

**LIGA DE ENSINO DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO UNIVERSITÁRIO DO RIO GRANDE DO NORTE
CURSO DE MBA EM MARKETING ESTRATÉGICO**

LUCIVÂNIA APARECIDA DA SILVA

**MODELO DE AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO PARA POP TRADE
MARKETING**

NATAL/RN
2017

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho tem como objetivo propor um novo modelo na avaliação de desempenho dos colaboradores para empresa Pop Trade Marketing/Samsung na cidade de Natal/RN.

De acordo com Snell e Bohlander (2010, p. 53), Especialistas argumentam que a chave para o sucesso de uma organização é estabelecer competências, conjunto de habilidade, conhecimento e atitude, que são adquiridos pelas experiências de mercado, treinamento e desenvolvimento.

A avaliação de desempenho é uma ferramenta importante de gestão, que analisa e mensura o colaborador, julgando o potencial, e quando acompanhado capacita o seu desenvolvimento contínuo profissional e pessoal.

A Pop Trade é uma das maiores agências de trade marketing do Brasil, que presta serviço para Samsung que é uma das maiores fabricantes de eletroeletrônico e líder global de vendas de smartphones no mundo. A junção dessas duas empresas se tornou um case de sucesso, como ir da 4º para a 1º colocação de mercado adotando o trade marketing como prioridade. Na Cidade de Natal existem 16 funcionários, sendo 1 Supervisor, 1 Consultor de Merchandising e 14 consultores de Vendas.

A avaliação de desempenho ocorre anualmente com base nas 10 competências, com peso de 20% nos resultados, onde está é avaliada pelo gestor responsável pela equipe, os outros 80% são mensurados pelo RH em cima de outros indicadores como presença, treinamento, auditoria e relatórios.

Diante do contexto apresentado o trabalho tem como problema de pesquisa: como melhorar o sistema de avaliação de desempenho dos colaboradores na Pop Trade?

2- OBJETIVOS

2.1 – Objetivos Gerais

Este trabalho tem como objetivo propor um novo modelo na avaliação de desempenho dos colaboradores para empresa Pop Trade Marketing/Samsung na cidade de Natal/RN.

2.2 – Objetivos Específicos

- Identificar as etapas da avaliação de desempenho;
- Analisar o grau de satisfação dos colaboradores sobre a avaliação de desempenho;
- Definir um novo modelo de avaliação de desempenho.

3 - JUSTIFICATIVA

Enquanto supervisora da Pop Trade Marketing/Samsung, este trabalho se justifica pela necessidade de melhoria no processo após avaliação de desempenho, afim de acompanhar o desenvolvimento e aplicação das orientações recebidas pelos consultores no processo do feedback durante a avaliação. Identificamos uma falha pós-resultado, onde não existe acompanhamento ou retorno para lembrar ou potencializar seus pontos a desenvolver e enfatizar seus diferenciais, onde estes são fontes geradoras de motivação.

4- REFERENCIAL TEÓRICO

4.2 Competência

Segundo Le Boterf (1995), “a competência é a capacidade de integrar diversos conhecimentos heterogêneos para incluí-los na realização das atividades”.

De acordo com Fleury e Fleury (2011), o conceito de competência está relacionado ao comprometimento que é o conjunto de conhecimento, habilidades e atitudes que levam ao desempenho. Nessa abordagem a avaliação é feita de forma individual de acordo com as tarefas e o cargo ocupado pela pessoa.

4.1 Avaliação de Desempenho

Segundo Cecília e Deobel, a avaliação de desempenho, está deixando de ser uma ferramenta de medo e insegurança, e passado a ser um mensageiro de otimismo, de desenvolvimento pessoal e profissional, e a valorização dos pontos fortes, trazendo harmonia, engajamento no ambiente de trabalho. Com isso eles afirmam (2013, p.13) que “avaliação de desempenho é, portanto, mais uma

questão de atitude que de técnica”.

4.4 Acompanhamento da Avaliação de Desempenho

De acordo com Cecília e Deobel, o supervisor responsável pelo sua equipe tem que conhecer profundamente suas diferenças individuais de cada colaborador, comparando os problemas das avaliações passadas, assim, como seus pontos fortes, tirando proveito prático para o acompanhamento do trabalho a ser desenvolvido por ele.

Segundo Abrap (2013), ele recomenda que acompanhamento do colaborador seja de forma contínua pelo gestor, através de feedback em reuniões formais, identificando os pontos a serem corrigidos

5- METODOLOGIA

5.1 Tipos de Pesquisa

Pretende se com esta pesquisa propor um novo modelo de avaliação de desempenho aos colaboradores da empresa Pop Trade Marketing-Samsung situada na cidade de Natal-RN.

O modelo adotado da pesquisa será o descritivo exploratório.

Os estudos exploratórios têm como objetivo a formulação de um problema para efeito de uma pesquisa mais precisa ou, ainda, para a elaboração de hipóteses (Oliveira, 1998, p.124).

5.2 Universo e amostra da pesquisa

Os sujeitos da pesquisa representam 18 funcionários da empresa, localizados na cidade de Natal-RN que atuam nos cargos de consultores de vendas, supervisor e coordenador.

”O universo, ou população, é o conjunto de elementos que possuem as características que serão objeto do estudo, e a amostra, ou população amostral, é uma parte do universo escolhido selecionada a partir de um critério de representatividade. ” (MAXWELL, 2017)

5.3 Coletas de Dados

As coletas que serão aplicadas aos funcionários, serão através da entrevista, aplicados pela própria pesquisadora aos consultores de vendas da empresa Pop Trade Marketing- Samsung, uma vez que a pesquisadora trabalha no local.

“O rigoroso controle na aplicação dos instrumentos de pesquisas é um fator fundamental para evitar erros, defeitos resultantes de entrevistadores e inexperiente ou informantes tendenciosos” (Oliveira, 1997, P.182).

5.4 Tratamentos dos Dados

A escolha da metodologia para a realização da pesquisa é muito importante, pois é através dela que alcançaremos os resultados que buscamos com o trabalho em questão.

Após a aplicação da entrevista, os dados tratados qualitativamente por meio da análise de conteúdo.

6- CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO 2017/2018

ETAPAS/ MESES	MAR	ABR	MAI O	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	JAN
Escolha do tema									X		
Elaboração da problemática									X		
Confecção dos objetivos									X		
Elaboração da justificativa									X		
Pesquisa Bibliográfica									X		
Formulação da metodologia e cronograma									X		
Redação do projeto de pesquisa									X		
Revisão Bibliográfica									X		
Revisão e redação final									X		

Adequação as normas ABNT									X		
Entrega do Projeto de pesquisa									X		

REFERÊNCIAS

FLEURY, Afonso. FLEURY, Maria Tereza Leme. **Estratégias empresariais e formação de competências: um quebra-cabeça caleidoscópico da indústria brasileira**. 3^aEd.

6^oreimpr. São Paulo: Atlas, 2011.

METODOLOGIA. Disponível em:

https://www.maxwell.vrac.pucrio.br/7162/7162_4.PDF. Acesso em: 19 de Novembro de 2017.

OLIVEIRA, Silvio Luiz. Tratamento de Metodologia Científica. São Paulo: Editora Pioneira, 1998.

SNELL, Scott. **Administração de Recursos Humanos**. 14^a ed. Norte Americana: Cengage, 2010.