

## SUMÁRIO

### **12634 - EMPREENDEDORISMO SOCIAL: CAMPOS DE ESTUDO NO BRASIL**

Carina Nunes<sup>1</sup>, Melissa Watanabe<sup>2</sup> .....

### **12711 - AÇÕES DIRECIONADAS A CAPACITAÇÃO EM EMPREENDEDORISMO, PLANO DE NEGÓCIOS E RESPONSABILIDADE SOCIAL**

Abel Corrêa de Souza<sup>1</sup>, Jorge Antônio Marcelino<sup>1</sup>, João Batista da Silva<sup>1</sup>, Adriane Pôncio<sup>2</sup>, Mayara Vieira<sup>2</sup>, Ana Cláudia Rocha Fenali<sup>2</sup> .....

### **12723 - EVOLUÇÃO DA ATIVIDADE AVICULTORA NO BRASIL**

Igor Martello Olsson<sup>1</sup>, Carla Spillere Busarello<sup>2</sup>, Melissa Watanabe<sup>2</sup> .....

### **12853 - REDES E ALIANÇAS COMO ESTRATÉGIA ORGANIZACIONAL PARA COMPETITIVIDADE E DESENVOLVIMENTO DO SETOR DA CONSTRUÇÃO CIVIL CATARINENSE**

Thiago Watanabe Furlan, Miguelangelo Gianezini, Fernando Marcos Garcia<sup>1</sup> .....

### **13117 - ANÁLISE DO COMPORTAMENTO DOS ÍNDICES ECONÔMICOS FINANCEIROS DE EMPRESAS QUE UTILIZAM DE RECUPERAÇÃO JUDICIAL**

Gabriela Rovaris Daufenbach, Abel Correa de Souza<sup>1</sup> .....

### **13254 - PROCESSOS DE FUSÕES & AQUISIÇÕES (F&As): ANÁLISE DOS FATORES CRÍTICOS NO GERENCIAMENTO DA INTEGRAÇÃO**

Silvio Parodi Oliveira Camilo<sup>1</sup>, Vanessa Barletta Ughini<sup>2</sup> .....

### **13455 - A GOVERNANÇA AO LONGO DA EVOLUÇÃO DO REGISTRO DA INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA DOS VALES DA UVA GOETHE: o papel da Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC**

Vanessa Estevam, Guilherme Spiazzi dos Santos, Zeli Felisberto, Júlio Cesar Zilli, Ricardo Pieri, Adriana Carvalho Pinto Vieira .....

### **13527 - A PRÁTICA COMO ESTRATÉGIA DE ENSINO-APRENDIZAGEM**

Almerinda Tereza Bianca Bez Batti Dias<sup>1</sup> .....

### **13858 - COMPARTILHAMENTO DO CONHECIMENTO E A COMPETITIVIDADE NAS PEQUENAS PROPRIEDADES RURAIS**

Luciana Mandelli<sup>1</sup>, Cristina Keiko Yamaguchi<sup>2</sup> .....

### **14307 - CASO DE ENSINO SISTEMÁTICO E PROCESSUAL: TÉCNICA UTILIZADA NA DISCIPLINA DE PRÁTICAS GERENCIAIS EM FINANÇAS**

Abel Corrêa de Souza<sup>1</sup> .....

### **14783 - MARKETING DE RELACIONAMENTO NO SETOR DE TELEFONIA MÓVEL: AVALIAÇÃO DA SATISFAÇÃO DOS ACADÊMICOS EM UMA UNIVERSIDADE COMUNITÁRIA**

Érica Teodoro Varela<sup>1</sup>, Luciane de Carvalho Pereira<sup>2</sup> .....



---

**14790 - ANÁLISE DO POSICIONAMENTO MERCADOLÓGICO DO TURISMO GASTRONÔMICO EM NOVA VENEZA - SANTA CATARINA**

Luciane de Carvalho Pereira<sup>1</sup>, Marcos Rossi da Costa<sup>2</sup> .....

**14846 - ANÁLISE DO PROCESSO LOGÍSTICO NO SEGMENTO SUPERMERCADISTA: ESTUDO EM UMA REDE DE SUPERMERCADOS**

Paola Neitzke, Natália Martins Gonçalves<sup>1</sup> .....



## Resumo de Pesquisa (concluído)

### 12634 - EMPREENDEDORISMO SOCIAL: CAMPOS DE ESTUDO NO BRASIL

Carina Nunes<sup>1</sup>, Melissa Watanabe<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Bolsista do Programa de Iniciação Científica (PIBIC/UNESC), Graduanda do curso de Administração de Empresa UNESC.

<sup>2</sup>Professora titular do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Socioeconômico – PPGDS/UNESC.

Originalmente o empreendedorismo social (ES) surgiu primeiro na prática, e, tempos depois no meio científico (OLIVEIRA, 2004; BORNSTEIN, 2006). Conforme Dees (1998), os interesses dos empreendedores sociais é gerar transformações sociais reais e duradouras, atendendo pessoas em situações de vulnerabilidade social. Autores como Alvord, Brown e Letts (2004), ressaltam que as ações realizadas por esses modelos de empreendimentos, são feitas de modo intencional para resolver problemas como marginalização e pobreza. Uma variedade de abordagens podem ser observadas nos campos do ES em todo mundo, surge assim a curiosidade de saber quem são os grupos de pesquisa (GPs) brasileiros, cujo objeto de estudo é o ES, assim o objetivo deste trabalho é identificar esses GPs nos Diretórios de Grupos de Pesquisa (DGPs) da Capes, e quais são os caminhos de pesquisa a temática vem adentrando. Para tanto, realizou-se inicialmente uma busca nos DGPs, por meio do endereço eletrônico [http://dgp.cnpq.br/dgp/faces/consulta/consulta\\_parametrizada.jsf](http://dgp.cnpq.br/dgp/faces/consulta/consulta_parametrizada.jsf), com o descritor "empreendedorismo social". Os dados foram coletados no dia 28 de agosto de 2016, e tabulados com auxílio de planilhas do Excel. Os filtros aplicados para refinar a busca foram: a) todas as palavras; b) linha de pesquisa; c) nome do grupo. Foram identificadas 110 linhas de pesquisa, distribuídas em 71 grupos distintos. Dentre os principais resultados observou-se que o maior número de pesquisa ocorre o âmbito das ciências sociais aplicadas, seguido pelas ciências humanas e engenharias. São 55 Instituições de Ensino Superior (IES), abordando a temática, e a Universidade com maior número de grupos de pesquisa é Universidade Federal Fluminense (UFF). Dentre os caminhos de pesquisa a temática vem se destacando em Inovação social e outras variações de inovação, modelos de gestão, modelos de negócios, marketing social, desenvolvimento local e territorial. Identificou-se, ainda, a utilização de termos tais como economia solidária, economia criativa, eco-empreendedorismo, desenvolvimento sustentável e Terceiro setor.

**Palavras-chave:** Capes, Diretórios de Grupos de Pesquisa, Linhas de pesquisa, Campos de atuação.

**Fonte financiadora:** Universidade do Extremo Sul Catarinense (UNESC).

**Referências:**

ALVORD, S.H.; BROWN, L.D.; LETTS, C.W. Social entrepreneurship and societal transformation. **Journal of Applied Behavioral Science**, v. 40, n. 3, p. 260–282, 2004.

BORNSTEIN, D. **Como mudar o mundo: empreendedores sociais eo poder das novas idéias**. Record, 2006.

DEES, J. Gregory. **The Meaning of "Social Entrepreneurship"**. 1998.



Universidade do Extremo Sul Catarinense

VII Semana de **CIÊNCIA E TECNOLOGIA**





## Resumo de Extensão (concluído)

### 12711 - AÇÕES DIRECIONADAS A CAPACITAÇÃO EM EMPREENDEDORISMO, PLANO DE NEGÓCIOS E RESPONSABILIDADE SOCIAL

**Abel Corrêa de Souza<sup>1</sup>, Jorge Antônio Marcelino<sup>1</sup>, João Batista da Silva<sup>1</sup>,  
Adriane Pôncio<sup>2</sup>, Mayara Vieira<sup>2</sup>, Ana Cláudia Rocha Fenalli<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Professores do curso de Administração da UNESC;

<sup>2</sup>Acadêmicos do curso de Administração da UNESC

O curso de Administração da UNESC, engajado com o entorno e consciente de seu compromisso com a comunidade, participa efetivamente com o projeto de extensão no Centro de Educação Profissional do Bairro da Juventude, em Criciúma/SC, por meio da oferta do treinamento em capacitação em empreendedorismo, planos de negócios e responsabilidade social. Neste sentido, tem como objetivo, estimular os jovens e adolescentes a se qualificarem em atividades que possam contribuir para sua inserção no mercado de trabalho, capacitando-os em atitudes empreendedoras, que resultem em geração de emprego e renda. Para isso, são realizadas oficinas semanais, com a participação de docentes e discentes do curso de Administração da UNESC. Até o ano de 2015, foram qualificados mais de 250 jovens e adolescentes, dos quais, cerca de 95% conseguem inserção no mercado de trabalho tão logo concluem o curso. Observa-se, conforme relatórios da coordenação, que o número de inseridos no mercado de trabalho aumentou consideravelmente a partir do lançamento do projeto, em 2011.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo, Planos de Negócios, Responsabilidade Social.

**Fonte financiadora:** UNESC.

**Referências:**

BAIRRO DA JUVENTUDE. **Missão.** Disponível em:

<<http://www.bairrodajuventude.org.br/bairro/?incore=2&sc=16>>. Acesso em: 29 out. 2011.

BRASIL. Lei nº 8.742, de 7 de dezembro de 1993. Dispõe sobre a organização da Assistência Social e dá outras providências. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 8 dez. 1998. Disponível em:

<[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L8742.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8742.htm)>. Acesso em: 29 de out. 2011.

HABIBY, A. S.; COYLE JR, D. M. O empreendedor de alta intensidade. **Harvard Business Review**. São Paulo, vol.88, n.03, set, 2010.

HARTIGAN, P; ELKINGTON, J. **Empreendedores sociais**. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2009.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2004.

KANITZ, S. O que é o Terceiro Setor? **Filantropia.org**. Disponível em:

<<http://www.filantropia.org/OqueeTerceiroSetor.htm>>. Acesso em: 23 out. 2011.



## Resumo de Pesquisa (concluído)

### 12723 - EVOLUÇÃO DA ATIVIDADE AVICULTORA NO BRASIL

Igor Martello Olsson<sup>1</sup>, Carla Spillere Busarello<sup>2</sup>, Melissa Watanabe<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Curso de Economia, Unidade Acadêmica de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade do Extremo Sul Catarinense, Criciúma, Brasil.

<sup>2</sup>Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Socioeconômico, Unidade Acadêmica de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade do Extremo Sul Catarinense, Criciúma, Brasil.

A criação de frango e outras aves domésticas para abate, assim como outras atividades da agroindústria, pressionam e competem por espaço com outras formas produtivas. Logo, a pressão exercida pela avicultura não impacta apenas na criação de animais para abate, mas em atividades como a agricultura e o extrativismo vegetal. Fonte de proteínas, o frango e outras aves domésticas, estão inseridas no mercado ao lado de produtos como a carne de gado, peixe, dentre outros, e dividem, portanto, não apenas o mercado consumidor, mas a força de trabalho e os investimentos destinados ao setor. O presente trabalho tem como objetivo analisar conjuntamente a cadeia produtiva do frango e demais aves domésticas (galináceas), tendo como foco o Brasil e suas Unidades Federativas no período de 1990 a 2014. De caráter quantitativo, o presente trabalho tem como base a utilização de séries históricas de dados do Sistema IBGE de Recuperação Automática (SIDRA). Contabilizando um aumento de 143% no período, segundo análise do efetivo de rebanho no Brasil, a quantidade de galináceos passou de 546 milhões, em 1990, para 1,33 bilhão em 2014. Sendo uma atividade produtiva diretamente impactada pela situação econômica do país, a produção brasileira apresentou redução nas relações 2011/2012 e 2012/2013, seguidos em 2014 pelo estabelecimento de uma nova máxima na produção anual no período analisado. Os principais estados produtores, em ordem de produção, São Paulo, Rio Grande do Sul, Paraná, Santa Catarina e Minas Gerais permanecem os mesmos no final do período, tendo como mudança sua ordem, Paraná, São Paulo, Santa Catarina, Rio Grande do Sul e Minas Gerais. Por fim, conclui-se que a manutenção da cadeia produtiva das aves é altamente dependente da capacidade de manutenção de ganho de todos os setores envolvidos. O principal gargalo econômico está na disputa pelas quotas de mercado, na relação preço - oferta/demanda e na capacidade de diminuir os custos de manutenção. O mercado vem crescendo e mesmo com a desaceleração econômica e eventual perda do poder de compra do consumidor, a globalização do mercado juntamente com acordos de comércio permitem que o setor mantenha-se aquecido e propenso à continuidade da produção.

**Palavras-chave:** avicultura, cadeias produtivas.

**Fonte financiadora:** CNPq/UNESC.

**Referências:**

SIDRA – Sistema IBGE de Recuperação Automática. Disponível em: <<http://www.sidra.ibge.gov.br/>>. Acesso em 05 de Setembro de 2016.

## Resumo de Pesquisa (concluído)

### **12853 - REDES E ALIANÇAS COMO ESTRATÉGIA ORGANIZACIONAL PARA COMPETITIVIDADE E DESENVOLVIMENTO DO SETOR DA CONSTRUÇÃO CIVIL CATARINENSE**

**Thiago Watanabe Furlan, Miguelangelo Gianezini, Fernando Marcos Garcia<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Grupo de Pesquisa em Estratégia, Competitividade e Desenvolvimento (GECOMD), Universidade do Extremo Sul Catarinense, Criciúma, Brasil.

O estudo de atividades da construção civil, desenvolvidas em regiões com economia diversificada, implica em maior complexidade, haja vista que a importância deste setor no processo de desenvolvimento socioeconômico local tem, em muitas regiões brasileiras, passado por organizações diferentes em porte, estratégia, conduta e objetivos, bem como seu relacionamento junto a diversos agentes (stakeholders). Partindo desse contexto foi desenvolvida uma pesquisa no âmbito das ciências sociais aplicadas, voltada à temática do desenvolvimento, estratégia e competitividade deste tipo de atividade. O intuito foi identificar as organizações construtoras e sua articulação entre congêneres, elaborando um esquema representativo deste contexto. Analisar o processo de desenvolvimento das mesmas, identificando os stakeholders responsáveis pelas redes e alianças estratégicas estabelecidas. Os dados foram reunidos a partir de contato com profissionais, por meio de artigos científicos na base de dados Google Scholar® (Google Inc.), bem como livros disponíveis na biblioteca da UNESCO. Os resultados preliminares foram apresentados em seminários do grupo de pesquisa Estratégia, Competitividade e Desenvolvimento, na linha Desenvolvimento, enquanto novo objeto de pesquisa complementando os estudos já realizados e ou em andamento. A partir do contato com os profissionais e da coleta, que incluiu publicações e documentos do mercado da construção civil, foram possíveis algumas constatações. A primeira diz respeito à natureza das empresas catarinenses. Em Santa Catarina há poucas construtoras de capital aberto, ou seja, Sociedades Anônimas (S.A.). No entanto, há presença de grandes corporações com matriz em outros estados e/ou países. Depois a segunda está associada ao porte médio e tradição do setor em Santa Catarina. E a terceira que diz respeito às próprias características competitivas do setor e do mercado. Diferente de outros ramos produtivos, onde pode haver maior propensão para criação de redes de colaboração, a construção civil (consultoras e incorporadoras) apresenta um cenário de maior concorrência em detrimento da colaboração. Correlacionando os objetivos da pesquisa e replicando uma técnica já utilizada para ilustrar os resultados, elaborou-se um *framework* identificando os principais *stakeholders*. Observou-se que diferente de outros ramos produtivos, onde pode haver maior propensão para criação de redes de colaboração, a construção civil (consultoras e incorporadoras) apresenta um cenário de maior concorrência em detrimento da colaboração. Contudo há em Santa Catarina um fenômeno recente de parcerias estratégicas de ocasião, como por exemplo compras conjuntas de insumos.

**Palavras-chave:** Dinâmicas Organizacionais, Construção Civil, Alianças comerciais, Santa Catarina.

**Fonte financiadora:** UNESCO/PIBIC/CNPq.



---

**Resumo de Pesquisa (concluído)**

**13117 - ANÁLISE DO COMPORTAMENTO DOS ÍNDICES ECONÔMICOS  
FINANCEIROS DE EMPRESAS QUE UTILIZAM DE RECUPERAÇÃO JUDICIAL**

**Gabriela Rovaris Daufenbach, Abel Correa de Souza<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Universidade do Extremo Sul Catarinense, Criciúma, Brasil.

As diversas crises econômicas enfrentadas pelas empresas atuais geralmente não conseguem ser sanadas apenas com uma diferente gestão e acabam precisando de apoio adicional. A lei nº 11.101/2005 de recuperação judicial e falência é um instrumento valioso para dar continuidade na empresa que passa por dificuldades. Sendo assim, o presente trabalho objetiva a análise do comportamento dos índices econômicos e financeiros de uma empresa que utiliza desta lei para poder reverter sua difícil situação econômica, tendo como base que o objetivo desta lei é viabilizar a superação desta crise. Neste sentido, foram analisados os balanços patrimoniais e as demonstrações de resultado do exercício de três empresas da região de Criciúma que utilizam de uma recuperação judicial. Foi utilizando o método qualitativo de análise documental e descritiva para uma análise do comportamento destes índices que este trabalho foi elaborado. Com a análise, pode-se concluir o aumento significativo dos índices econômico-financeiros das empresas, cumprindo assim o que preconiza a lei 11.101/2005 de recuperação judicial e falência, cujo propósito é contribuir para que as empresas naquela situação possam voltar a ter suas atividades normais com gestão própria.

**Palavras-chave:** índices econômico-financeiros, administração financeira, recuperação judicial.



## Resumo de Pesquisa (concluído)

### 13254 - PROCESSOS DE FUSÕES & AQUISIÇÕES (F&As): ANÁLISE DOS FATORES CRÍTICOS NO GERENCIAMENTO DA INTEGRAÇÃO

**Silvio Parodi Oliveira Camilo<sup>1</sup>; Vanessa Barletta Ughini<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Socioeconômico -PPGDS-UNESC.

<sup>2</sup>Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul - PUC/RS

Mudanças no cenário econômico mundial refletem desobstrução certas barreiras à internacionalização das empresas. A globalização trouxe aumento de competitividade, induzindo empresas a melhorarem seus níveis de produtividade para manter ou aumentar sua participação no mercado e garantir sua sustentabilidade econômica. Buscar diferenciais competitivos, visando melhores resultados e desempenho superior aos demais competidores se tornou um significativo desafio às empresas. De fato, há um novo cenário empresarial, com relevantes e constantes transformações. Neste contexto, uma das alternativas para contribuir com o crescimento, a sustentabilidade e a perpetuidade das organizações, num ambiente bastante competitivo é o emprego de mecanismos societários, como por exemplo estratégia por meio de Fusões & Aquisições, também conhecida como *Mergers & Acquisitions*. Este estudo tem por objetivo detectar pontos críticos em processos de Fusão & Aquisição. Dos dados, infere-se que o desafio às empresas que passam por este processo ocorre na fase de integração, pois ao envolver capital humano, gestão do intangível, encontro de diferentes culturas e a busca pela preservação de competências geradoras de valor, torna-se a mais determinante para o resultado da operação.

**Palavras-chave:** Operações Societárias; Fusões & Aquisições; Implicações nas F&As.



## Resumo de Pesquisa (concluído)

### **13455 - A GOVERNANÇA AO LONGO DA EVOLUÇÃO DO REGISTRO DA INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA DOS VALES DA UVA GOETHE: o papel da Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC**

**Vanessa Estevam, Guilherme Spiazzi dos Santos, Zeli Felisberto, Júlio Cesar Zilli, Ricardo Pieri, Adriana Carvalho Pinto Vieira**

Cada vez mais se tem imposto ao agronegócio brasileiro uma revisão completa de suas práticas e conceitos em decorrência da globalização. Não há mais espaço para entender a propriedade rural apenas como um modelo fornecedor de matéria prima, isolada. O agronegócio passou a ser encarado como um sistema, abrangendo desde a pesquisa, os insumos, tecnologias de produção, transporte, processamento, à distribuição, preço e consumidor final. O produtor rural precisa reconhecer-se dentro dessa complexidade (VIEIRA, WATANABE e BRUCH, 2012). Neste sentido, o reconhecimento de IG para um determinado território pode induzir a abertura e fortalecimento de atividades relacionadas à valorização do patrimônio, diversificação da oferta, às atividades turísticas, ampliando o número de beneficiários. Há a possibilidade de se criar sinergias entre os agentes locais, entre o produto ou serviço da IG e outras atividades de produção ou serviço. O presente estudo teve como objetivo apresentar a evolução da governança da ProGoethe e o papel da Universidade do Extremo Sul Catarinense (Unesc) neste contexto, onde verificou que há uma forte contribuição da pesquisa (instituições de pesquisa e universidades) na implementação e desenvolvimento da IPVUG. Diversos atores foram beneficiados no processo: os produtores envolvidos no processo da implementação da IG; outros produtores de uva e vinho e suco de uva; atores locais (ligados ao turismo/enoturismo); pesquisadores e técnicos cuja experiência é reconhecida nacionalmente (e internacionalmente). No entanto, ainda há a necessidade de um esforço maior de aproximação entre os diversos stakeholders (setor público, setor privado e sociedade) para que todos os envolvidos, bem como o território, possam usufruir dos possíveis benefícios que a IG permite. É necessário construir parcerias, que possam auxiliar no desenvolvimento estratégico da IG e receber apoio do setor governamental, a fim de que políticas públicas sejam elaboradas para maior apoio pós-concessão do registro da IG. E é a partir destas parcerias, que nos últimos anos, decorrente dos projetos de pesquisa e extensão do Grupo de Pesquisa – Propriedade Intelectual, Desenvolvimento e Inovação (PIDI), vinculado à Universidade do Extremo Sul Catarinense (UNESC) diversas pesquisas foram realizadas sob o tema dos Vales da Uva Goethe, propiciando uma visão holística da situação do desenvolvimento socioeconômico após a concessão do registro da IPVUG no INPI.



## Resumo de Relato de Ensino (concluído)

### 13527 - A PRÁTICA COMO ESTRATÉGIA DE ENSINO-APRENDIZAGEM

Almerinda Tereza Bianca Bez Batti Dias<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Projeto de Inovação Pedagógica – Edital 257/2015

O objetivo desta inovação pedagógica foi promover o aprendizado dos acadêmicos da quinta fase do curso de Gestão Comercial, na disciplina de Pesquisa de Mercado, a vivência da aplicação de uma pesquisa de mercado. Como objetivos específicos, tivemos: oportunizar aos acadêmicos a vivência da realização de uma pesquisa de mercado; elaborar e aplicar instrumentos de pesquisa: qualitativa – entrevista e grupo focal; quantitativa – *survey*; realizar pesquisa com dados secundários; escrever relatório empresarial apresentando os resultados das pesquisas de mercado realizadas. As atividades foram trabalhadas em consonância com a abordagem sócio-interacionista a qual entende o indivíduo como um ser ativo e de relações. A aplicação de pesquisa de mercado envolveu as seguintes etapas: *briefing* com o gestor do setor de Comunicação Integrada da Instituição. Com base nele, foi realizado o *design* da pesquisa e suas etapas. Nesse delineamento, foram definidos os objetivos geral e específicos, abordagem da pesquisa, bem como o universo e amostra de cada etapa. A primeira pesquisa aplicada foi a qualitativa, na qual os acadêmicos em conjunto com a docente elaboraram o roteiro de pesquisa, aplicação de entrevista e grupo focal, tratamento e análise dos dados qualitativos. Realizada esta etapa, os acadêmicos trabalharam na laboração e aplicação *survey*, tratamento estatístico para controle de frequência e análise dos dados quantitativos. Enquanto o questionário estava sendo respondido, os estudantes realizaram a pesquisa com dados secundários sobre os processos seletivos das universidades do Sistema Acafe. Cabe ressaltar que todos os acadêmicos realizaram todas as etapas das pesquisas. Realizadas as investigações e com relatórios parciais, os estudantes foram divididos em quatro grupos para a escritura final dos relatórios. Como resultados, podemos destacar que, no ponto de vista dos estudantes, a atividade foi muito extensa e requereu produzir, em algumas etapas, além do momento de sala de aula o que foi visto negativamente por eles. Na percepção da docente, o resultado foi bastante produtivo, no entanto é necessário repensar a atividade, mesmo que não viabilize a participação de todos os acadêmicos em todas as etapas do processo.

**Palavras-chave:** processo ensino-aprendizagem, pesquisa de mercado, metodologia ativa.

**Fonte financiadora:** UNESC



## Resumo de Pesquisa (concluído)

### 13858 - COMPARTILHAMENTO DO CONHECIMENTO E A COMPETITIVIDADE NAS PEQUENAS PROPRIEDADES RURAIS

Luciana Mandelli<sup>1</sup>, Cristina Keiko Yamaguchi<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Graduanda do Curso de Ciências Contábeis, Universidade do Extremo Sul Catarinense, Criciúma, Brasil.

<sup>2</sup>Docente do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Socioeconômico, Universidade do Extremo Sul Catarinense, Criciúma, Brasil

A nova economia baseada no conhecimento, ganhou maior relevância quando o ativo intangível passou a ser considerada um meio de competitividade nas organizações, sendo utilizado como ferramenta para equacionar os conflitos do desenvolvimento econômico e social. Nesse contexto, esta pesquisa objetivou avaliar o grau de compartilhamento de conhecimento nas pequenas propriedades da agricultura familiar. Os procedimentos metodológicos utilizados foram: busca sistemática, descritiva e bibliográfico, com abordagem qualitativa. As bases de dados pesquisados foram o *Spell*, *Scopus* e *ISI Web of Knowledge*. Para a busca na base de dados *Spell*, as palavras utilizadas foram sem aspas, enquanto que nas bases *Scopus* e *ISI Web of Knowledge* foram utilizadas aspas. Os termos pesquisados foram *Knowledge Sharing* que trata do compartilhamento do conhecimento e *knowledge management* que significa gestão do conhecimento. Em um segundo momento foi excluído os artigos que não tinham relação com o compartilhamento do conhecimento das pequenas propriedades rurais. No tema compartilhamento de conhecimento em propriedades rurais, foram encontrados 16 artigos e após leitura dos títulos e seus respectivos resumos, foram selecionados 5 artigos. No tema gestão do conhecimento em propriedades rurais foram encontrados 33 artigos e após leitura dos títulos e seus respectivos resumos, foram considerados 6 artigos. Foram considerados somente artigos que abordaram o termo compartilhamento do conhecimento e gestão do conhecimento em pequenas propriedades rurais ou propriedades rurais, os demais trabalhos foram excluídos para esta pesquisa. Os resultados mostram que a gestão do conhecimento nas pequenas propriedades rurais, contribuiu no desempenho da produtividade, proporcionou melhoria na qualidade de vida e sustentabilidade na propriedade rural. A comunicação, compartilhamento do conhecimento e respeito pela diversidade são fatores determinantes para o sucesso na mudança socioeconômica local. Desta forma, esta pesquisa corrobora com Souza (2007), quando afirma que o processo de criação do conhecimento ocorre com as diversas informações, como o principal propulsor da interação social. Observou-se que a principal fonte de conhecimento vem dos próprios membros da família, e o compartilhamento do conhecimento ocorre nas práticas diárias na propriedade rural. Outras formas de compartilhamento do conhecimento foram incluídas na rotina da agricultura familiar, com novas tecnologias de informação, como o telefone móvel, e-mail e a internet para compartilhar a experiência local e aprender uns com os outros nos momentos de descontração e nos encontros com técnicos de empresas técnicas e de pesquisa.

**Palavras-chave:** Compartilhamento do conhecimento. Pequenas propriedades rurais. Competitividade

**Fonte financiadora:** UNESC, FUMDES. GECOMD.



---

**Referências:**

SOUZA, Aldacilene Sobreira de Medeiros. 2007 Processo de compartilhamento de conhecimento Organizacional no TCE/PB à luz das teorias Sociotécnica e de criação de conhecimento. Disponível em <http://tede.biblioteca.ufpb.br:8080/bitstream/tede/3795/1/arquivototal.pdf> Acessado em 22.12.2015



## Resumo de Relato de Ensino (concluído)

### **14307 - CASO DE ENSINO SISTEMÁTICO E PROCESSUAL: TÉCNICA UTILIZADA NA DISCIPLINA DE PRÁTICAS GERENCIAIS EM FINANÇAS**

**Abel Corrêa de Souza<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Professor do Curso de Administração da UNESC

A disciplina Práticas Gerenciais em Finanças tem como principal característica municiar os participantes de técnicas e ferramentas que os auxiliem em seu processo de tomada de decisão. O maior propósito da disciplina é proporcionar métodos de trabalho que os habilitem a exercer a profissão tanto na condição de analista quanto na de gestor financeiro em qualquer tipo de organização, seja ela pública ou privada, pertencente a todo e qualquer tipo de segmento. Sabe-se que cada egresso tomará seu rumo em uma das grandes áreas da Administração. Entretanto, ter algum conhecimento de todas as áreas é algo desejável para que, como profissional, o egresso tenha visão sistêmica da organização, o que permitirá reconhecer o impacto que as decisões de todas as demais áreas causarão na área financeira. Neste sentido, foi desenvolvido o método do estudo de caso sistemático e processual que se caracteriza por passar por todos os passos relacionados com a área financeira, desde o momento da criação, com a integralização do capital social, até a realização das diversas operações que ocorrem no cotidiano das organizações. Trata-se de uma técnica que combina diversas outras, mas que tem sua singularidade caracterizada por considerar a evolução individual e grupal em relação a situação proposta em momento anterior. Para que o acadêmico esteja apto a exercer seu papel, tanto como analista quanto como gestor financeiro, o caso de ensino sistemático e processual, utilizado na disciplina Práticas Gerenciais em Finanças, tem-se mostrado ferramenta essencial para desenvolver as competências necessárias ao exercício profissional do administrador. São criados casos iniciando pelo momento que caracteriza a criação de uma nova empresa, passando pelo máximo possível de operações realizadas ao longo de um exercício financeiro e fiscal. Assim, o acadêmico estará apto a entender os efeitos causados por cada operação na estrutura financeira, patrimonial e econômica da empresa, bem como o impacto sobre o fluxo de caixa. Para atender seu propósito, as aulas são desenvolvidas em três momentos assim distribuídos: 1º momento – Leitura individual do texto proposto para a aula. É o momento em que cada acadêmico realiza a leitura do caso de ensino para a aula daquele dia para que tenha o entendimento da situação proposta. Os textos, que constituem cada parte do caso de ensino, são disponibilizados antes do dia da aula para permitir a leitura prévia. 2º momento – Exposição do professor sobre os tópicos que se relacionam com o conteúdo do caso a ser estudado. 3º momento – Discussão interna dos grupos de trabalho para apresentarem a solução para o caso de ensino proposto e postagem do material produzido no Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA). A técnica do caso de ensino sistemático e processual tem como principais benefícios para os acadêmicos, proporcionar a visão sistêmica de um empreendimento, desde o momento de sua criação, passando pelo conjunto operações que constituem a realidade empresarial, que incluem contratação de funcionários, compra e venda de mercadorias, tributos, investimentos, ampliação de mercado e suas consequências, empréstimos, enfim, o maior número possível de situações que provoquem mudanças na estrutura financeira, econômica e patrimonial, bem como no



fluxo de caixa. Os resultados mais evidentes podem ser constatados ao final do semestre, quando o aluno necessita fazer uma análise da situação financeira, econômica e patrimonial de uma empresa e propor medidas de saneamento ou de melhoria da situação, com base em elementos e conceitos desenvolvidos ao longo de sua graduação. A técnica do caso de ensino sistemático e processual desenvolve-se gradualmente e, a cada aula, são acrescentados mais conceitos e situações novas que devem considerar os conhecimentos anteriores como fator essencial para a solução daquela situação. Este cenário agregativo contribui para a retenção e a interpretação de conceitos e sua aplicação na solução de problemas. Vale ressaltar que esses conceitos já foram trabalhados em outras disciplinas no decorrer do curso de forma isolada e, agora, é necessário que o acadêmico reflita sobre os mesmos de forma aplicada à gestão de negócios. A técnica contribui para que o acadêmico desenvolva a visão sistêmica necessária ao administrador que terá de fazer análises, participar de negociações e tomar decisões. Assim, estará preparado para o exercício profissional utilizando as funções administrativas de planejar, organizar, dirigir e controlar.

**Palavras chave:** Caso de ensino, Práticas gerenciais, Visão sistêmica

**Referências:**

BERK, Jonathan; DEMARZO, Peter. **Finanças Empresariais**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

HOJI, Masakazu; SILVA, Hélio Alves da. **Planejamento e Controle Financeiro – Fundamentos e Casos Práticos de Orçamento Empresarial**. São Paulo: Atlas, 2009.

MATIAS, Alberto Borges. **Finanças Corporativas de Curto Prazo – A Gestão do Valor do Capital de Giro**. São Paulo: Atlas, 2014.

ROSS, Stephen A.; WESTERFIELD, Randolph W.; JAFFE, Jeffrey; Lamb, Roberto. **Administração Financeira**. Porto Alegre: AMGH, 2015.



## Resumo de Pesquisa (concluído)

### **14783 - MARKETING DE RELACIONAMENTO NO SETOR DE TELEFONIA MÓVEL: AVALIAÇÃO DA SATISFAÇÃO DOS ACADÊMICOS EM UMA UNIVERSIDADE COMUNITÁRIA**

**Érica Teodoro Varela<sup>1</sup>, Luciane de Carvalho Pereira<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Acadêmica do Curso de Administração Habilitação em Comércio Exterior – UNESC – E-mail:  
erica\_\_varela@hotmail.com,

<sup>2</sup>Mestre em Gestão de Negócios e Formação Profissional – UNESC - E-mail:lucidecarvalho@unescc.net

Marketing de Relacionamento é uma ferramenta utilizada para aproximar as empresas de seus clientes, de maneira que suas ações agradem e os satisfaçam, tornando-os fiéis. O estudo tem como objetivo analisar o nível de satisfação dos consumidores inseridos na Universidade do Extremo Sul Catarinense - UNESC em relação às ferramentas de marketing de relacionamento das principais operadoras de telefonia móvel. A metodologia utilizada foi a pesquisa bibliográfica e de campo, tendo como população alvo os acadêmicos. A análise dos dados foi qualitativa e quantitativa realizada a partir de centenas de pessoas que contribuíram com suas sugestões e opiniões a partir de um questionário contendo questões fechadas e abertas via *Google docs*. Foi possível verificar, que muitas empresas ainda não utilizam das ferramentas de Marketing de relacionamento a seu favor. Os dados da pesquisa demonstraram que as operadoras precisam melhorar o relacionamento com o cliente de modo que traga retorno positivo aos consumidores.

**Palavras-chave:** Marketing de Relacionamento. Clientes. Telefonia Móvel.



## Resumo de Pesquisa (concluído)

### 14790 - Análise do posicionamento mercadológico do Turismo gastronômico em Nova Veneza - Santa Catarina

Luciane de Carvalho Pereira<sup>1</sup>, Marcos Rossi da Costa<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Mestre em Gestão de Negócios e Formação Profissional, professora dos cursos de Administração de empresas, Engenharia da Produção e Gestão comercial, UNESC. E-mail: lucidecarvalho@unesc.net.

<sup>2</sup>Acadêmico, Administração de Empresas, UNESC. E-mail: rossi@unesc.net

O Turismo Gastronômico é um segmento do Turismo Cultural, reconhecido pelo Ministério do Turismo como um dos tipos de Turismo mais importantes para a valorização do patrimônio cultural. Atualmente, as empresas deste setor buscam cada vez mais atender o cliente de forma eficiente, agregando valor aos produtos e serviços prestados. Diante disso, este estudo objetiva analisar o posicionamento mercadológico do Turismo gastronômico de Nova Veneza – SC tendo como bases a teoria do Sistur (BENI, 1998). Com relação à metodologia utilizada, o trabalho caracterizou-se como uma pesquisa descritiva quanto aos fins de investigação e pesquisa bibliográfica e de campo, quanto aos meios de investigação. A população alvo foi delimitada por empresas prestadoras de serviços no ramo gastronômico localizadas no município de Nova Veneza ou muito próximas a ele. A análise dos dados foi essencialmente qualitativa. A pesquisa revelou que o setor no município necessita de melhorias quanto à organização e investimento. O posicionamento mercadológico encontra-se na fase de crescimento, pois existem investimentos nessa área, por parte do poder público e os empresários estão se aprimorando na prestação de serviços de qualidade e trazendo novas ideias para o setor. A importância da pesquisa denota conhecimento, levantamento de dados e de ações no Turismo Gastronômico envolvendo o Poder público, a iniciativa privada e a comunidade.

**Palavras-chave:** Turismo. Turismo Gastronômico. Turismo Cultural. Posicionamento Mercadológico.

**Referências:**

BENI, Mario Carlos. Análise estrutural do Turismo. São Paulo: Senac São Paulo, 1998. 427 p.



## Resumo de Pesquisa (concluído)

### **14846 - ANÁLISE DO PROCESSO LOGÍSTICO NO SEGMENTO SUPERMERCADISTA: ESTUDO EM UMA REDE DE SUPERMERCADOS**

**Paola Neitzke, Natália Martins Gonçalves<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Unidade Acadêmica de Ciências da Sociais Aplicada, Curso de Administração, Universidade do Extremo Sul Catarinense, Criciúma, Brasil.

O processo logístico de uma rede de supermercados é de uma admirável amplitude, abrange colaboradores e sistemas com tecnologia de ponta que fazem com que as etapas do processo sejam realizadas de forma integrada para que os produtos cheguem até o consumidor final no momento desejado. Diante disso, o estudo objetivou descrever as etapas do processo logístico de uma rede de supermercados desde o setor de compras passando pelo recebimento, expedição até chegar ao processo de abastecimento nas gôndolas. Metodologicamente a pesquisa caracteriza-se como descritiva bibliográfica e de campo. A população alvo foi delimitada por uma empresa do ramo supermercadista do estado de Santa Catarina, caracterizada por ser uma rede com 1 centro de distribuição e 14 lojas. O estudo caracteriza-se por coleta de dados primária e secundária com técnica de coleta de dados qualitativa. O instrumento de coleta de dados foram entrevistas com os gerentes e coordenadores de todos os setores que a logística abrange. A análise dos dados foi essencialmente qualitativa. A loja 05 da rede de supermercados estudada possui um fluxo de aproximadamente 4.000 clientes diariamente realizando suas compras; dispõe de um mix de aproximadamente 20.000 produtos que devem estar sempre bem expostos nas prateleiras evitando rupturas e clientes insatisfeitos. A evolução do varejo aumenta o nível de exigência dos clientes, exigindo que os líderes de loja juntamente com sua equipe devem ficar atentos e abastecerem as mercadorias constantemente. O processo de abastecimento nas gôndolas ocorre de acordo com as vendas dos produtos. Na loja 05 são 150 promotores responsáveis por seções de produtos, determinadas pelo supervisor de loja que divide as seções e encaminha as tarefas. Os pedidos das lojas são gerados através do sistema *Neogrid Distribution Requirements Planning* (DRP) é um software que permite o foco na distribuição interna e no gerenciamento dos estoques diretamente do centro de distribuição ou dos pontos de vendas, e em alguns setores como o de padaria e frios os pedidos são feitos pelos supervisores diretamente com os fornecedores via *Retail Management System* (RMS) é um software de gerenciamento de processos como mercadorias realizando desde o cadastro dos produtos, a formulação dos preços, a negociação com os fornecedores, até a compra e integração eletrônica (EDI) com as empresas produtoras. A distribuição de mercadorias nas lojas são realizadas de 4 (quatro) formas denominadas sistemáticas. A sistemática 1 (um) consiste na entrega de mercadorias partindo do centro de distribuição até as lojas, a sistemática 10 (dez) ocorre quando o CD realiza a compra da mercadoria e o fornecedor entrega nas lojas, ou seja, o fornecedor agenda a entrega do produto direto na loja sem precisar dirigir até o centro de distribuição, a sistemática 11 (onze) ocorre quando o centro de distribuição faz a compra das mercadorias, o fornecedor entrega estas mercadorias no mesmo, porém estas não são armazenadas, pois são enviadas as lojas no mesmo dia e a sistemática 20 (vinte) é quando a loja realiza a compra do produto e os mesmos são entregue direto na loja sem ir até o centro de distribuição. Verificou-se no presente estudo que a logística da empresa



evoluiu de acordo com as necessidades do mercado, atualmente a realização de todos os processos é por meio de sistemas integrados com os demais setores envolvidos obtendo como resultado a eficiência na realização dos processos e controles de toda cadeia de suprimentos, fazendo com que o produto chegue ao destino no tempo desejado, reduzindo os custos e o tempo.

**Palavras-chave:** Supermercados. Logística. Sistemas Integrados. Cadeia de suprimentos.