontrarão em um ambiente online (skype por exemplo) para tratarem das dificuldades, novidades, críticas e sugestões a respeito do andamento do projeto. A metodologia SCRUM pode ser adotada pela equipe, onde no início de cada dia de trabalho um pequeno diário é elaborado onde os membros contam o que farão em tal dia e o que fizeram no dia anterior.

#### 4.18 Fatores críticos de sucesso

**Aprendizagem Portátil:** Cada vez mais pessoas possuem um smartphone, por isso é essencial pensar em soluções que possibilitem fácil mobilidade. **Fragmentação:** Está cada vez mais consolidado que em educação a distância “menos é mais” quando falamos de carga

horária. É preferível ter uma trilha com várias peças menores do que um grande curso com muitas horas;

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tudo que tem sido tratado sobre a empresa na trás enorme satisfação por tratar de um projeto tão novo e com intuito tão positivo. A empresa teve como início inicialmente como hobbies em 2010 por ensinar amigos e familiares. Ao longo do tempo o seu atual presidente começou a dar aula em uma escola multinacional franqueada no Rio de Janeiro, de la veio a fonte de inspiração por ver inúmeros alunos que se identificaram com o estilo de aprendizado do mesmo.

Ainda que a escola onde o mesmo trabalhou tenha tido uma metodologia padronizada e interessante havia ainda inúmeros *gaps* que por sinal foram alertados pelo próprio. Foi no intuito de ajudar a escola a progredir e sanar tais problemas e como consequência não ser ouvido que surgiu a ideia de empreender. Como qualquer outro começo, essa etapa trata da parte mais difícil de qualquer coisa da vida. E, portanto, através de problemas tratados é que surgiu uma metodologia aberta e justa para tratar de tais equívocos.

A empresa nunca teria tido começo caso não fosse por pessoas que não soubesse ouvir e considerar lacunas. Além do mais, fatores como a “humanização” e “user experience” fizeram com algo que cativou os primeiros passos da empresa. O intuito de criar um empreendimento foi justamente de fazer com que uma empresa ainda que focada em resultados quantitativos tivesse também resultados qualitativos e com sinais de humanização dentro da organização. Isso trata tanto o corpo discente para motivar e manter o aluno focado no seu resultado como língua quanto também o corpo docente que precisa ser motivado a dar seu melhor e motivar o corpo discente.

A metodologia da escola baseia-se em aspectos mais humanos, em uma nova forma de aprendizado através de tentativa e erro que prepara o aluno não somente para uma experiencia no exterior quanto também para a vida em si, onde a tentativa ou até mesmo o fracasso deverá ser visto como bons olhos, e a falta de tentativa é que deve ser enxergado como o fracasso em si. A empresa possui o intuito de enxergar o aluno não somente como um contribuinte da receita bruta, mas sim como um indivíduo que possui potencial enorme e que juntos podemos tornarmos melhores.

Empresas que trabalham com serviços em geral sempre atuam para melhor atender seu cliente e isso diz que sempre haverá o contato entre diferentes indivíduos, diferentes interações

e também diferentes histórias de vida e *backgrounds*. Isso quer dizer que a empresa deverá sempre prezar por uma conversa adequada incluindo comportamento, vestimentas e vocabulário a fim de fazer com que o nosso cliente sempre se sinta bem e tenha a vontade de voltar. A empresa vê isso necessário tanto com o cliente em si quanto também com qualquer outra empresa ou pessoa que preste serviço na escola e com todos os colaboradores fazendo disso parte da cultura organizacional da empresa. São justamente aspectos humanos que fizeram da empresa o que ela é hoje e é justamente por isso que prezamos.

Ainda que a empresa esteja em uma fase de começo há muito o que fazer e o planejamento estratégico anual é o que faz com que tenhamos bons resultados e batemos nossas metas. A ideia de *kaizen* (melhoria contínua) para a empresa é algo de extrema importância e é o que nos mantém motivado e adeptos a novos concorrentes que desejam entrar no mercado ou que já sejam existentes. A ideia de cativar novos modelos de outras escolas e outros locais é uma ferramenta muito importante que consta no *benchmarks* da empresa para que possamos sempre ter vantagens competitivas para com o mercado.

A empresa possui ainda várias ideias e o quadro de colaboradores terá que aumentar no futuro e com isso haverá a necessidade de alteração de quadro fiscal de MEI (microempreendedor individual) para o Simples Nacional, ainda que a tributação seja mais alta, será de extrema necessidade para manter a empresa funcionando legalmente e poder atuar de maneira justa, adequada e respeitando as devidas leis e os próprios valores.

Além disso o quadro de departamentos terá que se tornar existentes a fim de manter a empresa sempre competitiva e também organizada. Além disso novos funcionários, quer dizer maior número de informações e também ideias e para que todos sejam ouvidos será necessário haver cargos de liderança para melhor qualificar as equipes e também para manter o padrão de excelência no qual temos estabelecidos durante os anos.

## REFERÊNCIAS

- ANDRADE, M. **Rapport**: o que é e como usar essa poderosa arma de persuasão a favor da sua agência. Blog Agências de Resultados, nov. 2018. Disponível em: <<https://resultadosdigitais.com.br/agencias/o-que-e-rapport/>>. Acesso em: 20 de abr. 2019.
- BARBOSA, D.S; QUINTANA, A.C. **Gestão do disponível: um estudo em micro, pequenas e medias Empresas**. Revista de Administração da UNIMEP, Piracicaba, v.11, n.3, set./dez. 2013.
- BARNEY, J. **Firm resources and sustained competitive advantage**. Journal of Management, Texas, v. 17, n. 1, p. 99-120, mar. 1991.
- BRANCO, A. M. F. **Eficiência do sistema bancário em 2014: uma análise de DEA-SBM**. Ribeirão Preto, Universidade de São Paulo, 2016.
- BRASIL. Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996. Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. **Lei de Diretrizes e Bases da Educação-LDB**. Brasília, DF, 1996. Disponível em: <[http://portal.mec.gov.br/seesp/arquivos/pdf/lei9394\\_ldbn1.pdf](http://portal.mec.gov.br/seesp/arquivos/pdf/lei9394_ldbn1.pdf)>. Acesso em: 10 abr. 2019.
- CAMPOS, D. A. **A avaliação da educação superior diante de uma colonialidade do saber e do poder**: a participação política discente. Revista da Avaliação da Educação Superior, São Paulo, v. 22, n. 1, p. 179-199, mar. 2017.
- CANVANIZER. Disponível em: <<https://canvanizer.com/canvas/wHtBjR4ksedgJ>>. Acesso em: 15 de nov. 2018.
- CARRASCO, C.L. **Uma análise da aplicação do business model canvas - bmc a partir da visão de empreendedores que se encontram em diferentes fases do negócio - uma experiência da incubadora de empresas e projetos do inatel**. In: XXIV Seminário Nacional de Parques Tecnológicos e Incubadoras de Empresas, 2014, Pará. Anais, Pará, 2014, p.16.
- CHIAVENATO, I. **Gestão de Pessoas**: o novo papel dos recursos humanos nas organizações. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
- CHIZZOTTI, A. **Educação superior e o mercado de serviços educacionais**. Revista e-Curriculum, São Paulo, v. 12, n. 01 jan./abr. 2014.
- DALE, C. **Como fazer amigos e influenciar pessoas**. 52 ed. Companhia Editora Nacional, 2012.
- FRANCA, A. **Educação e mercantilização**: um estudo sobre a expansão do setor de Ensino Superior privado no Brasil a partir da década de 1990. Revista Brasileira de Ensino Superior, Passo Fundo, v. 3, n. 1. p. 98-111, jan./mar. 2017.
- FRERES, H.; RABELO, J. J.; MENDES SEGUNDO, M.D. **O papel da educação na sociedade capitalista**: uma análise onto-histórica. In: V Congresso Brasileiro de História da

Educação, 2008, Sergipe. O Ensino e a Pesquisa em História da Educação. Aracaju: Universidade Tiradentes, 2008. v. 1. p. 1-15.

GABRIEL, L. **Os 4 Ps do marketing também chamados de Mix de Marketing ou Composto de Marketing representam os quatro pilares básicos de qualquer estratégia de marketing: Produto, Preço, Praça e Promoção.** Blog Rock Content, 24 de fev. 2018. Disponível em: <<https://rockcontent.com/blog/4-ps-do-marketing/>>. Acesso em: 15 dez. 2018.

IBOPE, Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística. **73% dos brasileiros não sabem ler textos em inglês**, 2012. Disponível em: <<http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/73-dos-brasileiros-nao-sabem-ler-textos-em-ingles.aspx>>. Acesso em: 10 de abr. 2019.

JUNIOR, P.R.; PAMPLONA, E.O.; SALOMON, F.L.R. **Otimização de portfólios: análise de eficiência.** Revista de Administração de Empresas, São Paulo, v. 54, n. 4v jul./ago. 2014. 2014.

KEMP, S. **Digital in 2018: world's internet users pass the 4 billion mark.** We are social, 30 jan. 2018. Disponível em: <<https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>>. Acesso em 12 de fev. 2019.

LACOMBE, F. **Teoria geral da administração.** 1ed. São Paulo: Saraiva, 2009. 351 p.

MELLO, J. **O fim do Ciência sem Fronteiras depois de R\$ 13 bilhões investidos em bolsas no exterior.** Jornal GGN, 30 de jun. 2017. Disponível em: <<https://jornalggn.com.br/ciencia/o-fim-do-ciencia-sem-fronteiras-depois-de-r-13-bilhoes-investidos-em-bolsas-no-exterior/>>. Acesso em: 12 de fev. 2019.

SAVIANI, D. **Educação em diálogo.** Campinas: Autores associados, 2011. (Coleção memória da educação)

SOUZA, R.P. COSTA, S.A. MACEDO, M.A.S. **Análise de eficiência de empresas do setor de transporte no Brasil: um estudo utilizando DEA.** In: Simpósio de Administração da Produção, Logística e Operações Internacionais, 13, São Paulo, SP, 2010.

VASCONCELOS, F. C.; BRITO, L.A.L. **Vantagem competitiva: o construto e a métrica.** Revista de Administração de Empresas, São Paulo, vol. 44, n. 2, abr./jun. 2004.

VMLI, Victor Makins Language Institute. Disponível em: <<https://www.victormakins.com/>>. Acesso em: 17 mar. 2019.

WAGNER, J. A.; HOLLENBECK, J. R. **Comportamento organizacional: criando vantagem competitiva.** 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

WIX. Disponível em: <<https://www.wix.com>>. Acesso em: 23 de fev. 2019.