ARTIGOS COMPLETOS (Resumo) 644

RESUMOS SIMPLES 669

RESUMOS DE PROJETOS 679

ARTIGOS COMPLETOS (Resumo)

ALMEIDA, ANNA PAULA DOS SANTOS 661
ALMEIDA, JOSÉ RENATO DE 655
ALMEIDA, MARCELO YASSUO DE 668
ALMUDI NETO, DARIO 651
ALMUDI NETO, DARIO 652
ALVES, ANA KARINE DE LIMA 656
ALVES, DAYANE FÁTIMA SILVA 652
AMBROSIO, RAPHAELA AKEMI HAYASHIDA 668
ANDRADE, LUIZ CLAUDIO DE OLIVEIRA 656
ARAÚJO, FABÍOLA CASTRO 665
ÁVILA, LUIS ANTONIO DE SOUSA 650
BALESTRA, FLAVIO FERREIRA 660
BIGONI, LARISSA 665
BITTENCOURT, ANA VALESKA SOUZA 656
BONFIM, LEANDRO RODRIGO CANTO 658
BOSISIO, JANAINE PEDRIALI 662
CALVO, EMANUEL 664
CAVALCANTI NETO, SEBASTIÃO 658
COSTA, ROGÉRIO DA 665
DANTAS, ANDRÉ 667
DUTRA, TAINARA 665
FERNANDES, CARLA PRISCILA 652
GAGG, MAÍRA 667
GARCIA, MARCELO AP 653
GARCIA, MAURÍCIO PELLIN 651

GONÇALVES, BRUNO DIAS 659
GUINOSS, TATIANE 657
KLETIKOSKI, ÂNGELA MARIA 658
LACERDA, SAMOEL COUTINHO 656
LOZZI, HUGO HENRIQUE 652
MATIAS, FELIPE 666
MÁXIMO, CLEBER 664
MAZZUCHELLI, LAÍS CARLA DE OLIVEIRA 663
MENEZES JUNIOR, OSNIR PIRES 648
MESMER, JOÃO JOSE 660
NICOLETI, CLEBER 656
NOGUEIRA, ALEX DE PADUA 668
NOGUEIRA, GABRIEL ALBERTINI PEREIRA 660
NOGUEIRA, ISABEL CRISTINA RAVAZZI FERNANDES 666
NOGUEIRA, ISABEL CRISTINA RAVAZZI FERNANDES 667
NOGUEIRA, ISABEL CRISTINA RAVAZZI FERNANDES 5 668
PEREIRA, MARIANA DE PAULA 652
PIMENTA, TIAGO 665
PINHAL, RODRIGO 664
RABELO, ROSÂNGELA LIMA 660
RIBEIRO, CRISTIANE DA SILVA 654
RODRIGUES, FELIPE MATIAS 650
RUFINO, TELMA APARECIDA 649
SAMPAIO, GUILHERME ZAGO 651
SATO, SONIA SANAE 649
SATO, SONIA SANAE 651
SATO, SONIA SANAE 652

SATO, SONIA SANAE.....654
SATO, SONIA SANAE.....656
SATO, SONIA SANAE.....657
SATO, SONIA SANAE.....660
SATO, SONIA SANAE.....661
SATO, SONIA SANAE.....662
SATO, SONIA SANAE.....665
SEQUEIRA, EIGLA CRISTINA SILVA DE 656
SILVA, ALINE FERNANDA DA 656
SILVA, APARECIDO MANOEL DA 652
SILVA, DIOGO FRANCISCO DA.....651
SILVA, IVO LÚCIO DA.....651
SILVA, JERSON JOAQUIM DA 653
SILVA, JERSON JOAQUIM DA 655
SILVA, ROSEMERE SERVINO DA 661
SIQUEIRA, MOACIR PINTO DE.....655
SOUSA, ANDERSON LUIZ ROS DE.....649
SOUZA, MARCOS MEDEIROS DE.....663
SOUZA, VINÍCIUS CHICALE DE 648
SUNIGA, CLEVERSON BEZERRA.....660
TAKENAKA, EDILENE MAYUMI MURASHITA [2] 656
TAKENAKA, EDILENE MAYUMI MURASHITA.....651
TAKENAKA, EDILENE MAYUMI MURASHITA.....652
TAKENAKA, EDILENE MAYUMI MURASHITA.....660
TAKENAKA, EDILENE MAYUMI MURASHITA.....661
TAKENAKA, EDILENE MAYUMI MURASHITA.....665
TORRES, GUILHERME LUIS.....668

TRINDADE, GILBERTO 665

UTIDA, ÉVERTON 651

VERGÍLIO, ELIS REGINA 654

WILKOM, PAULO ROBERTO GORISCH 658

AÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL COMO DIFERENCIAL COMPETITIVO

Osnir Pires Menezes Junior[1], Vinícius Chicale de Souza[1]

Graduando em Administração pela UNOESTE de Presidente Prudente. osnirjr@hotmail.com, vinicius_chicale@hotmail.com

Resumo

O tema responsabilidade social tem se tornado nos últimos anos, fator de grande interesse, e crescente visibilidade entre diferentes meios, na sociedade, mídia, e mais recentemente, no ambiente acadêmico. As organizações, ou mais exato algumas, não obstante a tal consideração, mostram-se cada vez mais conscientes do valor desta assimilação perante seus Stakeholders. Posto isso, elas parecem adotar postura mais responsável em suas ações. O objetivo deste trabalho é verificar a influência das ações de responsabilidade social como diferencial competitivo. A metodologia aplicada neste trabalho é fundamentada em pesquisa bibliográfica e descritiva. Os resultados mostram que é de suma importância as organizações investir em ações de Responsabilidade Social, visto que o público consumidor estar cada vez mais exigente, esperando delas ações mais responsáveis em torno de seus negócios, praticando ações sociais onde elas estão inseridas, construindo uma imagem mais positiva, tornando-se um diferencial em um mercado cada vez mais competitivo.

Palavras-chave: Responsabilidade Social. Organizações. Competitividade.

FONTES DE FINANCIAMENTOS BANCÁRIOS DE CURTO PRAZO VOLTADOS PARA AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Anderson Luiz Ros de Sousa[1], Sonia Sanae Sato[2], Telma Aparecida Rufino[1]

[1] Discentes do Curso de Administração da UNOESTE. [2] Docente do Curso de Administração da UNOESTE.

Resumo

A busca por excelência e qualidade faz com que as empresas tenham que investir para se tornarem competitivas. Dentro deste contexto, as empresas que não dispõem de capital próprio são levadas a recorrerem a fontes de capital de terceiros. Assim, esta pesquisa teve por objetivo levantar e apresentar os tipos de financiamentos de curto prazo voltados para as micro e pequenas empresas. A pesquisa é relevante, uma vez que, muitos empreendedores desconhecem as opções de financiamentos oferecidas pelo mercado financeiro, em especial pelas instituições bancárias. Para tanto, foi realizada uma pesquisa qualitativa e bibliográfica sobre o assunto. Por fim, pôde-se concluir que devido ao desconhecimento dos próprios empresários a respeito das fontes de financiamento disponíveis, estes acabam fazendo uso de recursos mais onerosos.

Palavras-chave: Decisões de Financiamentos. Capital de Giro. Micro e Pequenas Empresas.

MARKETING AMBIENTAL APLICADO À LOGÍSTICA REVERSA DE PNEUS

Felipe Matias RODRIGUES[1], Luis Antonio de Sousa ÁVILA[2]

[1]Discente do 3º ano do curso de Administração da "Universidade do Oeste Paulista - UNOESTE" de Presidente Prudente. felipe_fmr16@hotmail.com. [2]Discente do 4° ano do curso de Administração das "Faculdades Integradas Antonio Eufrásio de Toledo" de Presidente Prudente. luissavila@hotmail.com

Resumo

É crescente a preocupação com a questão ambiental. Empresas e consumidores estão cada vez mais atentos a este aspecto nas relações comerciais e, muitas vezes a oferta de soluções para o destino final de produtos inservíveis se torna decisiva no momento da decisão de compra e na escolha por determinada marca. No caso da compra de pneus, o fator que mais exerce influência é o custo / benefício oferecido, ou seja, preços versus durabilidade. As primeiras ações ambientais para o reaproveitamento de pneus inservíveis se deram, em sua maioria, graças a iniciativas de legisladores, que alteraram e criaram leis para obrigar os fabricantes a darem destino adequado às sucatas de pneus. Desta maneira, estes últimos passaram a dar maior atenção aos impactos que seus produtos causam ao meio ambiente e desenvolveram ações e novas tecnologias necessárias para dar um destino adequado após o consumo. Conseguem, também, com estas ações, dar maior visibilidade à empresa e promover sua marca através de uma estratégia recente denominada marketing ambiental. Para o desenvolvimento deste artigo foram adotados estudos bibliográficos de autores conceituados nas áreas de marketing, transportes e logística reversa, além de experiências práticas na área de controladoria de transportes. Foi possível, assim, desenvolver um raciocínio lógico sobre o tema que nos levou a concluir que, além de trazer benefícios em termos de custos para as empresas, o controle de pneus bem aplicado e sua reutilização ecologicamente correta agregam valor à marca e cria um diferencial competitivo para as empresas de transporte, setor em que a questão do descarte de pneus é mais significativa.

Palavras-chave: Marketing Ambiental. Logística Reversa. Pneus.

NECESSIDADES DO CONSUMIDOR DA REDE HOTELEIRA NA REGIÃO DE PRESIDENTE PRUDENTE-SP

Dario Almudi Neto [2] ;netoneto@globo.com; Diogo Francisco da Silva [1]; Edilene Mayumi Murashita Takenaka [2]; Éverton Utida [1]; Guilherme Zago Sampaio [1]; Ivo Lúcio da Silva [1]; Maurício Pellin Garcia [1]; Sonia Sanae Sato [2]

[1] Discente do Curso de Administração da UNOESTE; [2] Docente do Curso de Administração da UNOESTE.

Resumo

O presente trabalho enfoca os pontos relevantes que influenciam o comportamento do consumidor frente a uma tomada de decisão sobre o local de hospedagem enfocando a rede hoteleira da região de Presidente Prudente-SP. Para tanto, buscamos analisar as principais teorias desenvolvidas sobre o tema apontando as divergências e as semelhanças entre elas e sua relação com o artigo proposto. Com a utilização do método dedutivo através do levantamento de dados a partir da documentação indireta em fontes primárias e secundárias e o auxílio de uma abordagem quali-quantitativa com estudo documental realizado como resultado da elaboração e aplicação de questionários junto aos clientes consumidores do serviço de hospedagem pudemos constatar quais fatores influenciam enfaticamente no comportamento do consumidor para suas escolhas dos serviços de hospedagem prestado em hotéis.

Palavras-chave: Necessidades do Consumidor. Rede Hoteleira. Administração de Hotéis.

O COMÉRCIO ATACADISTA DE AUTO-SERVIÇO

Aparecido Manoel da Silva [1]; Dario Almudi Neto [2] ;netoneto@globo.com. Dayane Fátima Silva Alves [1]; Edilene Mayumi Murashita Takenaka [2]; Carla Priscila Fernandes [1]; Hugo Henrique Martins Lozzi[1]; Mariana de Paula Pereira [1]; Sonia Sanae Sato [2]

[1] Discente do Curso de Administração da UNOESTE; [2] Docente do Curso de Administração da UNOESTE

Resumo

Nos últimos anos, com a crescente competitividade do mercado empresarial, surgiram novas oportunidades de crescimento, desenvolvimento e empreendimentos nos negócios e, dentre eles, ressaltamos o Atacado de Auto-Serviço. Considerando que a venda de certo produto para um intermediário (varejista), que repassa ao consumidor final é um tipo de atividade característica do Atacado afirmamos que o comércio atacadista expandiu as relações comerciais e trouxe o aprimoramento das técnicas mercadológicas de um mundo globalizado. A presente pesquisa teve por objetivo analisar o funcionamento e os tipos de atacadistas existentes atualmente no Brasil, focando no Atacado de Auto-Serviço, utilizando o método dedutivo com o levantamento de dados a partir da documentação indireta em fontes primárias e secundárias. Em seguida, utilizamos de uma abordagem quali-quantitativa com estudo documental realizado como resultado da elaboração e aplicação de questionários junto à empresa a ser analisada.

Palavra Chave: Comércio; atacadista; distribuidor.

O PAPEL DO LÍDER NA GESTÃO DE CONFLITOS E MUDANÇA DA CULTURA ORGANIZACIONAL DENTRO DE UM AMBIENTE HOSPITALAR

Jerson Joaquim da Silva [1], Marcelo AP. Garcia[2]

[1] Docente do Curso de Administração da UNOESTE. [1] Discente do curso de Administração – UNOESTE.

Resumo

Esta pesquisa teve como objetivos analisar os tipos de lideranças ideais para o Hospital Regional de Presidente Prudente, em um ambiente de mudanças e verificar a forma mais adequada de condução de uma nova cultura organizacional dentro desse ambiente. A metodologia aplicada foi quali-quantitativa, investigando a postura dos gerentes dos diversos setores do Hospital, nesse processo de mudança. A partir desses dados, tornou-se possível uma análise direta na busca de um perfil adequado para a gestão do Hospital Regional de Presidente Prudente. A pesquisa mostrou que é possível um modelo de liderança participativa, adequado à mudança da liderança e de uma nova cultura organizacional. Sendo assim, pôde-se concluir que apesar de conflitos ou resistência de alguns colaboradores, é possível adequar-se a um novo modelo de gestão que atue de forma coerente, onde os líderes se comprometam com os ideais indicados nessa pesquisa.

Palavras-chave: liderança, gestão, e conflitos.

TÉCNICAS DE ANÁLISE DE INVESTIMENTOS: A RELEVÂNCIA PARA AS EMPRESAS DO SETOR AGROINDUSTRIAL

Cristiane da Silva Ribeiro[1], Elis Regina Vergílio[1], Sonia Sanae Sato[2]

[1]Graduanda do Curso de Administração da Universidade do Oeste Paulista. [2]Docente da Universidade do Oeste Paulista – sonia@unoeste.br

Resumo

A indústria de suplementação mineral tem evoluído juntamente com a pecuária nacional, elevando a produtividade e aprimorando-se para atender aos mercados globalizados comprometido com práticas corretas de manejo e manutenção. Em função dos custos cada vez mais elevados, necessita-se criar meios de produzir com qualidade superior e custos reduzidos, buscando identificar e analisar os métodos e técnicas de análises de investimentos para auxiliarem na tomada de decisão. Mediante este contexto o presente trabalho teve como objetivo apresentar as técnicas de investimentos, desde as mais simples às mais sofisticadas que poderão ser utilizadas para servir de base a tomada de decisão para reduzir os riscos do empreendimento. A pesquisa apresentada teve como embasamento um estudo descritivo e qualitativo. Para a realização dos cálculos de viabilidade econômica utilizou-se de análises documentais e de pesquisas bibliográficas a fim de identificar qual técnica de análise de investimento melhor se enquadra as expectativas de atingir os objetivos propostos. Através dos resultados obtidos será possível identificar a viabilidade do empreendimento que menor risco oferecer e melhor rentabilidade apresentar.

Palavras-chave: Viabilidade Econômica. Técnicas de Análise de Investimentos. Rentabilidade.

UM ESTUDO SOBRE RESILIÊNCIA COM FUNCIONÁRIAS QUE LABORAM NO CORTE DE CANA-DE-AÇÚCAR NA ORGANIZAÇÃO AGRÍCOLA MONÇÕES LTDA NA CIDADE DE SANTO ANASTÁCIO-SP

Jerson Joaquim da Silva[1], José Renato de Almeida[2], Moacir Pinto de Siqueira[2]

[1]Docente – UNOESTE. [2]Administrador de Empresas.

Resumo

O presente estudo apresenta como alicerce de discussão o tema resiliência, definido pelas pesquisas realizadas como uma habilidade, atitude ou comportamento desenvolvido por indivíduos que enfrentam situações de adversidades, encontrando com maior facilidade, soluções e adequações para os conflitos. A pesquisa foi desenvolvida na Organização Agrícola Monções Ltda, na cidade de Santo Anastácio-SP, tendo como sujeitos, funcionárias que se encontram em condição contratual de casamento ou em união estável, tendo como função laboral a prática do corte de cana-de-açúcar. O presente estudo está caracterizado como estudo de caso, por meio de abordagem qualitativa, descritiva e exploratória, com a aplicação de um questionário estruturado, permitindo, como objetivo geral, averiguar os motivos que as trabalhadoras em estudo são ou não resilientes, em um menor ou maior grau, nesse ambiente de trabalho tão precarizado. A pesquisa foi desenvolvida por meio de trabalho de campo, com aplicação de questionário, no mês de março de 2.010. Apontou como resultado que o trabalho em equipe e a solidariedade são fatores que mantém essas trabalhadoras resilientes, mesmo perante um trabalho ao ar livre, com impactos ambientais provocadores de stress diário.

Palavras-chaves: Resiliência, estresse, habilidade.

A CONTRIBUIÇÃO DO CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA DE GESTÃO COMERCIAL DA UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA – UNOESTE PARA A VIDA PROFISSIONAL DOS ALUNOS

Aline Fernanda da Silva[1], Ana Karine de Lima Alves[1], Ana Valeska Souza Bittencourt[1], Cleber Nicoleti[1], Eigla Cristina Silva de Sequeira[1], Luiz Claudio de Oliveira Andrade[1], Samoel Coutinho Lacerda[1], Sonia Sanae Sato[2], Edilene Mayumi Murashita Takenaka[2]

[1]Discente do curso de Gestão Comercial – UNOESTE. [2]Docente – UNOESTE. edilene@unoeste.br

Resumo

O objetivo desta pesquisa foi o de verificar a contribuição do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial da Universidade do Oeste Paulista – UNOESTE para a vida profissional dos seus alunos. Para tanto foi realizada uma pesquisa exploratória – visto que não existem estatísticas divulgadas quanto ao assunto, descritiva, bibliográfica através de consulta ao Catálogo Nacional dos Cursos Superiores de Tecnologia e quantitativa por meio da aplicação de questionário junto aos discentes do referido curso. Como resultado conseguiu-se apurar que o curso tem atingido seus objetivos, considerando que 88% dos discentes afirmaram que o curso contribuiu para sua vida profissional, 92% afirmam que ao concluir o curso terão mais facilidade no mercado de trabalho e 99% dos discentes mencionaram que indicariam o curso a outras pessoas, sendo assim ficou caracterizado que o tal curso tem contribuído para formação profissional de seus discentes.

A IMPORTÂNCIA DAS TÉCNICAS DE ANÁLISE DE INVESTIMENTOS NA TOMADA DE DECISÕES EMPRESARIAIS

Tatiane Guinoss[1], Sonia Sanae Sato[2]

[1]Graduanda do curso de Administração pela Universidade do Oeste Paulista – UNOESTE. [2]Docente na Universidade do Oeste Paulista – UNOESTE. sonia@unoeste.br

Resumo

A ordem atual, de mundo globalizado, tem exigido do empreendedor decisões frequentes sobre novos investimentos. Na avaliação de projetos podem ser utilizados inúmeros métodos, desde os mais simples até alguns demasiadamente sofisticados. O objetivo de todos é somente um: auxiliar na tomada de decisões empresariais. As técnicas de análise de investimentos têm como objetivo verificar a consistência e a rentabilidade de projetos de investimentos a serem implantados. E acredita-se que tais técnicas possam demonstrar se um projeto de investimento poderá trazer retorno financeiro satisfatório. O presente artigo teve o caráter qualitativo e descritivo e os dados foram coletados através de pesquisas bibliográficas, onde foram apresentadas as definições das técnicas de análise de investimentos, são elas: Período *Payback*; VPL; IL e TIR. Sendo assim, observa-se que as técnicas de análise de investimentos são capazes de prover ao empreendedor informações adicionais e necessárias sobre como investir e obter retorno satisfatório.

Palavras-chave: Decisões de Investimentos. Técnicas de Análise de Investimentos. Retorno Financeiro.

A IMPORTÂNCIA DA SOCIOLOGIA NO CONTEXTO DA ADMINISTRAÇÃO

Paulo Roberto Gorisch Wilkom[1], Leandro Rodrigo Canto Bonfim[1], Sebastião Cavalcanti Neto[1], Ângela Maria Kletikoski[2]

[1]FAFIPAR – Administração. paulogorisch@yahoo.com.br. [2]FAFIPAR – Pedagogia

Resumo

O estudo apresentado busca através de fundamentação teórica dar entorno sobre a importância da sociologia dentro da administração. Utilizou-se para tal estudo o método da dialética baseado em dados secundários, abordando a linha que defende a idéia da sociologia puramente brasileira, dado que a mesma merece um destaque ao serem analisados fenômenos internos apenas recorrentes no país. A evolução no contexto da sociologia dá uma visão ampliada de sua importância dentro dos mais variados campo da ciência. Dentro da administração não é diferente, uma vez que ambas buscam em sentidos horizontais orientar a visão estratégica da organização relacionando suas metas com as dos funcionários. Entretanto, conclui-se através da presente analogia literária que ambos, ao cruzarem-se, distorcem a realidade abrangida pelo homem enquanto ser social.

Palavras-chave: Administração, Sociologia, Guerreiro Ramos.

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA E IMPLANTAÇÃO DE UM PLANEJAMENTO

Bruno Dias Gonçalves [1]

[1] Discente de Curso de Graduação em Administração - UNOESTE

Resumo

Essa pesquisa foi elaborada através de livros, artigos e matérias publicadas sobre o tema estratégia. Nessa analise, levanta conceitos e histórias sobre o assunto citado com a perspectiva de gerar debate e discussões, levando os alunos universitários do curso de administração a analisarem esse projeto proposto, de que como a estratégia é significativa em nosso meio profissional e social nos ajudando a estruturar nossos estudos e futuro perfis na área de atuação.

O artigo proposto, trás a idéia de se ter uma iniciativa de uma administração estratégica nos dias de hoje, o objetivo desse artigo é mostrar como o modo da estratégia é utilizado nas organizações e a importância dessa ferramenta que hoje é considerado um dos principais fatores que mantêm a sobrevivência das empresas no mercado concorrido. Assim, destacando também a fala de autores que tem o conhecimento na prática sobre planejamento, passando etapas básicas de uma elaboração da estratégia dentro de uma organização e analisando os benefícios e as dificuldades que administradores têm na hora de por em prática um plano para manter sua empresa posicionada no mercado. Por fim conclui-se que o assunto atualmente é bastante discutido levantando várias hipóteses e resultados diferentes na visão estratégica.

Palavras-chaves: Administração estratégica, planejamento, organizações, objetivos.

ANÁLISE COMPARATIVA DAS POLÍTICAS DE FINANCIAMENTO DO ENSINO SUPERIOR

Cleverson Bezerra Suniga[1], Flavio Ferreira Balestra[1], Gabriel Albertini Pereira Nogueira[1], João Jose Mesmer[1], Rosângela Lima Rabelo[1], Sonia Sanae Sato[2], Edilene Mayumi Murashita Takenaka[2]

[1] Discente do curso de Gestão Comercial da UNOESTE, [2] Docente - UNOESTE edilene@unoeste.br

Resumo

O mercado de trabalho encontra-se em constante evolução, a cada dia surgem novas profissões, novos meios de trabalho e novas exigências e métodos para contratação de pessoal. Dentro deste contexto, esta pesquisa teve como objetivo levantar e comparar as opções de financiamento público e privado voltados para os estudantes do ensino superior. Para tanto, a metodologia utilizada foi composta de pesquisa qualitativa, descritiva e bibliográfica. Assim, por meio da coleta de dados secundários foi possível levantar as opções de financiamento disponíveis atualmente para os ingressantes no ensino superior. A partir desse levantamento foi possível verificar que ainda existem espaços para a oferta desse tipo de financiamento tanto público como privado, mas que de modo geral, as opções existentes têm contribuído para a inserção de pessoas com condições financeiras menos favoráveis no ensino superior.

Palavras-chave: Financiamento Estudantil. Ensino Superior. Instituição de Ensino Superior.

ANÁLISE DAS ESTRATÉGIAS UTILIZADAS PELAS COMPANHIAS AÉREAS PARA A CAPTAÇÃO E RETENÇÃO DOS CONSUMIDORES DAS CLASSES C E D

Anna Paula dos Santos Almeida[1], Rosemere Servino da Silva[1], Sonia Sanae Sato[2], Edilene Mayumi Murashita Takenaka[2]

[1] Discente do curso de Gestão Comercial da UNOESTE, [2] Docente - UNOESTE edilene@unoeste.br

Resumo

Este trabalho tem como objetivo geral analisar as estratégias de marketing que as companhias aéreas utilizam no sentido de captar e reter clientes pertencentes às classes C e D na cidade de Presidente Prudente-SP. Para tanto foi realizado um levantamento bibliográfico através de fontes secundárias sobre o desenvolvimento da economia no Brasil, e também uma pesquisa descritiva sobre as classes C e D, relatando as principais classificações de classes sociais, as características e o comportamento de compra destas. Por fim foi realizada uma pesquisa qualitativa para interpretar e analisar quais as estratégias que as empresas de transporte aéreo direcionam para as classes acima citadas. A análise de resultados permitiu identificar que a promoção é uma das principais ferramentas de marketing utilizadas pelas companhias aéreas, tendo em vista que estas empresas oferecem pacotes promocionais e parcelamentos de viagens aéreas para conquistar e fidelizar os consumidores de baixo poder aquisitivo.

Palavras-chave: marketing, classes sociais, transporte aéreo

ANÁLISE ECONÔMICO-FINANCEIRA: UM ESTUDO JUNTO ÀS EMPRESAS DO SETOR DE CONFECÇÕES DA BOVESPA

Janaine Pedriali Bosisio[1], Sonia Sanae Sato[2]

[1] Graduanda do Curso de Administração da UNOESTE. [2] Docente - UNOESTE

Resumo

Esta pesquisa teve como objetivo geral realizar uma análise econômico-financeira junto às empresas do setor de confecções pertencentes ao Novo Mercado da Bovespa. Para tanto, realizou-se em primeiro lugar uma pesquisa bibliográfica sobre o assunto, posteriormente foram coletados os dados financeiros das empresas pesquisadas e a partir disto os dados foram tabulados, bem como procedeu-se a análise e exposição dos resultados. Por fim, após a análise dos resultados pôde-se concluir que ambas as empresas analisadas apresentaram uma situação satisfatória na média do período analisado, sendo tanto em termos de liquidez, quanto de atividade, como de estrutura e endividamento, e lucratividade.

Palavras-chave: Administração Financeira. Análise Econômico-Financeira. Índices Econômico-Financeiros.

EMPRÉSTIMO CONSIGNADO EM FOLHA DE PAGAMENTO: UM ESTUDO DE CASO REALIZADO NO BANCO DO BRASIL S/A

Laís Carla de Oliveira Mazzuchelli, Marcos Medeiros de Souza

Universidade do Oeste Paulista – UNOESTE – Curso Administração. laiscarla.o.m@hotmail.com

Resumo

Chega-se numa hora, que a renda pessoal de cada indivíduo não consegue atender todas suas necessidades e desejos do dia-a-dia. Para completar esse capital, as pessoas buscam as instituições financeiras para adquirir esse complemento. Desta forma, as instituições financeiras criam inúmeras modalidades de crédito para atender ao perfil de cada cliente, onde elas buscam agregar o maior público possível. Neste sentido, o presente estudo trouxe o conceito do mercado de crédito dentro das instituições financeiras, tendo como foco o Empréstimo Consignado em Folha de Pagamento, um crédito que a cada dia veio aumentando sua participação no mercado. Sendo assim, busquei levantar o conceito e as características principais do Crédito Consignado. A análise documental permitiu identificar informações dentro do Banco do Brasil S/A, Agência Coronel Marcondes (SP), para demonstrar quais são suas vantagens de contratação. Em seguida, utilizei a pesquisa de opinião, definindo como método de coleta de dados, o questionário aberto, para buscar o ponto de vista dos colaboradores da instituição financeira. Assim, esta pesquisa veio demonstrar os montantes de contratação do Crédito Consignado dentro da instituição Banco do Brasil S/A, onde comprovei sua evolução nos últimos anos.

Palavras Chaves: Instituição Financeira. Modalidades de Crédito. Crédito Consignado.

VISÃO CONTINGENCIAL NA ATUALIDADE

Cleber MÁXIMO[1], Rodrigo PINHAL[2], Emanuel CALVO[3]

[1] Discente do 1º ano do curso de Administração das Faculdades Integradas "Antonio Eufrásio de Toledo" de Presidente Prudente. cleber@hotmail.co.uk Bolsista do Programa de Iniciação Científica. [2]Discente do 1º ano do curso de Administração das Faculdades Integradas "Antonio Eufrásio de Toledo" de Presidente Prudente. rf_pinhal@hotmail.com Bolsista do Programa de Iniciação Científica. [3]Docente do curso de Administração das Faculdades Integradas "Antonio Eufrásio de Toledo" de Presidente Prudente. Administrador Pela Universidade do Oeste Paulista, Especialista em Administração Estratégica e Relações Humanas pela Associação Toledo de Ensino de Pres. Prudente, Mestre em Engenharia da Produção pela Universidade Paulista. eacalvo@bol.com.br

Resumo

A visão contingencial determina quais estratégias deverão ser adotadas mediante situações fora do controle organizacional. A teoria contingencial vivida pelas organizações ao longo das últimas três décadas vem sofrendo alterações devido aos novos requisitos exigidos pelo meio no qual a organização atua. Questões sócio-ambientais, relacionamento com clientes, concorrência, propriedade intelectual, incluindo todos os bens intangíveis de posse da empresa, estão entre os novos fatores que influenciam no planejamento e nas decisões cruciais para a manutenção e crescimento das organizações. Abordagem sobre algumas variáveis enfrentadas pelo segundo e terceiro setor atualmente, entre elas o impacto da responsabilidade social na organização.

Palavras-chave: Contingência. Variáveis externas. Estratégia.

POLÍTICAS DE FINANCIAMENTO ESTUDANTIL PARA OS ESTUDANTES DAS CLASSES C E D: UM ESTUDO DE CASO JUNTO A UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE

Fabíola Castro Araújo, Gilberto Trindade, Larissa Bigoni, Rogério da Costa, Tainara Dutra, Tiago Pimenta, Sonia Sanae Sato, Edilene Mayumi Murashita Takenaka

[1] Discente do curso de Gestão Comercial da UNOESTE, [2] Docente - UNOESTE edilene@unoeste.br

Resumo

O objetivo geral desta pesquisa foi levantar e apresentar opções de financiamento estudantil voltadas para estudantes das Classes C e D para o ensino superior. Para tanto, utilizou-se como estudo de caso a Universidade do Oeste Paulista – UNOESTE. Deste modo, esta pesquisa se constituiu como uma pesquisa qualitativa, exploratória e descritiva, pois utilizou um estudo bibliográfico a respeito do assunto. Para a realização do estudo de caso, foi entrevistado o responsável pelo Setor do Aluno e como complemento utilizou-se as informações disponíveis no site da UNOESTE. O estudo percorreu as características do ensino superior brasileiro e o aumento da participação das Classes C e D no cenário econômico brasileiro. De posse dos resultados da pesquisa concluiu-se, que apesar da oferta atual de opções de financiamento estudantil para o ensino superior, verificam-se ainda espaços que poderiam ser preenchidos com novas políticas de crédito para aqueles que desejam cursar o ensino superior.

Palavras-chave: Ensino Superior. Classes C e D. Financiamento Estudantil.

MARKETING AMBIENTAL: A INFLUÊNCIA DOS CONSUMIDORES NA IMPLANTAÇÃO DE UMA GESTÃO AMBIENTAL NAS ORGANIZAÇÕES.

Felipe Matias1, Isabel Cristina Ravazzi Fernandes Nogueira2

1 Discente do Curso de Administração da UNOESTE. felipe_fmr16@hotmail.com. 2 Docente do Curso de Administração da UNOESTE

Resumo

O aumento das catástrofes naturais preocupa a população e os grupos que buscam minimizar esses problemas ecológicos. Portanto, esses grupos passam a exigir cada vez mais de seus fornecedores, que em busca de um diferencial de mercado e um crescimento sustentável, começam a investir cada vez mais em marketing ambiental, procurando atender o nível de satisfação de seus clientes, e assim manter-se no mercado. Estudo feito com base em pesquisas bibliográficas de comportamento dos consumidores e responsabilidades ambientais mostrou algumas mudanças no comportamento da sociedade perante os problemas ecológicos. Objetivo do trabalho que é apresentar as pequenas mudanças no comportamento dos consumidores e relacioná-las com responsabilidade ambiental, foi alcançado, demonstrando a importância que o marketing ambiental tem para que as empresas consigam seu diferencial competitivo e ao mesmo tempo trabalhem legalmente com as leis ambientais, tendo o consumidor como o agente de mudança nas organizações.

Palavras-chave: Marketing ambiental; diferencial competitivo; consumidores;

OS RESULTADOS E INFLUÊNCIAS DA IMPLANTAÇÃO DAS INCUBADORAS DE EMPRESAS NA ECONOMIA BRASILEIRA: UM ESTUDO DE CASO SOBRE A INCUBADORA TECNOLÓGICA DE PRESIDENTE PRUDENTE

1.Maíra Gagg 2.André Dantas 3. Isabel Cristina Ravazzi Fernandes Nogueira

1 Discente do Curso de Administração da UNOESTE. mahgagg@hotmail.com. 2 Discente do Curso de Administração da UNOESTE. 3. Docente do Curso de Administração da UNOESTE.

Resumo

Atualmente o mercado contem um contexto dinâmico, flexível, altamente competitivo e constantemente em evolução. Como decorrência disto, oportunidades são criadas e empresas surgem a todo o momento. Com o intuito de auxiliar estas novas empresas a diminuir o risco de mortalidade, existem as incubadoras de empresas. Estas, presentes em vários setores, dão o suporte técnico organizacional necessário para estruturar uma empresa e capacitar seus lideres e equipes de trabalho. Sendo assim, torna-se relevante seu estudo visto que elas influenciam diretamente no sucesso de uma empresa. Para verificar a influência destas incubadoras na economia, foi estudado o caso de uma incubadora tecnológica existente na cidade de Presidente Prudente, bem como o que ela trouxe de aspectos positivos para a sociedade desta cidade. Para o estudo de caso utilizou-se de questionário e entrevista com a responsável da incubadora. A fim de buscar informações mais detalhadas sobre o ambiente das incubadoras foi realizada uma pesquisa exploratória de dados secundários externos.

Palavras chave: incubadora, empreendedorismo, economia.

PERFIL EMPREENDEDOR: UM ESTUDO DE CASO DO FUNDADOR DA UNOESTE EM PRESIDENTE PRUDENTE

Alex de Padua Nogueira 1, Guilherme Luis Torres 2, Marcelo Yassuo de Almeida 3, Raphaela Akemi Hayashida Ambrosio 4, Isabel Cristina Ravazzi Fernandes Nogueira 5

1,2,3 e 4 Discentes do Curso de Administração da UNOESTE. 2 Docente do Curso de Administração da UNOESTE isabelcristina@unoeste.br

Resumo
Objetivando destacar o papel do empreendedor como indivíduos que possuem capacidade de inovar e aproveitar oportunidades no mercado e se destacar no mesmo, elaborou-se esse trabalho. O desenvolvimento deste artigo baseou-se em pesquisas bibliográficas, sites e também em estudo de caso referente à Universidade do Oeste Paulista (Unoeste). São apresentadas características do empreendedor e que são usadas para sustentar o estudo de caso. É notável que para alcançar o nível considerável o qual esta universidade alcançou, foi necessário uma liderança empreendedora desde sua fundação. Através de entrevista realizada a um dos fundadores, foi possível notar a presença do empreendedor em todas suas ações frente às diversas situações que foram surgindo até os dias de hoje. Os resultados obtidos com a pesquisa mostram como o indivíduo empreendedor pode alcançar o sucesso profissional e pessoal.
Palavras-chave: Perfil Empreendedor - Inovação – Planejamento

RESUMOS SIMPLES

ALMUDI, DARIO NETO 674
ALMUDI, DARIO NETO 673
ALMUDI, DARIO NETO 675
ANDREASI, CIBELE DAMIAO 673
CHEVBOTAR, JULIANO DE SOUZA 675
DA SILVA, JERSON JOAQUIM 677
FERREIRA, PAULO CESAR DA SILVA 674
GAGG, MAÍRA 678
GARCIA, LUIS FELIPE CAZEIRO 675
GIROTTO, RENATO JOSE 675
GITAHY JUNIOR, IVAN MÁRCIO 672
LITHOLDO, AUGUSTO MÁRCIO 676
LOT, RAFAEL AUGUSTO 675
MAIOLI, PABLO CESAR 675
MORAIS, MARISTELA REGINA 671
NASCIMENTO, NATEIELE SILVA DO 674
NOGUEIRA, ISABEL CRISTINA R. FERNANDES 678
OLIVEIRA, ANDRÉ DANTAS DE 678
PULLIG, LUCIANE 673
SANTOS, CAMILA BRAGA TOSTA DOS 673
SANTOS, LUCIANA SILVA DOS 674
SATO, SONIA SANAE 673
SATO, SONIA SANAE 674
SATO, SONIA SANAE 675
SILVA, ANDRE ROBERTO 673

SILVA, MARCO ANTONIO BIBIANO DA 675

SOUZA, ANDRE APARECIDO DE 673

SOUZA, PABLO HENRIQUE ALVES DE..... 674

TAKENAKA, EDILENE MAYUMI MURASHITA..... 673

TAKENAKA, EDILENE MAYUMI MURASHITA..... 674

TAKENAKA, EDILENE MAYUMI MURASHITA..... 675

UEDA, DAISY 671

ENAPI 2010

COMUNICAÇÃO ORAL

UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
ADMINISTRAÇÃO

ASSÉDIO MORAL - UM MAL INVISÍVEL NAS ORGANIZAÇÕES

UEDA, DAISY (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

MORAIS, MARISTELA REGINA (Docente - UNOESTE)

Assédio moral, ou “mobbing”, é um tema que há pouco vem sendo discutido, mas que surgiu juntamente com o homem e reflete as relações de poder constituídas desde as mais remotas sociedades e que perduram até os dias atuais.Neste sentido, a importância da presente pesquisa está em expor esse fenômeno que, ainda, é desconhecido por muitos, mas que afeta diretamente os trabalhadores e torna os ambientes organizacionais hostis e competitivos. Neste sentido, o objetivo geral deste estudo, caracterizado por uma revisão bibliográfica, foi analisar o impacto do assédio moral nas organizações. Especificamente, buscou-se: verificar as conseqüências do assédio moral nas vítimas, identificar o perfil do assediador, buscar alternativas para mitigar o assédio moral nas empresas e verificar como a competitividade exacerbada leva a comportamentos assediadores. A partir da análise das principais obras que abordam o tema, dentre as quais se destacam Freitas (2009), Amaral (2006) e Hirigoyen (2002), foi possível constatar que o assédio moral é uma forma de violência que assola as organizações, haja vista que muitas delas estimulam a competição entre seus trabalhadores para o aumento da produtividade, criando em seu seio um ambiente propício para o surgimento do assédio moral. Quando o trabalhador é exposto a situações humilhantes continuadamente, a integridade física e psíquica é abalada, muitas vezes, de forma irreversível. Verifica-se também que, apesar das conseqüências devastadoras, o assédio é, na maioria dos casos, invisível, devido ao nível de subjetividade do comportamento assediador. Os resultados deste estudo revelam que empresas que não se preocupam em criar um bom clima organizacional e não possuem responsabilidade social, contribuem para o surgimento de comportamentos indesejáveis. Para amenizar o problema deve haver a humanização do trabalho - o trabalhador deixa de ser escravo e passa a ser cidadão, tendo seus direitos fundamentais priorizados e respeitados.

ENAPI 2010

POSTER

UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
ADMINISTRAÇÃO

A METODOLOGIA DE GESTÃO ESTRATÉGICA BALANCED SCORE CARD EM UMA MICRO EMPRESA NA CIDADE DE PRESIDENTE PRUDENTE-SP: UM ESTUDO DE CASO

GITAHY JUNIOR, IVAN MÁRCIO (Docente - UNIÃO DAS INSTITUIÇÕES EDUCACIONAIS DO ESTADO DE SÃO PAULO - UNIESP)

A presente pesquisa salienta a importância do planejametno estratégico como uma técnica administrativa essencial para um posicionamento diferenciado no mercado. Nosso objetivo foi entender a utilização da gestão estratégica Balanced Score Card em uma micro empresa na cidade de Presidente Prudente-SP . A pesquisa valeu-se de uma abordagem qualitativa, com o estudo de caso, em que foi realizado um levantamento da utilização do Balanced Score Card na empresa lócus da pesquisa. Inicialmente fizemos nosso referencial teórico buscando compreender melhor a ferramenta Balanced Score Card destacando autores como Kaplan; Norton; Porter; Basso; Costa; Santos e Moreira. Utilizamos para a coleta de dados entrevista semi-estruturada realizada com o empresário para verificar como ocorreu a implantação desta metodologia de gestão na empresa e quais foram as vantagens/ desvantagens de seu uso. Os dados coletados evidenciaram a importância da implantação desta metodologia fazendo com que a empresa não ficasse focada apenas em resultados financeiros para a medição do seu desempenho no mercado. Com o Balanced Score Card passou-se a considerar a missão da empresa e as estratégias utilizadas para a sua realização, analisando as seguintes frentes: clientes, processos internos, o histórico de amadurecimento e aprendizagem da empresa e sua responsabilidade ambiental e social. A metodologia de gestão em estudo evidenciou-se como uma grande aliada para que a empresa conseguisse enfrentar com sucesso o ambiente altamente competitivo.

ENAPI 2010

POSTER

UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
ADMINISTRAÇÃO

CRISE X OPORTUNIDADE: UMA ABORDAGEM HISTÓRICA DE FATOS

TAKENAKA, EDILENE MAYUMI MURASHITA (Docente - UNOESTE)

SATO, SONIA SANAE (Docente - UNOESTE)

PULLIG, LUCIANE (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

SILVA, ANDRE ROBERTO (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

ANDREASI, CIBELE DAMIAO (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

SANTOS, CAMILA BRAGA TOSTA DOS (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

SOUZA, ANDRE APARECIDO DE (Demais participantes - UNOESTE)

ALMUDI, DARIO NETO (Docente - UNOESTE)

Registros realizados de várias crises em diversos continentes como na Europa, Ásia e atualmente na América, mostram que o mundo atual e globalizado passa por momentos inconstantes em relação aos fatores econômicos e acabam por desencadear uma série de outros fatores que necessitam ser analisados e compreendidos, para que se entendam os reflexos mundiais e as possíveis conseqüências da crise. O objetivo deste trabalho foi demonstrar que em tempos de crise, inúmeras oportunidades podem acontecer, isto depende apenas da percepção para encontrá-las e utilizá-las a fim de inseri-las no mercado. A metodologia utilizada fundamentou-se na revisão literária de publicações que retrataram inúmeras crises, proporcionando o embasamento de todo o conteúdo descrito, através de pesquisas que foram extraídas de livros, revistas e artigos com a descrição fiel da historia desde a primeira guerra mundial até as crises econômicas atuais. A pesquisa descrita demonstra questões que expõem uma realidade existente, trazendo a tona os fatos de que uma crise é precursora de outra, pois quando se deflagra um momento ápice de uma crise, as oportunidades começam a aflorar de diversas maneiras apoiadas no otimismo e no aprendizado através da experiência de empresários e empreendedores. Concluímos que, mesmo diante do momento mais crucial de crise podem existir grandes oportunidades, é apenas uma questão de ótica aliada ao preparo do profissional.

ENAPI 2010

POSTER

UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
ADMINISTRAÇÃO

ESTUDOS DAS NECESSIDADES PRIMÁRIAS E SECUNDÁRIAS POR MEIO DA UTILIZAÇÃO DA CESTA BÁSICA

TAKENAKA, EDILENE MAYUMI MURASHITA (Docente - UNOESTE)

SATO, SONIA SANAE (Docente - UNOESTE)

FERREIRA, PAULO CESAR DA SILVA (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

SANTOS, LUCIANA SILVA DOS (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

NASCIMENTO, NATEIELE SILVA DO (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

SOUZA, PABLO HENRIQUE ALVES DE (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

ALMUDI, DARIO NETO (Docente - UNOESTE)

A motivação refere-se a um estado alterado de uma pessoa onde seu comportamento esteja voltado a um objetivo. Essa necessidade subconsciente se divide em duas variáveis que se fundem para determinar a verdadeira necessidade de um consumidor: as necessidades primárias e as secundárias. O objetivo da pesquisa foi descrever, esclarecer e dimensionar as necessidades primárias e secundárias para entender como elas ocorrem e quais fatores são saciados a partir dos itens que compõem a cesta básica, estabelecendo uma ligação entre tais necessidades e verificar como elas direta ou indiretamente interferem na condição de satisfação do consumidor. Baseamos nossa metodologia de pesquisa em uma revisão bibliográfica acerca das principais teorias e interpretações de especialistas no assunto como J Mowen, Pavlov e Maslow, que ajudam a especificar e fundamentar o assunto. As informações sobre a cesta básica foram retiradas do Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Sócio-Econômicos (DIESSE), junto ao Projeto Cesta Básica Procon-DIEESE Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE), Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) e o Programa de Alimentação do Trabalhador (PAT), que determinaram o numero de pessoas para determinada cesta básica e quais seus componentes e, por fim, uma utilização da analise nutricional de especialista ligando essas relações. O comparativo apresentado revela como as necessidades secundárias podem predominar a partir da perspectiva do consumidor onde a busca pela satisfação sobrepõe a real necessidade. Quanto aos aspectos nutricionais, a cesta básica atende apenas as necessidades de sobrevivência, que segundo a especialista, seguindo este tipo de alimentação, o individuo pode apresentar carências nutricionais, pois a cesta básica é pobre em proteínas, vitaminas, minerais e fibras. Concluímos, assim, que o contexto apresentado revela a expressão das necessidades secundárias e como elas podem predominar sobre atitudes e comportamentos, cabe aos indivíduos sua identificação e adequação de suas percepções e atos no cotidiano.

ENAPI 2010

POSTER

UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
ADMINISTRAÇÃO

UMA ALTERNATIVA COMPETITIVA PARA OS SUPERMERCADOS DE BAIRRO EM RELAÇÃO AOS HIPERMERCADOS

TAKENAKA, EDILENE MAYUMI MURASHITA (Docente - UNOESTE)

SATO, SONIA SANAE (Docente - UNOESTE)

CHEVBOTAR, JULIANO DE SOUZA (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

SILVA, MARCO ANTONIO BIBIANO DA (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

GIROTTO, RENATO JOSE (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

GARCIA, LUIS FELIPE CAZEIRO (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

MAIOLI, PABLO CESAR (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

LOT, RAFAEL AUGUSTO (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

ALMUDI, DARIO NETO (Docente - UNOESTE)

A história do comercio nos mostra que, no início, o comércio era realizado através de trocas, os comerciantes avaliavam as mercadorias para realizarem suas trocas conforme suas necessidades, não existia moeda corrente. No Brasil, após seu descobrimento e chegada dos colonizadores, o comercio consistia na venda de mercadorias alimentícias que eram trazidas por meio das navegações, na venda de alimentos colhidos das plantações regionais e na venda de produtos de artesanato. Após este período, já com a criação de uma moeda corrente, o comércio começou a se delinear como o formato dos atuais, através de estabelecimentos comerciais. O objetivo da pesquisa foi estabelecer um paralelo entre o processo de compra de hipermercados em relação aos supermercados de bairro, verificando suas potencialidades e poder de barganha. A presente pesquisa adotou o método dedutivo no qual o método científico parte de um problema que, em geral, surge a partir de um conflito frente às expectativas ou conhecimento prévio, através de revisão bibliográfica e análise de dados técnicos gerais relativos ao tema. Para aproximar as potencialidades dos mercados de bairro em relação aos hipermercados, este artigo sugere que os mercados de bairro se unam em uma associação, ou seja, qualquer evento que se faça no intuito de compra, que seja feito com outros mercados de bairro inclusos nesta associação, isto resultará em um poder de compra muito maior do que se caso comprassem sozinhos, com este poder de barganha maior, os mercados de bairros reduziriam mais seus preços de venda, aproximando-se o máximo possível dos preços exercidos pelos hipermercados. Concluímos que o processo de compra é importantíssimo pois é partindo dele que se expande o processo de venda e é praxe basear-se nele para a formação do preço de venda levando a empresa ao sucesso do empreendimento.

ENAENS 2010

COMUNICAÇÃO ORAL

UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
ADMINISTRAÇÃO

GERENCIAMENTO DO PROJETOS: UMA VISÃO ESTRATÉGICA DAS ORGANIZAÇÕES

LITHOLDO, AUGUSTO MÁRCIO (Docente - UNOESTE)

Atualmente as empresas de um modo geral necessitam realizar seus empreendimentos de uma forma cada vez mais eficiente, devendo otimizar as aplicações de recursos visando menores custos e prazos determinados, com obtenção de resultados diferenciados. As empresas sempre realizaram seus empreendimentos, porém, a competitividade contemporânea as conduz à necessidade de um desenvolvimento de uma metodologia capaz de satisfazer essa nova realidade. O Project Management Institute (PMI) é uma Instituição norte americana, fundada em 1969, e que desde então estuda as melhores práticas para o gerencimentos do projetos dentro das organizações, tendo reconhecimento e aceitação mundial com filiais em mais de duzentos e cinquenta países. Enquadrar as necessidades das empresas como projetos, e gerenciá-los de uma forma eficiente e objetiva, se apresenta como uma tendência de visão estratégica nos dias de hoje no Brasil e no mundo. O presente trabalho tem como objetivo apresentar para o participante uma introdução do gerenciamento de projetos nas organizações e as boas práticas preconizadas pelo Project Management Institute (PMI). O material utilizado será exposição das principais questões ligadas ao gerenciamento de projetos, com exposição oral e utilização de equipamento de multimídia. O tema é de suma importância às novas técnicas empresarias que devem ser gerenciadas, através de gestores que implantam condições de planejamento, otimizando as utilizações de recursos, através de boas práticas na condução dos projetos. Trata-se de um desafio dos novos tempos a utilização e estudos de técnicas, métodos e procedimentos que tenham como fundamentos a melhora na eficiência das realizações dos projetos dentro das organizações, garantindo um resultado de sucesso, que se estende a toda as relações organizacionais, compreendida no empresário, no consumidor, na sociedade e no meio ambiente.

ENAEXT 2010

COMUNICAÇÃO ORAL

UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
ADMINISTRAÇÃO

AULA DA FAMILIA

DA SILVA, JERSON JOAQUIM (Docente - UNOESTE)

O evento está na sua quarta edição e é realizado no mês de maio para alunos ingressantes. Nasceu de uma iniciativa da Coordenação do Curso de Administração, visto que 92% dos pais dos alunos não tiveram a oportunidade de terem cursado ensino superior (pesquisa empírica realizada no inicio de 2010 com acadêmicos ingressantes no Curso de Administração). Nas duas primeiras edições o evento foi realizado com professores do própro Curso. No ano de 2009, foi proposta uma nova forma de dinamizar o evento. Foi realizado em dorma de mesa redonda, contando com a participação do Bispo Diocesano de Presidente Prudente, de um Pastor Evangélicoo, de uma psicóloga e de um cardiologista. Pautaram sobre a importância da saúde na familia e como isso repercute na qualidade de vida e nos relacionamentos entre os pares. Na sua última edição um Promotor Público e uma psicóloga participaram do evento discorrendo sobre os cuidados que a familia deve ter em relação a comportamentos estranhos dos filhos. Este evento tem como objetivo aproximar os familiares dos ingressantes no ambiente acadêmico, no intuito de sentirem a realidade de seus filhos no dia-a-dia na Universidade. Como resulltado, percebe-se uma maior motivação por parte dos acadêmicos, com auto-estima mais elevada, pelo fato de poder compartilhar com a família o seu nicho diário durante a sua empreitada na Universidade. Este tipo de evento pode ser percebido como um meio de promover o Curso de Administração para novos ingressantes e isso é materializado com as turmas que se mantém constante durante todo o ano. Para aqueles que não puderam adentrar em uma universidade,perceberem a realidade acadêmica de seus filhos, é uma forma de contemplar o sonho não realizado por eles e materializado na vida de seus filhos.

ENAEXT 2010

COMUNICAÇÃO ORAL

UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
ADMINISTRAÇÃO

OS RESULTADOS E INFLUÊNCIAS DA IMPLANTAÇÃO DAS INCUBADORAS DE EMPRESAS NA ECONOMIA BRASILEIRA: UM ESTUDO DE CASO SOBRE A INCUBADORA TECNOLÓGICA DE PRESIDENTE PRUDENTE.

NOGUEIRA, ISABEL CRISTINA R. FERNANDES (Docente - UNOESTE)

GAGG, MAÍRA (Demais participantes - UNOESTE)

OLIVEIRA, ANDRÉ DANTAS DE (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

Atualmente o mercado contem um contexto dinâmico, flexível, altamente competitivo e constantemente em evolução. Como decorrência disto, oportunidades são criadas e empresas surgem a todo o momento. Com o intuito de auxiliar estas novas empresas a diminuir o risco de mortalidade, existem as incubadoras de empresas. Para verificar a influência destas incubadoras na economia. Utilizou-se de questionário e entrevista com a responsável da incubadora. A fim de buscar informações mais detalhadas sobre o ambiente das incubadoras foi realizada uma pesquisa exploratória de dados secundários externos. O principal objetivo deste artigo foi discutir sobre a finalidade de uma incubadora de empresas perante a economia brasileira. Para isso foi preciso fazer uma pesquisa exploratória sobre incubadora de empresas e realizar uma entrevista direta. As incubadoras fomentam o mercado de abertura de empresas, promovem o desenvolvimento tecnológico, econômico e social, aumentam a competitividade, motivam a criação de novas tecnologias e contribuem para o crescimento da economia, pois são determinantes no desempenho das micro e pequenas empresas, que, tanto a curto como em longo prazo, podem trazer inúmeras conseqüências positivas à região de atuação e à economia do país.

RESUMOS DE PROJETOS

ALMEIDA, JANAINA DEISE 697
ANDREASI, DIEGO LUIS PEREIRA 693
ANDREASI, DIEGO LUIS PEREIRA 696
ARAUJO, DANIELLE 686
ARIAS RIVELLI, SUZANI 692
BARBOSA, LEILLANE ESPOSITO 694
CAMPOS, RAFAEL MOREIRA 684
CANTERO, RODRIGO 689
CARDOSO TEIXEIRA, VANESSA 686
CHAVES, DANILO DE OLIVEIRA 703
CORAL ROMEIRO, FABIANA MARIA 700
CORREIA DA SILVA, TAÍS 702
DA SILVA MACHADO, WALDEMAR 689
DA SILVA, ROSICLEIA APARECIDA 701
DELILO, WENDY COELHO 699
FERNANDES, BRUNO EDUARDO FERNANDES 689
GALICIANO PEDRO, JOSÉLIA 705
GALICIANO PEDRO, JOSÉLIA 707
GONÇALVES BARBOSA, LETICIA 688
GONÇALVES BARBOSA, LETICIA 706
GUIMARÃES, CRISTIANE ALVES 699
GUINOSSI, TALITA 688
GUINOSSI, TALITA 706
IACIA, PAULO ROBERTO 697
IKEDA, SUELEN 700

JESUS, PATRÍCIA VALÉRIO DE 707
LACERDA ZACCHARIAS, RENAN 689
LUNHANI, THIAGO MORENO 705
LUSSARI, WILSON ROBERTO 701
MARQUES, JOSIELE 709
MARTINS, MATHEUS ALEXANDRE 696
MENDES, GRASIELA 691
MILHORANÇA, JOSIANE 688
MILHORANÇA, JOSIANE 706
MONICO, DANIELLE DE SOUZA CARREIRA 694
MORAIS, MARISTELA REGINA 686
MORAIS, MARISTELA REGINA 687
MORAIS, MARISTELA REGINA 688
MORAIS, MARISTELA REGINA 689
MORAIS, MARISTELA REGINA 690
MORAIS, MARISTELA REGINA 691
MORAIS, MARISTELA REGINA 698
MORAIS, MARISTELA REGINA 699
MORAIS, MARISTELA REGINA 702
MORAIS, MARISTELA REGINA 703
MORAIS, MARISTELA REGINA 704
MORAIS, MARISTELA REGINA 706
NASCIMENTO, TATIANE DOS SANTOS 698
NASCIMENTO, VALÉRIA ALINE DO 705
NAVARRO I. DE A. VASCONCELOS, BRUNO 704
OLIVEIRA MONTEIRO, ANA CRISTINA 701
PARDIM, EDER LOPES PARDIM 686

PENTEADO, BRUNA ANGÉLICA 703
REDIVO, AMAURI ZUANON 708
REGINATO, ROGERIO 687
RIBEIRO DOS SANTOS, CAIO CESAR 692
ROCHA, SIMONE RODRIGUES DUARTE 683
RODRIGUES DIAS, YARA 688
RODRIGUES DIAS, YARA 706
ROSAN, RENATA DUARTE 691
SANTOS, SIMONE CAVALCANTE DOS 688
SANTOS, SIMONE CAVALCANTE DOS 706
SHINTATE, KATHIA YUKIE 686
SILVA SANTOS, PRISCILA SIMONE DA 690
SILVA, ANDREIA OLIVEIRA DA 683
SILVA, BRUNA ANTICO PIVA DA 683
SILVA, GUILHERME CARDOSO DA 689
SILVA, JOÃO CARLOS DA 690
SILVEIRA, ANTONIO ROLNEI 692
SILVEIRA, ANTONIO ROLNEI 694
SILVEIRA, ANTONIO ROLNEI 700
SOBRINHO, FRANCIELLY RODRIGUES 695
SOUZA NAKATSUGI, MARIANA AKEMI DE 697
SOUZA, ANA CAROLINA SERAFIM 704
TAGLIARI MAGRO, VIVIANI 685
TAKENAKA, EDILENE MAYUMI MURASHITA 683
TAKENAKA, EDILENE MAYUMI MURASHITA 684
TAKENAKA, EDILENE MAYUMI MURASHITA 695
TAKENAKA, EDILENE MAYUMI MURASHITA 708

TEIXEIRA PEREIRA, SHEILA SIMONE 698

TEIXEIRA, GLEICE KELLY DOS REIS 684

VIDOTTO, MICHELE DE OLIVEIRA 707

ENAPI 2010

COMUNICAÇÃO ORAL

UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
ADMINISTRAÇÃO

A DESTINAÇÃO DOS RESÍDUOS INDUSTRIAIS: ALTERNATIVAS PARA UM MEIO AMBIENTE SAUDÁVEL

TAKENAKA, EDILENE MAYUMI MURASHITA (Docente - UNOESTE)

SILVA, ANDREIA OLIVEIRA DA (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

ROCHA, SIMONE RODRIGUES DUARTE (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

SILVA, BRUNA ANTICO PIVA DA (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

O aumento da população brasileira e sua concentração nos centros urbanos, traz a necessidade de atender a novas demandas por bens de consumo sejam eles, duráveis ou não-duráveis. Quando não acompanhada de um planejamento adequado, tal fato contribui para o agravamento de uma das principais características das atividades humanas: a geração de resíduos.Com a evolução da população e o processo de industrialização ocorridos nos últimos séculos, a geração de resíduos sofreu um crescimento vertiginoso. O que fazer com esses resíduos gerados, a partir das atividades humanas, para que sua disposição final cause o mínimo de impactos negativos ao meio ambiente, é um desafio, o qual é enfrentado por grande parte dos municípios brasileiros, onde os resíduos gerados, tanto no processo produtivo quanto após a utilização de mercadorias e serviços, são coletados e transportados sem qualquer tipo de seleção ou triagem e, em seguida, dispostos em locais inadequados, causando prejuízos ao meio ambiente e à coletividade. Os resíduos perigosos, produzidos sobre tudo pela indústria, são particularmente preocupantes, pois quando incorretamente gerenciados, tornam-se uma grave ameaça no meio ambiente. Entretanto, estudos para solucionar tal problemática são comumente vistas pelos empresários como um aumento de custo, passando desapercebidas oportunidades que ações de responsabilidade social preocupadas com o meio ambiente poderiam refletir na imagem de sua empresa. . O presente trabalho tem como objetivo geral contribuir para o entendimento acerca da destinação proporcionada aos resíduos industriais e oferecer alternativas para sua adequada disposição final. Para tanto, elencamos os seguintes objetivos específicos: · Pesquisar acerca dos principais conceitos envolvendo a temática da gestão ambiental nas empresas; · Estudar os principais elementos envolvendo resíduos sólidos e suas formas de disposição final; · Verificar a realidade na atuação das empresas em relação aos resíduos industriais · Propor ações de responsabilidade ambiental para empresas que produzam resíduos industriais. . A presente pesquisa adota o método dedutivo no qual o método científico parte de um problema que, em geral, surge a partir de um conflito frente às expectativas ou conhecimento prévio, através de análise de dados técnicos gerais relativos ao tema. Dessa forma, iniciaremos a presente pesquisa com o levantamento de dados a partir da documentação indireta em fontes primárias e secundárias.

ENAPI 2010

COMUNICAÇÃO ORAL

UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
ADMINISTRAÇÃO

A GESTÃO AMBIENTAL NAS EMPRESAS E O MARKETING VERDE

TAKENAKA, EDILENE MAYUMI MURASHITA (Docente - UNOESTE)

TEIXEIRA, GLEICE KELLY DOS REIS (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

CAMPOS, RAFAEL MOREIRA (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

No momento em que as indústrias despontavam no cenário mundial, com a Revolução Industrial (século XVIII), as exigências ambientais eram mínimas e o símbolo do progresso, veiculada nas propagandas de algumas indústrias, era a fumaça saindo das chaminés. As mudanças começaram a ocorrer, a partir do agravamento dos problemas ambientais, pôr volta dos anos 70 no século XX, em que as empresas deixaram de ser vistas apenas como instituições econômicas com responsabilidades para resolver os problemas relacionados a geração de emprego, renda e produção e passaram a se voltar também para questões de caráter social, político e ambiental, tais como: controle da poluição, segurança e qualidade de produtos, assistência social, defesa de grupos minoritários. Uma empresa que assume o compromisso social e de bem realizar a sua gestão ambiental, pode adquirir uma vantagem estratégica em relação aquela que não tem a mesma imagem perante o publico.Dessa forma, o meio ambiente passa a ser assunto obrigatório das agendas dos executivos brasileiros. Assim, enfocamos o assunto da responsabilidade para com o meio ambiente, que se apresenta como um novo modelo de administração em todo o mundo, buscando comprovar que as empresas que assumem essa responsabilidade, além de contribuir para a garantia da sustentabilidade da vida do planeta, apresentam-se à sociedade com o diferencial de ser empresa ambientalmente correta. O presente trabalho de pesquisa busca demonstrar a necessidade da conscientização acerca da Gestão Ambiental nas empresas como forma de estratégia de marketing apresentando um diferencial dentro do âmbito organizacional para atender a um mercado consumidor preocupado com a qualidade do meio ambiente em que vive enfocando uma empresa da área de prestação de serviços de saúde – UNOESTE SAÚDE.A presente pesquisa apresenta os seguintes objetivos específicos: · Identificar os conceitos de gestão ambiental; · Verificar o desenvolvimento da preocupação com a gestão ambiental nas empresas; · Estudar a importância do marketing estratégico como ferramenta de divulgação das chamadas “empresas verde”; · Pesquisar sobre a contribuição da ISO 9000 para as empresas; · Analisar as vantagens dos selos e certificados ambientais perante o público consumidor; · Coletar e analisar os dados obtidos através de pesquisa a campo na UNOESTE SAÙDE. Para tanto, o presente o trabalho de pesquisa pode ser classificado como de abordagem quali-quantitativo e tem como materiais, referencial bibliográfico, estudo documental e gráficos realizados como resultado da elaboração e aplicação do questionário e entrevistas junto a funcionários e consumidores das empresas a serem analisadas, fazendo uso de amostragem probabilística aleatória simples para consumidores e estratificada para os funcionários.

ENAPI 2010
2
COMUNICAÇÃO ORAL

UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
ADMINISTRAÇÃO

NIVELAMENTO EM MATEMÁTICA E SUA IMPORTÂNCIA NO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA UNOESTE

TAGLIARI MAGRO, VIVIANI (Docente - UNOESTE)

Atualmente, a graduação é considerada apenas um entre tantos outros pré-requisitos para conquistar uma vaga no mercado de trabalho ou até mesmo se manter nele. O que se observa é que neste cenário cresce, cada vez mais, o número de Universidades que oferecem cursos de graduação em diferentes áreas. Contudo, não é difícil de perceber (principalmente por parte dos profissionais do ensino) que nem todos os ingressantes destes cursos apresentam-se equiparados. É neste cenário que se localiza o foco deste estudo, haja vista que as dificuldades do histórico escolar interferem diretamente na relação de ensino aprendizagem de todas as disciplinas que compõem a grade curricular, independentemente do curso pretendido. Tendo como premissa os argumentos acima, este projeto tem como propósito geral desenvolver instrumentos pedagógicos que proporcionem o nivelamento no ensino de matemática no curso de Administração da UNOESTE. Especificamente, busca-se: 1º) Identificar as principais carências dos alunos do curso de Administração da UNOESTE no que se refere à matemática básica; 2º) Verificar quais as principais dúvidas na resolução dos exercícios manifestadas em sala de aula; 3º) Desenvolver, em horário extracurricular, um nivelamento de matemática, caracterizado pela reeposição detalhada do conteúdo abordado em sala e pela resolução de exercícios de matemática; 4º) Discutir a resolução dos exercícios, relacionando a aplicabilidade dos mesmos no mercado de trabalho. Para atingir os objetivos expostos, este estudo, caracterizado por uma pesquisa ação, será realizado a partir de revisão bibliográfica sobre o tema bem como uma investigação na qual a autora (professora da disciplina em questão) buscará identificar as principais dificuldades dos alunos em relação matemática e propor o nivelamento do conhecimento desta área, por meio de mini cursos e exercícios.

ENAPI 2010

COMUNICAÇÃO ORAL

UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
ADMINISTRAÇÃO

ASSÉDIO MORAL - UM CRIME NAS ORGANIZAÇÕES

MORAIS, MARISTELA REGINA (Docente - UNOESTE)

PARDIM, EDER LOPES PARDIM (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

CARDOSO TEIXEIRA, VANESSA (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

ARAUJO, DANIELLE (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

SHINTATE, KATHIA YUKIE (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

A intensa competição no cenário globalizado tem provocado aceleradas mudanças e reestruturações nas empresas, transmitindo instabilidade e insegurança em seus ambientes internos, deteriorando, assim, as relações humanas no organismo empresarial. É neste cenário que o tema Assédio Moral emerge com significativa importância no universo organizacional. Sendo assim, torna-se imprescindível a discussão deste fenômeno, tanto para minimizar este mal como também oferecer alternativas para gestores e trabalhadores lidarem com suas conseqüências. Desta forma, o presente projeto, de modo geral, objetiva delinear a caracterização do Assédio Moral no Ambiente de Trabalho, bem como suas conseqüências para o indivíduo e organização. Assim, como objetivos específicos busca – se: desenvolver uma revisão teórica sobre o tema em questão; descrever o perfil do assediado e do agressor; analisar as conseqüências físicas e psicológicas e, por fim, expor possíveis métodos para coibi-lo, ainda que juridicamente não obtenha proteção adequada. Em relação aos aspectos metodológicos, serão utilizados a revisão bibliográfica, fundamentando – se em publicações acadêmicas e jornalísticas ligadas ao tema.

ENAPI 2010

COMUNICAÇÃO ORAL

UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
ADMINISTRAÇÃO

SUCESSO EM TEMPO DE CRISE: UM DESAFIO PARA A EMPREGABILIDADE

MORAIS, MARISTELA REGINA (Docente - UNOESTE)

REGINATO, ROGERIO (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

Nos dias atuais, tanto o empregador como o empregado passam por constantes mudanças, a fim de atingir o sucesso tanto organizacional como pessoal. Contudo, para que isso ocorra é necessário que haja uma educação continua por parte da empresa e de seus colaboradores, buscando, assim, o que se denomina por empregabilidade. Neste processo, um novo conceito é aplicado à forma de trabalho, nele o individuo (antes alienado a sua tarefa) perde espaço para o trabalhador pró-ativo e inovador, atendendo as novas exigências do mercado. Por este motivo o tema em questão se mostra relevante e deve ser discutido. Deste modo, o presente trabalho tem como objetivo mostrar que a informalidade e a precariedade – que priva o trabalhador de proteções sociais e trabalhistas – precisam ser eliminadas a partir da flexibilização pessoal do trabalhador, que nada mais é do que o trabalhador passar da condição de “estar empregado” para “estar empregável”. Sendo assim, neste novo contexto, para se ter sucesso em tempo de crise, é necessário observar as bases (pilares) da empregabilidade: - Adequação vocacional: estar na profissão certa, para se ter motivação e prazer no trabalho; - Competência profissional: é sinônimo de capacitação profissional, compreende os conhecimentos adquiridos, as habilidades físicas e mentais, o jeito de atuar e a experiência; - Idoneidade: alguém só é contratado se for honesto, correto; - Saúde física e mental: cuidar da saúde é buscar continuamente o equilíbrio entre o trabalho e lazer, entre obrigações e a diversão; - Reserva financeira e fontes alternativas: sempre buscar uma fonte alternativa de renda, que lhe garanta rendimentos em situações adversas; - Relacionamentos: para poder valer-se deles sempre que for necessário. . Como procedimentos metodológicos, serão utilizados materiais publicados em livros, artigos (jornalísticos e científicos) ligados ao tema. Espera-se, deste modo, que o debate sobre Empregabilidade ganhe cada vez mais espaço no mercado corporativo.

ENAPI 2010

COMUNICAÇÃO ORAL

UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
ADMINISTRAÇÃO

EMPREENDEDORISMO CORPORATIVO COMO FERRAMENTA DAS ORGANIZAÇÕES MODERNAS.

MORAIS, MARISTELA REGINA (Docente - UNOESTE)

GUINOSSI, TALITA (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

MILHORANÇA, JOSIANE (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

RODRIGUES DIAS, YARA (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

SANTOS, SIMONE CAVALCANTE DOS (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

GONÇALVES BARBOSA, LETICIA (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

Atualmente, o tema empreendedorismo vem destacando-se no âmbito empresarial e acadêmico, fato decorrente da globalização e mudanças do estilo de vida das pessoas do século XX. Com isso, é necessário que os participantes organizacionais tenham motivação e visão estratégica do negócio em termos de novas oportunidades. Fundamentando-se nestes argumentos, esse projeto de pesquisa visa de um modo geral, compreender como o empreendedorismo corporativo agrega valores para a organização e seus funcionários. Para tanto, tem - se como objetivos específicos: a) desenvolver um levantamento bibliográfico sobre o tema em questão, analisando sua origem e evolução na sociedade; b) descrever as características do “novo” empreendedor; c) verificar como a corporação lida com essa estratégia competitiva. Destarte, o método de pesquisa para elaboração do deste projeto será a revisão bibliográfica sobre o tema em questão, de modo que, especificamente, se fará o levantamento teórico das obras mais significativas sobre a ação empreendedora, dentre as quais se destacam Dolabela (2008), (Dornelas, 2008) e Farah (2005). Sendo assim, espera-se que as reflexões decorrentes deste estudo possam oferecer aternativas para uma gestão voltada para a iniciativa e criatividade, elementos fundametais na sociedade atual.

ENAPI 2010

COMUNICAÇÃO ORAL

UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
ADMINISTRAÇÃO

PROFISSIONALIZAÇÃO DO TERCEIRO SETOR

MORAIS, MARISTELA REGINA (Docente - UNOESTE)

CANTERO, RODRIGO (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

LACERDA ZACCHARIAS, RENAN (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

SILVA, GUILHERME CARDOSO DA (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

FERNANDES, BRUNO EDUARDO FERNANDES (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

DA SILVA MACHADO, WALDEMAR (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

Nota-se, atualmente, que o Terceiro Setor (compreendido pelo setor formado pelas organizações sem fins lucrativos) tem se destacado e merecido atenção da sociedade. Contudo, os gestores destas organizações ainda enfrentam muitos desafios no que diz respeito à sua profissionalização. Tal fato ocorre porque a administração mostra-se direcionada, muitas vezes, para as empresas que visam a lucratividade. O que se percebe é que é fundamental despertar nos futuros administradores um olhar para o respectivo setor, enquanto possibilidade profissional, sendo um campo carente das ferramentas de gestão. Assim, neste projeto propõe-se fazer uma análise sobre o Terceiro Setor, apresentando o seu histórico, principais termos e características. Também, com base num estudo de caso, serão apresentados alguns dados estatísticos do Município de Presidente Prudente/SP e depoimentos de colaboradores do Lar Santa Filomena da cidade em questão. Sendo assim, em um primeiro momento, será realizada um resgate bibliográfico sobre o tema, abordando os estudos rescentes na área. Em um segundo momento, será realizado um estudo junto à organização mencionada, que terá como instrumentos de coleta de dados a observação participante e entrevistas com os colaboradores da instituição.

ENAPI 2010

COMUNICAÇÃO ORAL

UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
ADMINISTRAÇÃO

IMPACTOS DO ASSÉDIO MORAL NO COMPORTAMENTO E NAS RELAÇÕES DE TRABALHO. UM ESTUDO DE CASO DA PENITENCIÁRIA DE PRESIDENTE PRUDENTE WELLINGTON RODRIGO SEGURA.

MORAIS, MARISTELA REGINA (Docente - UNOESTE)

SILVA SANTOS, PRISCILA SIMONE DA (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

SILVA, JOÃO CARLOS DA (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

No âmbito organizacional penitenciário existe uma hierarquia rígida que envolve todas as relações de trabalho, causando uma competição entre os funcionários deste tipo de organização. Do mesmo modo, observa-se que a lotação das unidades em decorrência do descaso com relação às políticas públicas na área penal faz com que os funcionários, deste sistema prisional, tenham, relativamente, suas vidas postas em perigo a todo o momento (devido ás inúmeras ameaças, rebeliões e, supostamente, alterações no comportamento devido a pressão psicológica de estarem em um ambiente de grande tensão). Na história, fatores patológicos têm se agravado em decorrência do abuso de poder e autoridade, principalmente em ambientes onde os níveis hierárquicos ou as pressões por metas e desempenho são relativamente maiores do que as demais organizações. Hoje, um dos problemas que está afetando as pessoas que vivem em ambientes conturbados seria o assédio moral, um assunto pouco comentado, por ser de difícil detecção, mas de relevância significativa se considerarmos que se não for creditada a devida atenção ao tema seu reflexo poderá atingir o comportamento e o rendimento no âmbito laboral e pessoal. Desta maneira, este projeto visa verificar como tal assunto pode impactar no desenvolvimento dos agentes de segurança, afetando desta maneira a sua saúde, vida social e familiar. Assim, elaboram-se como objetivos específicos: (a) compreender, com base na literatura sobre o tema, o perfil do assediador e do assediado e a relação entre ambos; (b) descrever as relações interpessoais desenvolvidas pelos funcionários de uma penitenciária localizada na região de Presidente Prudente; (c) verificar de que maneira o assédio moral se manifesta na hierarquia da organização investigada; (d) analisar as possíveis causas do assédio moral existente na penitenciaria pesquisada e as conseqüências psicológicas decorrentes do assédio; (e) propor alternativas que minimizem o assédio moral na organização investigada, bem como refletir sobre a necessidade de humanização no sistema prisional. Contudo, para o desenvolvimento deste estudo será realizado um estudo de caso, caracterizado pela abordagem qualitativa, na penitenciária Wellington Rodrigo Segura de Presidente Prudente/SP. Sendo que, como instrumentos de coleta de dados serão utilizados analise documental, observação não participante e, principalmente, entrevistas com o grupo de agentes penitenciários. Assim, acredita-se que, por se tratar de um ambiente onde o autoritarismo predomina, existam fatores psicológicos e patológicos que afetam os funcionários do regime penitenciário. .

ENAPI 2010

COMUNICAÇÃO ORAL

UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
ADMINISTRAÇÃO

ANÁLISE DAS ESTRATÉGIAS DESENVOLVIDAS NO PROCESSO DE MUDANÇA: UM ESTUDO DE CASO NO HOSPITAL REGIONAL DE PRESIDENTE PRUDENTE/SP

MORAIS, MARISTELA REGINA (Docente - UNOESTE)

MENDES, GRASIELA (Demais participantes - UNOESTE)

ROSAN, RENATA DUARTE (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

Diante do cenário globalizado podemos observar que mudanças e estratégias estão no cotidiano de toda sociedade e, consequentemente, no cenário organizacional. Diante disso, observa-se que as empresas que querem se tornar competitivas devem buscar transformações que visem a qualidade dos seus produtos e serviços. Sendo assim, em vários setores da economia, inclusive no setor hospitalar, mostra-se de fundamental importância o desenvolvimento de mudanças baseadas em estratégias competitivas. Sendo assim, este trabalho tem como objetivo geral analisar as estratégias desenvolvidas durante o processo de mudança no Hospital Universitário de Presidente Prudente/SP, agora denominado Hospital Regional Presidente Prudente/SP. Especificamente busca-se: compreender o processo de mudança ocorrido na estadualização no Hospital Regional Universitário de Presidente Prudente; descrever as estratégias utilizadas para a implementação do Hospital Regional de Presidente Prudente; abordar as relações dos participantes a partir deste processo; analisar a relação entre mudança e estratégias organizacionais desenvolvidas no ambiente estudado; propor sugestões que visem a otimização das atividades desenvolvidas pelo hospital em questão. . No que diz respeito aos aspectos metodológicos, trata-se de um estudo de caso, caracterizado pela abordagem quali-quantitativa, no qual serão utilizados como istrumetos de coleta de dados: a revisão bibliográfica, a observação participante, a análise documental, bem como questionários e entrevistas com participantes da organização que vivenciaram o processo de mudança. Assim, espera-se desenvolver uma reflexão sobre o papel do gestor e dos funcionários, diante deste processo. .

ENAPI 2010

COMUNICAÇÃO ORAL

UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
ADMINISTRAÇÃO

CAPACITANDO OS FUNCIONÁRIOS PARA OS NOVOS DESAFIOS: UM ESTUDO NA EMPRESA SELMA CALÇADOS DE PRESIDENTE VENCESLAU – SP

SILVEIRA, ANTONIO ROLNEI (Docente - UNOESTE)

RIBEIRO DOS SANTOS, CAIO CESAR (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

ARIAS RIVELLI, SUZANI (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

Atualmente, as empresas vem se tornando cada vez mais competitivas, em busca do aperfeiçoamento de suas estratégias empresariais de acordo com as exigências do mercado. Devido a essa competitividade, as empresas perceberam a necessidade de possuir um diferencial, para conquistar seu público alvo. Neste cenário a capacitação continua dos funcionários é um investimento essencial para uma boa formação do capital intelectual das organizações de hoje. Entende-se que, a motivação do funcionário pode estar diretamente relacionada com o processo de capacitação e desenvolvimento do mesmo. Portanto, essa pesquisa é essencial, para abordar a relação entre a capacitação e a motivação do funcionário, onde será verificada a que ponto o treinamento influencia em seu potencial. Nesta perspectiva, este projeto de pesquisa tem como objetivo geral identificar e comprovar se a capacitação periódica dos funcionários na empresa Selma Calçados de Presidente Venceslau – SP pode criar um envolvimento com a organização e motivar os mesmos na hora do atendimento. Busca-se: a) verificar o método de treinamento que foi oferecido pela empresa; b) detectar quais foram às barreiras na hora da implantação dos treinamentos, quais as atuais e quais barreiras enfrentarão; c) identificar se o treinamento apresentou resultados positivos; d) identificar se realmente o funcionário capacitado se torna motivado e envolvido com a empresa; e) analisar possíveis erros e melhorias para a capacitação; f) identificar se a empresa ofereceu recompensas positivas para manter a motivação dos funcionários. Além da pesquisa bibliográfica, será realizado um estudo de caso, onde serão coletados dados relacionados ao tema, através de questionários, observação não participante. Sendo assim, acredita-se que a empresa proporcionando treinamento para a capacitação do funcionário, torna-o mais motivado e comprometido com a organização. A partir desses resultados, a empresa pode oferecer recompensas positivas para manter o desempenho e comprometimento dos mesmos. Em contrapartida, a empresa pode ter uma resposta na melhora do desempenho profissional do funcionário.

ENAPI 2010

COMUNICAÇÃO ORAL

UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
ADMINISTRAÇÃO

PERSONAL BRANDING : COMO CONSTRUIR A SUA MARCA PESSOAL

ANDREASI, DIEGO LUIS PEREIRA (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

Diante de um mercado cada vez mais competitivo, onde milhares de pessoas disputam uma quantidade limitada de vagas no mercado de trabalho, um simples diferencial que você apresente pode se tornar um fator decisivo na disputa por uma vaga de emprego. Com base nesse argumento, a relevância sobre o tema marca pessoal vem se tornando fundamental. Aqueles bem informados sabem quais erros não devem cometer e o que se deve fazer para se destacarem mais do que seus concorrentes em uma sociedade cada vez mais globalizada. Diante disso, surgiu o interesse em pesquisar o tema marca pessoal, ou, como recentemente vem sendo definido, personal branding. Neste sentido e de acordo com as considerações citadas acima, o presente trabalho tem como objetivo analisar quais são os fatores que levam um indivíduo à construir uma marca pessoal de alta performance e reconhecimento profissional que o leve a se diferenciar em meio a um cenário repleto de candidatos que, frequentemente, apresentam os mesmos atributos. Para tanto, foi utilizada uma metodologia pautada exclusivamente em pesquisas bibliográficas e materiais retirados de meio eletrônico junto a autores já renomados sobre o tema.

ENAPI 2010

COMUNICAÇÃO ORAL

UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
ADMINISTRAÇÃO

IMAGENS AÉREAS COMO FERRAMENTA PARA A TOMADA DE DECISÃO: UM ESTUDO NO SETOR SUCROALCOOLEIRO

SILVEIRA, ANTONIO ROLNEI (Docente - UNOESTE)

BARBOSA, LEILLANE ESPOSITO (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

MONICO, DANIELLE DE SOUZA CARREIRA (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

Atualmente, a tecnologia é ferramenta fundamental em qualquer segmento empresarial, principalmente àqueles em que a tomada de decisão pode estAR diretamente relacionada ao sucesso do empreendimento e uma maior vantagem competitiva sobre seus concorrentes. Com isso, muitos gestores têm utilizado as imagens aéreas como ferramenta para auxiliar na tomada de decisão. Tal recurso tem se mostrado muito útil, pois possibilita visualizar a evolução e o desenvolvimento das áreas agrícolas como um todo, ainda que os gestores não se encontrem no local. Analisa através de fotos áreas digitalizadas a infestação de pragas e ataque de insetos, assim como erosões em seu estágio inicial, reduzindo custos. A sobreposição de imagens possibilita a análise criteriosa do uso de fertilizantes e defensivos agrícolas. Com base nessas considerações, esse trabalho busca destacar a importância do planejamento de um projeto como também a idéia das imagens aéreas, as várias formas de tomada de decisão, ressaltando até que a simples omissão já faz parte de uma decisão, na cultura da cana-de-açúcar. Para isso, o presente trabalho tem como objetivo descrever como a utilização das imagens aéreas pode ser usada como ferramenta no auxílio na tomada de decisão na indústria sucroalcooleira. Esses objetivos consistem em analisar se os objetivos foram alcançados e o planejamento agrícola está de acordo com projeto industrial, com isto a empresa cria uma vantagem sobre os concorrentes que utilizam métodos lineares na utilização de insumos despendidos na produção da matéria prima utilizada no complexo agroindustrial. Para atender os objetivos desta pesquisa, utiliza-se a abordagem qualitativa e o estudo de caso, que será realizada em uma empresa que desenvolve a atividade de captura de imagens aéreas localizada em Presidente Venceslau e como estas imagens podem ser um instrumento valioso na coletas de dados; além da pesquisa bibliográfica, observação participante e a entrevista com membros da organização em questão.

ENAPI 2010

COMUNICAÇÃO ORAL

UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
ADMINISTRAÇÃO

A PRÁTICA DA RESPONSABILIDADE SOCIAL COMO DIFERENCIAL COMPETITIVO PARA MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

TAKENAKA, EDILENE MAYUMI MURASHITA (Docente - UNOESTE)

SOBRINHO, FRANCIELLY RODRIGUES (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

A responsabilidade social tem se tornado um temo muito debatido não só no meio empresarial, mas também no contexto acadêmico, na mídia e na própria sociedade, tornando uma variável importante na estratégia competitiva da empresa. É crescente o numero de organizações que buscam ser socialmente responsáveis, pois estão tendo que competir em um ambiente de negócios muito mais complexo, onde oferecer qualidade e preço competitivo não é mais suficiente, é preciso também obedecer as leis e pagar impostos. As ações de responsabilidade social não se limitam apenas as grandes organizações, mas também vem sendo bastante discutida entre as micro e pequenas empresas, onde procuram desenvolver projetos de preservação ao meio ambiente, de desenvolvimento social, filantropia, educação, saúde, entre outros. As empresas tendem a ser cada vez mais pressionadas a olhar o impacto de suas operações dentro e fora de sua empresa, e verificar também o impacto de suas políticas e ações mediante seus empregados, fornecedores, clientes, comunidade e a sociedade como um todo. Nota-se grande transformação social decorrente da globalização e dos novos meios de comunicação e esta transformação social por sua vez leva a própria sociedade a exigir que as empresas se responsabilizem por ela, fazendo com que as empresas coloquem-se em postura consciente em relação as necessidades sociais. . Este trabalho tem como objetivo geral, mostrar a pratica de responsabilidade social como diferencial competitivo para micro e pequenas empresas. Para tanto, consideramos os seguintes objetivos específicos: · Revelar como as micro e pequenas empresas podem ser socialmente responsáveis. · Abordar Responsabilidade Social empresarial como estratégia competitiva para micro e pequenas empresas. · Abordar os ganhos tanto para a empresa, quanto para o meio ambiente e a sociedade com ações sócias responsáveis. . A presente pesquisa adota o método dedutivo no qual o método científico parte de um problema que, em geral, surge a partir de um conflito frente às expectativas ou conhecimento prévio, através de análise de dados técnicos gerais relativos ao tema. Dessa forma, a presente pesquisa contará com o levantamento de dados a partir da documentação indireta em fontes primárias e secundárias.

ENAPI 2010

COMUNICAÇÃO ORAL

UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
ADMINISTRAÇÃO

O ACADÊMICO E SEUS TALENTOS : COMO DESENVOLVER SUAS HABILIDADES PARA ENFRENTAR O ATUAL MERCADO DE TRABALHO

ANDREASI, DIEGO LUIS PEREIRA (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

MARTINS, MATHEUS ALEXANDRE (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

Ter sucesso profissional e trabalhar em uma empresa de qualidade e reconhecida no mercado é o que a maioria dos alunos anseia. Com foco nesse desejo, o aluno precisa aprender que as organizações estão em constante mudança e que o mesmo precisa ser capaz de adaptar-se as alterações deste ambiente tão desafiador. Para acompanhar este complexo cenário, as organizações necessitam de um profissional apto para adquirir novos conhecimentos e aplicá-los em suas atividades. Assim, o indivíduo não só contribui para que a sua empresa não fique ultrapassada, como também para que a mesma torne-se ainda mais competitiva. Entretanto, os benefícios de o aluno desenvolver tais competências não se restringem as organizações, mas abrangem uma promissora carreira e o reconhecimento de seu talento, consumando-se no seu sucesso profissional do mesmo. Neste sentido, o objetivo deste trabalho é analisar quais são os fatores, conhecimentos e habilidades que os alunos devem buscar em sua jornada acadêmica para que, ao saírem da Universidade, estejam preparados para o exigente mercado de trabalho. Para tanto, foi utilizada uma metodologia focada exclusivamente em pesquisas bibliográficas e materiais extraídos do meio eletrônico, incluindo biografias de personalidades que conseguiram, através de seu talento, alcançar a realização pessoal e o reconhecimento profissional.

ENAPI 2010

COMUNICAÇÃO ORAL

UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
ADMINISTRAÇÃO

O PLANO DE NEGÓCIO COMO FERRAMENTA PARA ANÁLISE DE VIABILIDADE DE UMA FRANQUIA: UM ESTUDO DE CASO NO GIRAFFAS NO PRUDENTE PARQUE SHOPPING/SP.

ALMEIDA, JANAINA DEISE (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

SOUZA NAKATSUGI, MARIANA AKEMI DE (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

IACIA, PAULO ROBERTO (Docente - UNOESTE)

Este presente estudo visa abordar o empreendedor como gestor de sucesso no setor de franquia, setor que reage ao mercado com seu crescimento vertiginoso, proporcionando ao mesmo uma formatação de negócios previamente testada e consolidada pelo âmbito organizacional. Desta forma, este presente trabalho se justifica pela necessidade de estabelecer critérios para a viabilidade de um empreendimento no setor de franquia, tomando como base o perfil do empreendedor e o planejamento a ser elaborado através de um plano de negócio. Com esse intuito os objetivos específicos foram traçados com a finalidade de nortear o estudo, esclarecendo pontos de evidencia para o enriquecimento da pesquisa, visando a compreensão e a relevância do perfil empreendedor quanto à segmentação do mercado a se investir segundo sua viabilidade econômico-financeira, descrevendo as características e os perfis ideais do empreendedor, verificar a relevância da franquia no contexto empreendedor, desenvolver um levantamento bibliográfico sobre os pré-requisitos de um franqueado, descrever as características de franquia e o investimento em seu segmento de mercado, assim como verificar a viabilidade econômica do investimento para a criação de uma nova unidade franqueada, através da elaboração de um plano de negócios. Desta forma, a pesquisa foi estrutura segundo estrutura metodológica inerentes a pesquisa em questão, utilizando do método qualiquantitativo para análise de informações e dados necessários e o estudo de caso intensificando a pesquisa numa organização especifica. Como instrumentos de coleta de dados o referencial teórico se tornou primordial para a visão abrangente do estudo, que se complementou com a observação não participante e análise documental pertinente a organização esplanada no plano de negócio desenvolvido.Assim sendo, acredita-se que a partir do plano de negócio seja evidenciado a viabilidade ou não da instalação de uma nova unidade da franquia Giraffas do setor alimentício em outra localidade da cidade de Presidente Prudente S/P.

ENAPI 2010

COMUNICAÇÃO ORAL

UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
ADMINISTRAÇÃO

GESTÃO DO CONHECIMENTO: EM BUSCA DA EXCELÊNCIA ORGANIZACIONAL

MORAIS, MARISTELA REGINA (Docente - UNOESTE)

TEIXEIRA PEREIRA, SHEILA SIMONE (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

NASCIMENTO, TATIANE DOS SANTOS (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

Nas últimas décadas, as organizações brasileiras (privadas e públicas) passaram a direcionar suas atenções para um novo modelo de gestão – a Gestão do Conhecimento. Neste novo modelo, formado por um conjunto de ferramentas e comportamentos organizacionais que permitem identificar, analisar e administrar de forma estratégica e sistêmica o capital intelectual de funcionários e gestores, a empresa passa a planejar e implementar ações focadas nas potencialidades de seus participantes, criando, assim, vantagens competitivas fundamentadas em seu ativo intelectual. Trata-se, portanto, do desenvolvimento de práticas gerenciais voltadas para o mercado atual, cada vez mais globalizado e competitivo, no qual sobrevivem e se destacam apenas organizações que valorizem o comportamento humano, sendo esta a importância central do tema em questão e do desenvolvimento deste estudo. Com base neste argumento, o presente projeto tem como objetivo geral aprimorar o conhecimento desta ferramenta administrativa e analisar como a mesma pode ser colocada em prática nas empresas. Em relação aos objetivos específicos, se pretende: a) desenvolver um levantamento bibliográfico sobre Gestão do Conhecimento; b) verificar como as organizações fazem uso desta técnica administrativa; e c) analisar de que maneira a gerência e a equipe de colaboradores reagem perante a gestão proativa do conhecimento. Sendo assim, será realizado um estudo comparativo de casos com três empresas que atuam em segmentos distintos (uma na área de construção civil, uma no setor de ensino e outra no segmento de prestação de serviços), todas localizadas no mercado de Presidente Prudente/SP. Para a coleta de dados serão aplicados questionários com gerentes e funcionários dessas organizações a fim de perceber de que maneira a gestão do conhecimento é divulgada e implementada, abordando sua importância para a excelência organizacional.

ENAPI 2010

COMUNICAÇÃO ORAL

UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
ADMINISTRAÇÃO

FUSÃO E AQUISIÇÃO: ESTRATÉGIA OU FUGA DA CONCORRÊNCIA?

MORAIS, MARISTELA REGINA (Docente - UNOESTE)

GUIMARÃES, CRISTIANE ALVES (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

DELILO, WENDY COELHO (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

A busca dos clientes por produtos e serviços de qualidade se revela cada dia maior. Neste cenário, o que se vê são as empresas ainda mais preocupadas em estarem à frente de seus concorrentes, buscando vantagens competitivas, que farão com que consigam manter os clientes atuais e reter novos, aumentando, assim, sua fatia no mercado. Com o intuito de diferenciar-se de seus concorrentes, uma ferramenta que pode ser utilizada como estratégia pelas organizações, e está em destaque no mercado, é a Fusão e Aquisição de Empresas. Neste processo as organizações se unem ou adquirem-se visando uma maior representatividade diante da concorrência, como também para obter aumento no poder de compra junto a seus fornecedores. Contudo, alguns estudos apontam para um déficit de informações sobre estes processos em todos os níveis hierárquicos e estas, quando existem, são apenas destinadas à alta cúpula, deixando a desejar na organização como um todo. Tal fato faz com que as pessoas envolvidas desenvolvam, muitas vezes, aversão às mudanças causadas por estes. Diante de tal aspecto, tornam-se relevantes estudos mais específicos sobre os temas Fusão e Aquisição como Estratégia competitiva. Portanto, este projeto terá como objetivo geral identificar e analisar como ocorrem e ocorreram esses processos no grupo Baptista Pneus e se, de fato, são uma forma de Estratégia para entrada em novos mercados. Para tanto, este projeto caracteriza-se por um estudo de caso com abordagem qualitativa, sendo sua pesquisa descritiva. No que diz respeito aos instrumentos de coletas de dados, serão utilizadas revisões bibliográficas de autores que abordam os temas mencionados, observação participante, análise documental e entrevistas junto aos sócios-gerentes do grupo estudado, permitindo a concretização deste estudo. Sendo assim, acredita-se que os processos de Fusão e Aquisição são a maneira estratégica com a qual as empresas buscam expandir seu mercado de atuação, aproveitando-se de oportunidades, principalmente, quanto à expansão geográfica.

ENAPI 2010

COMUNICAÇÃO ORAL

UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
ADMINISTRAÇÃO

SCPC COMO FERRAMENTA DE ANÁLISE CRÉDITO DO COMERCIO VAREJISTA DE PRESIDENTE VENCESLAU - SP

SILVEIRA, ANTONIO ROLNEI (Docente - UNOESTE)

IKEDA, SUELEN (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

CORAL ROMEIRO, FABIANA MARIA (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

Este projeto busca demostrar o quanto o Serviço de Proteção ao Crédito/SCPC é uma importante ferramenta de análise quando da conceção de crédito aos seus clientes. É certo que o crédito é uma forma de alavancar as vendas do comércio varejista. Contudo, em razão das várias incertezas da economia que resulta em niveis elevados de inadimplencia, esta com certeza é a ferramenta de análise de crédito mais rápida e efiiciente a disposição dos lojistas. Tem ainda a finalidade de evidenciar a eficácia desta ferramenta e auxiliando os empresários na hora de conceder o crédito, pois em certos periodos criticos de nossa economia a inadimplencia cresce na mesma proporção que a procura por crédito. Os empresários ao concederem o crédito para os consumidores que não possuem cadastro interno podem recorrer a este instrumento disponibilizado pela Associação Comercial e Industrial de Presidente Venceslau. O tema a ser abordado demostra o quanto é importante a utilização do SCPC para efetuar uma venda com maior segurança. A utilização correta do SCPC pode auxiliar na diminuição da inadimplência, pois nas atuais condições a oferta crédito passa a ser necessária para facilitar o pagamento pelos consumidores e consequentemente incrementar as vendas, superando seus concorrentes. Por isso é preciso demonstrar para as empresas a importancia desta ferramenta nas negocições com seus clientes. O projeto que está sendo desenvolvido busca mostrar a qualidade, agilidade, segurança e veracidade das informações prestadas pelo órgão SCPC, esses requisitos são considerados fundamentais para as empresas associadas que se utilizam desta importante e indispensavel ferramenta na hora de analisar e conceder crédito para seus clientes/ consumidores. Será elaborado um questionário, com questões abertas, para ser respondido pelos empresários associados da ACIPREV. O resultado irá auferir o grau de conhecimento que os empresários têm desta ferramenta. Será verificado também se os empresários sabem analisar os dados contidos neste banco de dados, e os riscos de conceder ou não crédito a seus clientes/compradores.

ENAPI 2010

COMUNICAÇÃO ORAL

UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
ADMINISTRAÇÃO

EMPREENDEDORISMO E ADMINISTRAÇÃO HOSPITALAR: UM ESUDO DE CASO NO HOSPITAL INSTITUTO DA CRIANÇA PRESIDENTE PRUDENTE

DA SILVA, ROSICLEIA APARECIDA (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

OLIVEIRA MONTEIRO, ANA CRISTINA (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

LUSSARI, WILSON ROBERTO (Docente - UNOESTE)

Tema empreendedorismo se destaca pelo crescimento da economia de um país, sendo ele por necessidade ou por oportunidade. Com base nesse argumento, este projeto se justifica pela importância de ações empreendedoras para o crescimento do país, desde que esse empreendimento seja caracterizado como oportunidade, bem planejado, com uma boa projeção para que consiga uma evolução e sucesso para sua organização. . Deste modo, o objetivo geral deste projeto será identificar o perfil dos sócios do Hospital Instituto da Criança de Presidente Prudente/SP, suas características de gestão administrativas e empreendedoras. Assim, os objetivos específicos serão: descrever as perspectivas que os gestores têm para o futuro do Instituto da Criança Identificar o perfil dos gestores que administram a organização estudada; verificar quais dos sócios da organização tem o espírito empreendedor;analisar se um empreendedor possa ser também m administrador na gestão hospitalar. Assim, para realização desse projeto, serão necessárias uma revisão bibliográfica sobre o tema, bem como um estudo de caso no Hospital mencionado. Neste estudo, caracterizado pela abordagem qualitativa, serão utilizados analise documental, observação participante e entrevista.

ENAPI 2010

COMUNICAÇÃO ORAL

UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
ADMINISTRAÇÃO

INCLUSÃO SOCIAL: ANÁLISE DAS PERSPECTIVAS DE VIDA E DE TRABALHO DE UM GRUPO DE DETENTOS QUE ATUAM EM UMA EMPRESA DE RECICLAGEM.

MORAIS, MARISTELA REGINA (Docente - UNOESTE)

CORREIA DA SILVA, TAÍS (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

A discussão sobre o tema inclusão social e o processo de inserção e reinserção de pessoas excluídas da sociedade e do mercado de trabalho, por algum motivo ou circunstancia, apesar de atual, trata-se de um assunto ainda pouco discutido e que carece de estudos mais aprofundados e é neste sentido que se busca contribuir para uma reflexão mais ampla sobre este tema. Deste modo, esta pesquisa tem como principal objetivo analisar a percepção dos detentos que cumprem sua pena em regime semi-aberto á sua reintegração na sociedade no que diz respeito ao trabalho desenvolvido pelos mesmos em uma empresa de reciclagem na cidade de Presidente Prudente – SP. Assim, para alcançar o objetivo proposto, especificamente busca-se: Desenvolver um levantamento bibliográfico sobre o tema Inclusão Social e sobre a atual situação do mercado de trabalho para detentos; descrever a estrutura organizacional da empresa Papemur de Presidente Prudente-SP; investigar os motivos que levaram a empresa em questão a contratar detentos que vivenciam no regime semi-aberto; verificar como se revela as relações interpessoais entre os participantes da organização investigada; compreender de que maneira o trabalho destes detentos influencia na sua perspectiva profissional. . Desta forma, a metodologia que visa atender os propósitos deste trabalho está fundamentada em revisão bibliográfica sobre o assunto, estudo de caso descritivo, onde o universo será composto pelos presos da Penitenciária do distrito de Montalvão-SP que trabalham atualmente na empresa Papemur de Presidente Prudente-SP, bem como outros funcionários da mesma. Já a amostra será formada por dez participantes desta organização (detentos e não detentos). Em relação aos instrumentos de coletas de dados, serão utilizadas a análise documental, a observação não participante e entrevistas com os trabalhadores selecionados para amostra. Sendo assim, acredita-se que a inclusão destes detentos, ainda que em regime semi-aberto, possa despertar na sociedade um sentimento de cidadania verdadeira, uma visão de solidariedade, de assistência mútua, que os detentos consigam ter oportunidades de reintegração paciva na sociedade e que consigam alcançar a auto valorização e auto realização na vida profissional e pessoal, e que possam provar a todos que podem voltar a uma de uma nova vida mais digna.

ENAPI 2010

COMUNICAÇÃO ORAL

UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
ADMINISTRAÇÃO

ANALISE DA SUCESSÃO EM UMA EMPRESA DE PRESIDENTE PRUDENTE/SP: UM ESTUDO DE CASO

MORAIS, MARISTELA REGINA (Docente - UNOESTE)

CHAVES, DANILO DE OLIVEIRA (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

PENTEADO, BRUNA ANGÉLICA (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

Na atual conjuntura mercadológica brasileira, as empresas familiares representam uma expressiva fatia do mercado, empregando inúmeros trabalhadores em diversos setores da economia. Sendo assim, o estudo sobre empresa familiar se mostra relevante diante da necessidade de informação aos administradores, se tratando, principalmente, do momento imperativo do processo sucessório, no qual a maioria delas não tem um planejamento e não se prepraram para esta transformação. Tal fato, muitas vezes, acaba ocasionando a paralizas ativição de suas atividades organizacionais precocemente. Com base nesses argumentos, o principal objetivo desta pesquisa será identificar e analisar as dificuldades enfrentadas por organizações familiares, especialmente ao que diz respeito ao planejamento empresarial, processo sucessório e profissionalização. Especificamente busca: a) desenvolver um levantamento bibliográfico sobre a origem e características da Empresa Familiar no Brasil; b) abordar a Empresa Raquel Armarinhos, Papelaria e Confecção num todo, desde sua fundação até os dias atuais, descrevendo seus principais desafios e dificuldades; c) relacionar a empresa com o perfil do fundador e identificar o perfil dos possíveis sucessores; d) verificar se a empresa possui um planejamento sucessório e de que modo este processo tem sido realizado. Quanto à metodologia utilizada na elaboração deste projeto, destaca-se a revisão bibliográfica pertinente ao tema, bem como a realização de um estudo de caso com abordagem qualitativa. Em relação aos instrumentos de coleta de dados, serão desenvolvidas entrevistas com o fundador, os possíveis sucessores e todos os colaboradores da organização. O conjunto de material e métodos utilizados servirão para discutir que na administração de uma empresa não existe segredo ou caminho certo a ser seguido para o sucesso almejado, há a necessidade de um bom planejamento para que principalmente, na empresa familiar, o sonho do fundador não se interrompa e sim, consiga sua perpetuação.

ENAPI 2010

COMUNICAÇÃO ORAL

UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
ADMINISTRAÇÃO

ESTUDO SOBRE AS INFLUÊNCIAS DA GLOBALIZAÇÃO NAS ORGANIZAÇÕES BRASILEIRAS: UMA REFLEXÃO SOBRE O TEMA

MORAIS, MARISTELA REGINA (Docente - UNOESTE)

NAVARRO I. DE A. VASCONCELOS, BRUNO (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

SOUZA, ANA CAROLINA SERAFIM (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

Com o passar dos anos e com o aumento das transformações sociais, políticas, culturais e econômicas, o advento da globalização tem, cada vez mais, contribuído para a competitividade das organizações. Neste novo cenário, em que é preciso agir globalmente, torna-se necessário o desenvolvimento de ações administrativas que contemplem a complexidade e diversidade organizacional. Deste modo, mostra-se fundamental o desenvolvimento de estudos e debates que promovam a reflexão sobre tal temática, bem como seus impactos na sociedade, em especial no Brasil. Partindo destas considerações, este projeto terá como objetivo geral a análise das origens e conseqüências do processo de globalização, evidenciando suas conseqüências nas organizações brasileiras. Especificamente busca-se: a) desenvolver um resgate histórico sobre a globalização; b) identificar de que maneira este processo impactou na tecnologia e na geração de informações organizacionais, c) verificar as conseqüências desse processo nas relações de trabalho e; d) analisar de que modo os gestores podem se preparar para alcançarem vantagem competitiva no contexto global. No que diz respeito aos aspectos metodológicos, trata-se de uma pesquisa baseada na revisão bibliográfica sobre o tema, destacando-se a literatura que verse sobre as contradições inerentes a essa transformação social.

ENAPI 2010

COMUNICAÇÃO ORAL

UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
ADMINISTRAÇÃO

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA DE VENDAS E CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO: UM ESTUDO DE CASO

GALICIANO PEDRO, JOSÉLIA (Docente - UNOESTE)

NASCIMENTO, VALÉRIA ALINE DO (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

LUNHANI, THIAGO MORENO (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

Em reflexo as novas exigências do mundo globalizado, as empresas devem conhecer o perfil de seus clientes e suas necessidades, definindo também o seu público alvo para que trabalhe potencialmente em um mercado focado, desenvolvendo assim os seus pontos fortes, de forma que venha otimizar ou obter possíveis soluções para os seus processos de vendas nos canais de distribuição, tomadas de decisões e demanda de mercado. Neste presente estudo o foco principal é descrever e analisar a administração estratégica de vendas e de canais de distribuição, observando que a administração estratégica pode ser uma ferramenta útil para gestores, para melhorar sua posição no setor a qual faz parte, trabalhando com conceitos importantes para captar novos consumidores. Com base nessas considerações apresentadas, será desenvolvido um estudo de caso em um Laticínio, empresa na qual é especializada na industrialização de derivados do leite. O objetivo geral é descrever e analisar a administração estratégica de vendas e de canais de distribuição da mesma, identificando e analisando o perfil do público alvo e a gestão de vendas, a aplicabilidade do planejamento estratégico, demonstrando o papel das vendas e do canal de distribuição no laticínio. De acordo com a análise do ambiente geral da organização, identificou-se que a pesquisa descritiva será a pesquisa sujeita ao auxilio e desenvolvimento desse estudo, para que a realização do estudo seja mais realista e objetiva, torna-se indispensável um estudo de caso, sendo assim, entende-se que um estudo de caso, é uma forma de estudar cada detalhe de uma organização. No que submerge aos aspectos metodológicos, esta pesquisa se caracteriza em uma abordagem qualitativa, assim sendo, foi desenvolvida entrevistas que comparou relatos junto às perspectivas bibliográficas, esclarecendo o entendimento concreto de cada caso mencionado. .

ENAPI 2010

COMUNICAÇÃO ORAL

UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
ADMINISTRAÇÃO

EMOÇÃO: O PRINCIPIO ATIVO DA MOTIVAÇÃO

MORAIS, MARISTELA REGINA (Docente - UNOESTE)

MILHORANÇA, JOSIANE (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

GONÇALVES BARBOSA, LETICIA (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

SANTOS, SIMONE CAVALCANTE DOS (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

GUINOSSI, TALITA (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

RODRIGUES DIAS, YARA (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

Atualmente o mercado globalizado, exige das empresas diferenciais, com fonte de inovação para estar a frente de seus concorrentes, o que faz com que muitas destas esqueçam-se de uma ferramenta principal, que são os colaboradores. Desta forma, compreender as características emocionais de seus membros, contribui significativamente para a organização e para o individuo. Com base nestes argumentos, o presente artigo visa identificar os tipos de emoções que estão presentes nas organizações, bem como suas influencias no meio corporativo e formas de ministrar as emoções de seus colaboradores. Alem disso, procura-se identificar os aspectos positivos e negativos das emoções nas organizações e as suas vantagens. Para tanto, esta pesquisa é caracterizada por uma revisão bibliográfica. Ademais, as empresas devem identificar métodos motivacionais que mais se identificam com o ambiente organizacional. Nos dias atuais nem todas empresas valorizam o capital humano, sua maioria ainda enxergam seus funcionários como engrenagem de uma grande máquina, não os vendo como um membro importante das mesmas.

ENAPI 2010

COMUNICAÇÃO ORAL

UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
ADMINISTRAÇÃO

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO E VANTAGEM COMPETITIVA: UM ESTUDO DE CASO

JESUS, PATRÍCIA VALÉRIO DE (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

VIDOTTO, MICHELE DE OLIVEIRA (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

GALICIANO PEDRO, JOSÉLIA (Docente - UNOESTE)

Observa-se que no mercado atual com o avanço do conhecimento, as organizações estão cada vez mais buscando a diferenciação em seus produtos e serviços. Essa diferenciação que o mercado busca, pode ser compreendida como um planejamento estratégico utilizado pelas organizações. Porém, alem de procurar manter-se presente no mercado, é preciso que as organizações se atentem para traçar uma estratégia na qual ganhem vantagem competitiva. Para que a empresa conquiste vantagens competitivas é preciso que, entre outras, ela conheça seu público-alvo, pois dessa forma a organização saberá onde aplicar a diferenciação. Nos dias de hoje é visto que há uma carência de planejamento estratégico para que seja, realmente, conquistada a vantagem competitiva. O estudo mostra-se importante por apresentar qual a relevância que o consumidor tem em relação aos serviços prestados pela empresa. O objetivo geral desse projeto é identificar o diferencial competitivo e analisar o planejamento estratégico e as vantagens competitivas nas organizações, mais especificamente em um shopping. Para a realização desse projeto, temos como objetivos específicos: demonstrar o planejamento estratégico nas organizações; apresentar as vantagens e aplicações do planejamento estratégico na organização; identificar se a organização estudada possui alguma estratégia de conquista de mercado; analisar o papel do planejamento estratégico e as vantagens competitivas no shopping. A pesquisa será realizada por meio das definições, análises científicas, estudo de caso, pesquisas bibliográficas e pesquisa de campo, haverá aplicação de questionários com perguntas abertas. O método de abordagem é o de pesquisa qualitativa, o método de objetivo aplicado é o da pesquisa descritiva, com base em levantamentos.

ENAPI 2010

COMUNICAÇÃO ORAL

UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
ADMINISTRAÇÃO

ANÁLISE DA PRODUTIVIDADE DA PECUÁRIA LEITEIRA EM DIFERENTES REGIÕES DO BRASIL: UM ENFOQUE NO SITIO SÃO DOMINGOS/SP.

REDIVO, AMAURI ZUANON (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

TAKENAKA, EDILENE MAYUMI MURASHITA (Docente - UNOESTE)

A Pecuária Leiteira é uma atividade geradora de empregos diretos e indiretos em toda cadeia produtiva e apresenta crescimento tanto nas pequenas e médias quanto nas grandes propriedades rurais brasileiras devido ao aumento da demanda e oportunidades que o produtor rural tem obtido como financiamentos e benefícios exclusivos aos mesmos. Tal fato é resultado da participação do governo através de políticas macroeconômicas voltadas para o setor agropecuário e que tem contribuído para o incentivo à pecuária leiteira e à produção rural em geral. Somado a isso temos o auxílio da tecnologia que propiciou muitas melhoras significativas para o avanço do setor. O presente projeto de pesquisa busca compreender a situação atual da pecuária leiteira realizando um enfoque comparativo entre regiões, produtividade e qualidade frente às políticas macroeconômicas e tecnologias adotadas enfocando a contribuição do Sitio São Domingos nesse processo. O projeto apresenta a hipótese de que, dada a ampliação no desenvolvimento e utilização de novas tecnologias, tanto a qualidade quanto a produtividade leiteira no Brasil aumentou. Dados divulgados pelo IBGE mostram que de 19.655.725 litros em 2003 estima-se uma produção em 2010 superior a 24.000.000 de litros de leite. considerando que o sítio São Domingos procura acompanhar o desenvolvimento de novas tecnologias, analisar sua participação no aumento produtivo da pecuária leiteira oferece interessantes analogias em sua área de atuação. . O presente projeto de pesquisa ter por objetivo geral analisar a produtividade da pecuária leiteira em diferentes regiões do Brasil com enfoque na participação do Sitio São Domingos nessa atividade. Para tanto, consideramos de extrema importância abordar os seguintes objetivos específicos: - Pesquisar sobre a pecuária leiteira: definição e elementos principais. - Buscar de dados sobre a produtividade da pecuária leiteira no Brasil e nas regiões. - Analisar o mercado leiteiro nas regiões brasileiras. - Identificar a atual condição tecnológica da pecuária leiteira nos dias atuais. - Pesquisar sobre o Sitio São Domingos e sua atuação na pecuária leiteira nos últimos 5 anos. . Adotamos o método dedutivo no qual o método científico parte de um problema que, em geral, surge a partir de um conflito frente às expectativas ou conhecimento prévio, através de análise de dados técnicos gerais relativos ao tema. Iniciaremos a presente pesquisa com o levantamento de dados a partir da documentação indireta em fontes primárias e secundárias. Passando em seguida para a coleta de dados através de pesquisa de campo, com entrevistas a serem realizadas junto aos proprietários da empresa rural a ser analisada, o Sítio São Domingos.

ENAENS 2010

COMUNICAÇÃO ORAL

UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE
CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
ADMINISTRAÇÃO

A UTILIZAÇÃO DO ORÇAMENTO DE CAIXA NAS TOMADAS DE DECISÕES FINANCEIRAS EMPRESÁRIAIS

MARQUES, JOSIELE (Discente de curso de graduação - UNOESTE)

Administrar recursos financeiros em uma economia dinâmica na qual vivemos requer do administrador atenção redobrada e principalmente, habilidade para acompanhar tal conjuntura. É necessário que ele esteja preparado para executar suas tarefas atendendo sempre os objetivos da empresa. Para que isso se torne possível todos os passos precisam ser calculados. Por isso, planejar está entre uma das mais importantes atividades do administrador. Existem disponíveis várias ferramentas que o auxiliarão neste planejamento e este trabalho apresentará uma delas: o orçamento de caixa. Esta pesquisa se mostra de grande relevância, uma vez que esta ferramenta é considerada por muitos estudiosos como sendo elemento essencial do processo do planejamento financeiro. O objetivo deste trabalho é mostrar se por meio da análise do orçamento de caixa será possível planejar a expansão da empresa estudada e se esta terá condições de crescer com recursos próprios ou necessitará de financiamentos. A pesquisa está organizada em duas etapas. A primeira é composta de um estudo bibliográfico, onde são abordadas, principalmente, as teorias de renomados autores da administração financeira, como Gitman (2007), Zdanowicz (2000), Hoji (1999) dentre outros. A segunda é a apresentação do relatório do orçamento de caixa para descrever a movimentação financeira e o que os resultados fornecerão como base para a tomada de decisão.