

# **1. Administração**

## SEGURO DE CARGA VIA TRANSPORTE MARÍTIMO NAS OPERAÇÕES LOGÍSTICAS DAS EMPRESAS IMPORTADORAS DE CRICIÚMA/SANTA CATARINA

MATIOLLA, E. C., ZILLI, J. C., TOÉ, R. D.

eny.cmt@hotmail.com, zilli42@hotmail.com, rda@unesc.net

*Palavras-chave: Seguro de Carga. Transporte Marítimo. Importação. Logística.*

### Introdução

Com o desenvolvimento das negociações internacionais entre mercados cada vez mais distantes, o seguro de carga via transporte marítimo surge como uma alternativa de proteção e garantia financeira aos compradores/vendedores em relação ao bem negociado. Assim, a contratação do seguro de carga necessita ser efetuada de forma integrada com os processos logísticos e com as coberturas contratadas pelas empresas. Desta forma, o presente estudo objetivou identificar as coberturas contratadas no seguro de carga via transporte marítimo pelas empresas importadoras de Criciúma - SC.

### Metodologia

Quanto aos fins à pesquisa enquadraram-se como descritiva e quanto aos meios de investigação caracterizou-se como bibliográfica e de campo. A população foi composta por 66 empresas importadoras da cidade de Criciúma/SC que mantiveram relacionamento comercial com o mercado externo no período de 01.01.2011 a 31.12.2011 de acordo com as informações disponíveis no Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC). A pesquisa enquadraram-se como amostragem não probabilística, uma vez que possuiu uma amostra de 8 empresas que participaram da pesquisa. Com uma abordagem qualitativa, utilizou-se um questionário enviado via e-mail aos gestores do departamento de importação no período de setembro a outubro de 2012. O questionário foi estruturado contemplando a logística de transporte e o seguro de carga na importação.

### Resultados e Discussão

Com relação à logística de transporte na importação, observou-se que das oito empresas pesquisadas, três importam até 10% das suas compras, duas de 11 a 20% e 31 a 40% respectivamente e uma empresa de 41% a 50%. O

modal mais utilizado é o marítimo, sendo que dos produtos importados destacam-se os insumos, matéria-prima, peças e máquinas, na sua maioria oriundas da China. Para o modal marítimo utiliza-se com maior frequência o porto de Itajaí-SC. Mais da metade das empresas contratam o seguro de carga em todas as suas transações de importação, e apenas UMA não utiliza o mesmo corretor e/ou seguradora. Todas as empresas possuem conhecimento sobre a vigência do seguro e as operações das coberturas. O início e o fim dos riscos nas operações possuem validade depois de especificado em apólice e que não há limite máximo por acúmulo em local de armazenagem e de container armazenado e que o âmbito geográfico não é determinado em cada operação. As coberturas mais contratadas são: Cobertura total; Básica Ampla A; Básica Restrita C e Cobertura Adicional. Com relação ao pagamento do prêmio, o mesmo dá-se por embarque ou por fechamento mensal, o qual é feito o pagamento uma vez ao mês. As empresas seguradoras não impõem medidas obrigatórias para o gerenciamento dos riscos em relação ao tratamento com os bens segurados. Após o sinistro com relação aos salvados, o bem irá para o importador e decidirão junto a Cia. sobre o aproveitamento ou não do salvado; ou a seguradora é contatada e aguardam orientação; ou ainda que o reembolso seja para o importador.

### Conclusão

As coberturas total, básica ampla A, restrita C e adicionais são contratadas com frequência para importação via modal marítimo, com a utilização do mesmo corretor de seguros. Essa prática traz maior comodidade para as empresas, visto que o corretor, por já ter conhecimento dos produtos importados, passa confiança pelos serviços prestados. Constatou-se carência de conhecimento por parte dos profissionais das empresas em estudo e que os mesmos poderiam ser treinados periodicamente para atualizarem seus conhecimentos no seguro de carga, tendo em vista que este é um setor que sofre atualizações constantes

## **Referências Bibliográficas**

BALLOU, R.H. Logística empresarial: transportes, administração de materiais e distribuição física. São Paulo: Atlas, 1995.

FUNDAÇÃO ESCOLA NACIONAL DE SEGURO. Seguros de transportes e de responsabilidade civil do transportador. 9 ed. Rio de Janeiro, 2012.

## Oral - Pesquisa

## Administração

**A GESTÃO PORTUÁRIA NA MOVIMENTAÇÃO DE CARGAS CONTEINERIZADAS DE IMPORTAÇÃO VIA PORTO DE SÃO FRANCISCO DO SUL – SANTA CATARINA**

JUNKES, A. R., ZILLI, J. C.

andy\_junkes@hotmail.com, zilli42@hotmail.com

Palavras-chave: Sistema Portuário; Gestão Portuária; Porto de São Francisco do Sul.

**Introdução**

Com o desenvolvimento das estruturas portuárias no Brasil, principalmente a partir da Lei de Modernização dos Portos 8630/93, fez com que as estruturas públicas e privadas buscassem novas formas de gestão. O volume de importações no Brasil por meio de cargas contêinerizadas aumenta a cada ano, sendo necessária uma gestão rápida e eficiente, para agregar competitividade à estrutura portuária. Neste sentido, o presente estudo objetivou identificar a gestão portuária na movimentação de cargas contêinerizadas de importação via porto de São Francisco do Sul – Santa Catarina.

**Metodologia**

Quanto aos fins à pesquisa enquadrou-se como descritiva e quanto aos meios de investigação caracterizou-se como bibliográfica e de campo. A pesquisa de campo se aplica à pesquisa, tendo em vista que para o seu desenvolvimento, efetuou-se uma visita in loco no porto de São Francisco do Sul e Autoridade Portuária, com o objetivo de identificar os processos utilizados nas movimentações de mercadorias contêinerizadas. Quanto à técnica de coleta de dados utilizou-se a modalidade de pesquisa qualitativa, por meio de uma entrevista em profundidade efetuada no mês de junho de 2013 junto ao diretor logístico do porto em estudo. Durante a entrevista, utilizou-se um roteiro semiestruturado, contemplando o processo de gestão administrativa, bem como a gestão operacional das cargas contêinerizadas na importação e os projetos e investimentos em infraestrutura programados para o porto.

**Resultados e Discussão**

Observou-se que o porto encontra-se administrado pelo governo do Estado de Santa Catarina por intermédio de uma autarquia estadual, sendo que esta concessão foi prorrogada até setembro de 2013 e após este período o porto deve tornar-se uma empresa de economia mista ou empresa

pública. O porto opera com um calado de 14 metros, com estrutura para receber navios de até 300 metros, porém esta estrutura não é adequada para receber navios de grande porte, sendo necessário investimentos para dragagem da baía e também na estrutura portuária. A operação para carga e descarga de navios pode ser considerada lenta, fazendo seu line-up girar em torno de 14 dias em períodos normais. As estruturas portuárias para armazenagem e movimentação de contêineres merecem atenção, uma vez que sofrem com a falta de espaço físico. No último ano, o porto perdeu 37% do volume de cargas contêinerizadas em função da construção dos portos de Navegantes/Itapoá, a crise europeia e os joints entre armadores. Está em fase de término a construção de um novo berço e existem projetos para a construção de mais três berços para navios de grande porte. O gargalo do porto de São Francisco do Sul continua sendo a BR-280, ainda não duplicada.

**Conclusão**

Sugere-se que a gestão do porto reavalie o processo logístico das cargas contêinerizadas, especialmente as de importação, de modo que utilize os recursos disponíveis para ampliar e melhorar o espaço e o processo que utiliza para cargas contêinerizadas. O porto está perdendo cargas para portos relativamente novos no mercado, mas que oferecem melhores estruturas para movimentação e armazenagem de contêineres. Com o estudo finalizado, abrem-se possibilidades de elaboração de novas pesquisas no porto de São Francisco do Sul - SC, como o estudo do impacto do modal ferroviário no desempenho logístico e operacional, analisar a forma de movimentação de grãos no complexo portuário e analisar a relação logística do terminal TESC com o porto.

**Referências Bibliográficas**

GOLDBERG, D.J.K. Regulação do setor portuário no Brasil: análise do novo modelo de concessão de portos organizados. 2009, 226 f. Dissertação

(Mestre em engenharia naval e oceânica). Área da concentração: engenharia naval e oceânica ? Universidade de São Paulo, São Paulo. Disponível em: Acesso em: 17 set. 2012.

VIANNA, E.O. Modelo de gestão e automação dos portos brasileiros. 2009, 352 p. Tese (doutor em engenharia). Área de concentração: Engenharia de energia e automação elétrica. Universidade de São Paulo ? São Paulo.

## Oral - Pesquisa

## Administração

**GESTÃO PORTUÁRIA: UM ESTUDO DA COMPETITIVIDADE DO PORTO DE IMBITUBA PERANTE O MODELO APRESENTADO PELO BANCO MUNDIAL (PORT REFORM TOOLKIT – MODULE 6 – PORT REGULATION) DE 2007**

SILVA, A., ZILLI, J. C., TOÉ, R. D.

*andrei\_.silva@hotmail.com, zilli42@hotmail.com, rda@unesc.net**Palavras-chave: Gestão Portuária. Competitividade. Porto de Imbituba***Introdução**

A forma de administração dos portos, seja pública ou privada, bem como a estrutura portuária necessitam estar em sintonia com o mercado interno e internacional, uma vez que a competitividade e a redução de custos tornaram-se fatores essenciais para o sucesso de qualquer negócio. Desta forma, o objetivo do presente estudo foi analisar o modelo de gestão e competitividade do porto de Imbituba perante o modelo apresentado pelo Banco Mundial (Port Reform Toolkit – module 6 – Port Regulation) de 2007.

indicadores, possibilitando a tomada de decisões rápidas e ações corretivas.

Com ênfase para o desempenho tarifário, o porto tem analisado suas taxas e os valores praticados no setor portuário, sendo que primeiramente é feita uma análise nos custos para depois analisar com a concorrência. Partindo para o desempenho financeiro, não se teve acesso a nenhum documento do porto referente a desempenho financeiro. Porém, identificou-se que o porto não tem enfrentado nenhum problema em seu desempenho financeiro.

**Metodologia**

A pesquisa enquadrou-se quanto aos fins como descritiva e quanto aos meios de investigação como bibliográfica, documental e de campo. Para a coleta de dados utilizou-se a técnica qualitativa, por intermédio de uma entrevista junto ao superintendente do porto em estudo, com o auxílio de um roteiro semiestruturado, contemplando o desempenho de transporte, operacional, tarifário e financeiro.

**Conclusão**

Com a nova gestão, os investimentos programados, a possibilidade de receber navios de grande porte, o aumento de linhas para outros mercados nacionais e internacionais e o aumento na movimentação de cargas, fatores estes que contribuirão para aumentar ainda mais a competitividade do porto de Imbituba, destacando os seus aspectos naturais e facilidade de acesso para atrair novos clientes.

**Resultados e Discussão**

Ao efetuar a avaliação proposta pelo Banco Mundial (2007), destaca-se com relação ao desempenho de transporte que o porto de Imbituba conta com a Ferrovia Teresa Cristina, ferrovia esta que precisa ser ampliada e modernizada. O porto conta com uma baía de navegação profunda, não necessitando de intensa dragagem podendo receber navios de grande porte, porém necessita incrementar a oferta de armadores e a linhas oferecidas.

Para que haja um melhor acompanhamento no desempenho operacional, estão sendo providenciados novos equipamentos e será instalado um sistema gerenciador por meio de

**Referências Bibliográficas**

CDIPOINT. Porto de Imbituba: História. Disponível em: . Acesso em: 29 mar. 2013.

CRESWELL, John W. Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto. 2 Porto Alegre: Artmed, 2007.

WORLD BANK. World Bank Port Reform Toolkit, Port Regulation Module 6. (2007). Disponível em: . Acesso em: 31 mar. 2013.

## DIAGNÓSTICO DO PODER E CLIMA EM EMPRESA

AZEREDO, J. L., SILVA, I.

*jeferson@unesc.net, kaliu@engeplus.com.br*

*Palavras-chave: Bem-estar; Motivação; Clima Organizacional*

### Introdução

Considerando que, o convívio diário, se resume dentro da organização onde se trabalha, é preciso que este espaço ofereça condições para termos qualidade de vida quando se desenvolve as atividades profissionais. As pessoas estão sempre em busca de harmonia e bem-estar umas com as outras, e dentro de uma organização a cooperação e colaboração entre estas pessoas é fundamental para o sucesso organizacional.

O presente trabalho tem como estudo o clima organizacional da empresa, localizada na região de Urussanga-SC, analisando as condições necessárias e já utilizadas para que se possa obter dos colaboradores o apoio de que necessita para o crescimento e desenvolvimento organizacional.

### Metodologia

O presente estudo qualitativo, ficou dividido em 4 etapas, a primeira com levantamento bibliográfico da área sobre o clima e poder organizacional, bem como a Ergonomia, a Segurança, o Stress e o Desconforto; a segunda, a caracterização do ambiente de pesquisa, a população alvo do estudo, o instrumento de coletas de dados; a terceira, as análises das entrevistas, que foi estruturada em categorias, onde avalia-se: Reconhecimento Profissional, Bem Estar, Relações Pessoais e Desenvolvimento na Empresa; e a quarta etapa, a conclusão com as relações de conceitos e material das entrevistas.

### Resultados e Discussão

O resultado da pesquisa deu uma amostra, de muito satisfeitos no setor de trabalho, porém falta afinidades com os colegas, maior autonomia para propor melhorias tanto para a empresa, como na qualidade do trabalho. Tendo em vista que a comunicação para os procedimentos de trabalho e interna ainda não são adequadas para a execução dos mesmos. Destaca-se a necessidade de melhora de relacionamento com o gerente e colaboradores.

Destaca-se abaixo as sugestões melhorar ainda mais o relacionando entre gerentes e colaboradores.

- Maior integração entre os departamentos,
- Administração mais participativa,
- Proporcionar cursos de capacitação aos funcionários,
- Melhorar as ferramentas na comunicação interna.

A empresa diante do resultado da pesquisa, sentiu-se motivada para melhorar o ambiente interno, proporcionando dessa forma, prestação de serviços de melhor qualidade podendo se destacar no mercado consumidor da região.

### Conclusão

Sentir-se bem no trabalho é dizer que se tem prazer no trabalho quando se constrói uma identidade pessoal, centrada nos sentimentos de liberdade e realização. Alguns fatores contribuem para que isso aconteça e estão relacionados à uma organização flexível, que proporciona liberdade, autonomia e participação, que permita o uso da criatividade e da aprendizagem, além de promover relações gratificantes, sentimento de utilidade e produtividade, que têm o reconhecimento do trabalho pelos colaboradores e por quem a gerencia.

Com as mudanças econômicas, sociais, culturais e tecnológicas as empresas estão sentindo a necessidade de integrar setores, rever atitudes, valores e comprometer seus funcionários a fim de conquistar vantagens competitivas e disseminar por toda a organização a noção e o valor que uma boa comunicação tem para a empresa e entre colaboradores.

As empresas cada vez mais, terão de possuir equipes de trabalho dinâmicas e motivadas, prontas para responder às exigências e necessidades dos

clientes, bem como enfrentar as ofensivas de uma concorrência cada vez mais agressiva. Dessa forma há de se convir que, o melhor caminho para isso, é valorizando o funcionário, atendendo suas exigências, mas principalmente que haja a troca de informações, de conquistas, beneficiando ambas as partes.

### **Referências Bibliográficas**

BERGAMINI Cecília W.. Motivações nas organizações. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 1997.

BUONO, Anthony F; BOWDITCH, James L. Elementos de Comportamento Organizacional. São Paulo: Pioneira, 1992.

CHIAVENATO, Idalberto. Comportamento Organizacional: A Dinâmica do Sucesso das Organizações. 2. ed. Rio de Janeiro, RJ: Elsevier, 2004

LUZ, Ricardo. Gestão do clima organizacional. Rio de Janeiro: Qualitymark.2003.

SOUZA, E. Clima e cultura organizacional: como se manifestam e como se manejam. São Paulo: Edgard Blucher, 1978.

## Oral - Pesquisa

## Administração

**ESTUDO DA PRODUÇÃO DE ARROZ SOB ÓTICA DO USO E MUDANÇA DO USO DA TERRA**

WATANABE, M., OLSSON, I. M.

*melissawatanabe@unesco.net, igor.olsson@hotmail.com**Palavras-chave: Cadeia Produtiva do Arroz. Uso da terra. Mudança do Uso da Terra.***Introdução**

O estudo do uso da terra pode ser observada como as escolhas de áreas para produção de um determinado tipo de cultura vegetal a ser aplicada em um local, através da análises biofísicas e socioeconômicas. O presente artigo estuda o uso e mudança do uso da terra tendo como foco a produção de arroz nos estados de Santa Catarina e Rio Grande do Sul.

**Metodologia**

O presente trabalho apresenta-se como pesquisa documental bibliográfica e com fontes secundárias. Para a obtenção dos valores apresentados, foram utilizadas equações matemáticas, uma voltada para o cálculo da participação do(s) estado(s) em relação a produção ou área total nacional do cultivo do arroz e outra para obtenção da média da produção e área utilizada por cidade nos estados estudados.

**Resultados e Discussão**

O arroz apresentou um salto de produção passando de 7.420 mil toneladas em 1990 para 11.235 mil toneladas em 2010. Sendo Santa Catarina e Rio Grande do Sul os estados com maior produção no Brasil somando em 2010, cerca de 70,45% da produção nacional (IBGE, 2013). Em 1990 o país contava com 4.158 mil hectares de plantação de arroz, chegando a 4.420 mil hectares em 1995 e finalizando o período de análise com 2.778 mil hectares no ano de 2010. Os dados relativos a produção e área no ano de 2010 para o estado do RS demonstram que este possui uma relação de, aproximadamente, 6,25 mil toneladas para cada 1 mil hectare. Já Santa Catarina conta, no mesmo ano, com uma relação de, aproximadamente, 6,95 mil toneladas para cada 1 mil hectare. A análise da relação da área plantada com a área total disponível da cidade, observa-se que as cidades do oeste catarinense, em regra, não possuem mais de 5% de sua área total utilizada para o cultivo. Enquanto na região leste, algumas cidades marcam

porcentagens maiores do que 20% de sua área ocupada com o plantio de arroz. Os dados dos cartogramas criados, demonstram o deslocamento dos cultivos em direção ao leste de SC, no período de 1990 – 2010. O Rio Grande do Sul, demonstra homogeneidade na distribuição dos cultivos ao longo do tempo já citado.

**Conclusão**

O estudo do uso da terra demonstra a capacidade obtida pelos melhoramentos, por meio dos quais são possíveis dados que demonstram cada vez mais uma maior produção em um menor espaço plantado. Estabelece-se então que, partindo de uma necessidade e do entendimento da finitude de áreas, ações que visam entender as relações de área e sua produção contribuem largamente para o entendimento das mudanças do uso da terra que já ocorreram e auxiliam em novas tomadas de decisões que possam mudar todo um âmbito social, ambiental e econômico.

**Referências Bibliográficas**

- BRAIMOH, A. K. Agricultural land-use change during economic reforms in Ghana. *Land Use Policy*, v 26, p 763-771, 2009.
- BORÉM, A et al. *Melhoramento de Espécies Cultivadas*. 2. ed. Viçosa, UFV, 2005.
- CANTRELL, R. The Rice Genome – The Cereal of The Worlds Poor Takes Center Stage. *Science*, New York, V. 296, n.5565, p. 53, 5 Apr. 2002.
- DALON. Dalon Alimentos LTDA. Turvo, SC. Acesso em: 20 Out de 2012. Disponível em: [www.dalon.com.br](http://www.dalon.com.br)
- IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Sidra. Disponível em: [www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br) Acesso em: 03 Fev de 2013.

LAMBIN, E. F.; GEIST, H. J.; LEPERS, E. Dynamics of land-use and land-cover change in tropical regions. *Annual Review of Environment and Resources*, California, v. 28, p. 205-241, 2003.

LIN, G. C. S.; HO, S. P. S. China's land resources and land-use change: insights from the 1996 land survey. *Land Use Policy*, v. 20, p 87-107, 2003.

MUELLER, N. D.; GERBER, J. S.; JOHNSTON, M.; RAY, D. K.; RAMANKUTTY, N.; FOLEY, J. A. Closing yield gaps through nutrient and water management.p 254–257,2012.

WATANABE, M. O Uso da Terra na Agricultura do Estado do Paraná, Brasil.2009. Tese (Doutorado em Agronegócios) – Programa de Pós-Graduação em Agronegócios, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009.

YOU, L.; SPOOR, M.; ULIMWENGU, J.; ZHANG, S. Land use change and environmental stress of wheat rice and corn production in China.China EconomicReview, v 22, n. 4, p 461-473, 2011

### **Fonte Financiadora**

Programa de Iniciação Científica – PIBIC / UNESC.

## ESTILO DE LIDERANÇA DOS SERVIDORES QUE OCUPAM CARGO DE CHEFIA NO FÓRUM DA COMARCA DE ARARANGUÁ/SC

PEREIRA, D. F.

*dani.pereira16@hotmail.com*

*Palavras-chave: Líder, Liderança, Estilos de liderança*

### Introdução

O estudo da liderança nos últimos anos no Brasil tem por objetivo enfatizar as relações da liderança e os fatores organizacionais, correlacionando-os com aspectos importantes na gestão eficiente da empresa (ALMEIDA, 2008; PEREIRA, 2011; SILVA, 2012; FONSECA, 2012), assim como por exemplo a relação entre liderança e cultura organizacional (MERHI, 2010; MEDEIROS, 2013), a visão dos liderados sobre liderança e o que a mesma influencia no bem estar no trabalho (ARAÚJO, 2011; GOSENDO, 2012) e processo de gestão do conhecimento e aprendizagem dentro da organização (GUIMARÃES, 2008; GIRARDI, 2011).

### Metodologia

Com base no objetivo de estudo, foi adotada a linha de pesquisa . Quanto aos meios de investigação, a pesquisa é caracterizada como de campo e bibliográfica pois permite ao pesquisador e ao leitor uma interação sobre o que os autores e pesquisadores já estudaram, permitindo que um novo trabalho de pesquisa encontre fundamentação (LAKATOS; MARCONI, 1995).

A abordagem da pesquisa será qualitativa e Para a coleta de dados foi utilizado como ferramenta o questionário eletrônico, Sobre a população optou-se por fazer um senso, logo foi encaminhado o questionário eletrônico a todos os servidores que ocupam cargo de chefia no fórum da comarca de Araranguá.

### Resultados e Discussão

Sobre o estilo de liderança, a análise das variáveis demonstrou que existe uma divergência entre homens em mulheres, como dito anteriormente a explicação desta variável está apoiada em uma pesquisa realizada entre as executivas brasileiras, demonstrando assim que homens e mulheres embora tenham de forma geral a mesma visão, em alguns aspectos possuem visões diferentes, o que

pode se tornar benéfico para empresa, pois diante das diversas situações que o gerente passa no dia-a-dia, este ponto de vista oposto pode trazer soluções inovadoras e eficazes para a organização.

Ainda discutindo sobre as situações propostas para o servidor com o intuito de identificar seu estilo de liderança, a pesquisa apresentou uma variável interessante, pois de acordo com as questões propostas, o servidor público trabalha mesmo que de forma inconsciente, a liderança situacional, que de acordo com Hersey e Blanchard (1986), variáveis como características dos liderados e da situação definem a forma de liderar. O estudo apontou que em situações determinadas, o servidor pode ser autocrático, democrático ou liberal, logo este método pode ser eficiente para o líder e a organização, pois demonstra que o líder não é resistente a mudança e que se adapta de acordo com os cenários que a ele são apresentados.

No entanto o estilo democrático foi predominante diante dos questionamentos, pois de acordo com Nogueira (2005) o líder neste estilo é atuante, consultivo e exerce o papel de orientador, desta forma o ambiente de trabalho se torna propício para a formação de amizades e relacionamentos cordiais. Os resultados da pesquisa apresentaram tais características, como orientação das atividades a serem realizadas, e que de acordo com o líder o relacionamento é caracterizado como ótimo, encontrando assim respaldo na teoria da liderança democrática.

### Conclusão

Com os resultados da pesquisa foi possível compreender que o servidor público já apresenta características de liderança, e vem desenvolvendo as habilidades necessárias para liderar sua equipe. Desta forma considerando os aspectos levantados e analisados ficou evidente que os servidores que ocupam cargo de chefia no fórum da comarca de Araranguá, possuem um estilo de liderança democrático.

## Referências Bibliográficas

HERSEY, P.; BLANCHARD, K. Psicologia para administradores: A teoria e as técnicas da liderança situacional. São Paulo. EPU, 1986.

MERHI, D. Q.; VASCONCELOS, K. A.; LOPES, V. M. G.; SILVA, A. R. L. Cultura, poder e liderança nas organizações: Um estudo de caso no setor de celulose. REAd. Revista Eletrônica de Administração, v. 16, n. 3, p. 1-1, 2010. Disponível em:

<<http://www.spell.org.br/documentos/ver/1545/cultura-poder-e-lideranca-nas-organizacoes-um-estudo-de-caso-no-setor-de-celulose>>. Acesso em: abril de 2013.

## Poster - Pesquisa

## Administração

**ESTUDO DO COMÉRCIO EXTERIOR BRASILEIRO DE SERVIÇOS: DE 1990 A 2012**

SILVA, D. J., SOUZA, I. R.

duanjader@hotmail.com, izabel@unesco.net

*Palavras-chave: comércio exterior, exportação de serviços, siscoserv***Introdução**

O presente artigo apresenta um estudo sobre o comércio exterior brasileiro de serviços no período de 1990 a 2012. Período este, condizente com grandes mudanças para a economia brasileira, dentre as quais, o setor de comércio exterior de serviços emerge como o mais proeminente setor, gerador de inovações e propulsor do crescimento e desenvolvimento da economia brasileira. Com a abertura comercial, que se deu em maior relevância a partir da década de 1990, houve importantes consequências que implicaram em mudanças no mercado nacional, os efeitos ocasionados pela inserção do Brasil no competitivo mercado internacional não foram inicialmente satisfatórios.

**Metodologia**

A metodologia utiliza neste trabalho é caracterizada como descritiva e exploratória, devido à busca e exploração de dados secundários em bases de dados disponibilizados por órgãos oficiais brasileiros e internacionais, como o Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), e Conferência das Nações Unidas Sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD)

**Resultados e Discussão**

CONCLUI-SE QUE Entre os anos de 2011 e 2012 o comércio de exportação de serviços brasileiros, obteve uma alta de 4,6% em seu desempenho, quando a média mundial foi de apenas 1,6%, em igual período. Entretanto, pode-se constatar também, que o país não só cresceu em receitas de serviços como obteve consideráveis avanços em suas despesas de serviços, tendo aumentado sua participação em 6,5% referente às importações de serviços entre o período de 2011 e 2012. Com isso, é de se destacar que a balança comercial brasileira é deficitária neste tipo de comércio. Na análise das principais contas de serviços, constatou-se que o país, diferentemente do que se imaginava, não

possui seus gargalos ligados diretamente a serviços com baixo desempenho tecnológico, como é o caso dos transportes, que necessitam de uma boa infraestrutura para que suas atividades sejam melhores desenvolvidas

**Conclusão**

Por fim, faz-se evidencia os principais destinos e aquisição de serviços brasileiros no mercado internacional, com o intuito de apresentar os principais parceiros comerciais neste tipo de comércio. Não obstante, destaca-se que o país conta com poucas opções comerciais no mercado mundial de serviços, necessitando aprimorar-se na prospecção de novos parceiros. Uma vez que, os mecanismos de desenvolvimento dos setores econômicos ficam em maior cargo do governo brasileiro, cabe a este fornecer subsídios para que novos campos de produção cresçam e evoluam, ganhando visibilidade e competitividade fora do país, para a criação de políticas públicas bem estruturadas, assim como, o desenvolvimento de ferramentas facilitadoras para avanço no mercado internacional de serviços são ações relevantes para o progresso.

**Referências Bibliográficas**

CAMPOS, Antonio. Comércio Internacional. São Paulo: Aduaneiras, 1990. 292 p.

COELHO, Álvaro Drummond. Comércio Internacional de Serviços. Disponível em: . Acesso em: 01 maio 2013.

HORTA, M.H; SOUZA, C.F; WADDINGTON, S.C. Desempenho do setor de serviços Brasileiro no mercado internacional. Texto para discussão. n, 600. Rio de Janeiro: IPEA, 1998.

KON, Anita. A internacionalização de Serviços. Revista de Administração de Empresas, São Paulo, v. 39, n. 1, p.42-54, jan./mar. 1999.

KON, Anita. Economia de serviços: Teoria e evolução no Brasil. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004. 269 p.

## ESTUDO DA VIABILIDADE COMERCIAL DE CRIAÇÃO DE LOJA VIRTUAL PARA EXPORTAÇÃO DE BIJUTERIAS PARA EDIMBURGO, ESCÓCIA

RODRIGUES, G. F., SOUZA, I. R.

*grazy-ferreira@hotmail.com, izabel@unesc.net*

*Palavras-chave: Loja virtual, Exportação, Bijuteria, Exporta Fácil.*

### Introdução

O cenário atual encontra-se amplamente globalizado e para a sobrevivência das pequenas empresas, torna-se essencial a utilização de ferramentas que as mantenham competitivas no mercado. O aumento das transações comerciais impulsionou a expansão do comércio eletrônico mundial. Muitas empresas estão conquistando o mercado internacional e ganhando credibilidade no mercado interno com o auxílio da tecnologia da internet. Conforme dados do E-bit (2012), o faturamento das vendas online do Brasil em 2010 representou R\$ 14,8 bilhões, crescendo para R\$ 18,7 bilhões em 2011. O faturamento no ano de 2012, publicado pela Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (2012), foi de R\$ 22,5 bilhões. O presente estudo teve como objetivo, avaliar a viabilidade comercial de criação de loja virtual para exportação de bijuterias para Edimburgo, Escócia. Visto que o sistema de logística internacional atua principalmente na distribuição de volumes significativos de bens, este trabalho propõe ainda, a socialização do sistema Exporta Fácil dos Correios como facilitador da exportação de pequenos volumes.

### Metodologia

A metodologia referente aos fins da pesquisa caracteriza-se como descritiva e aplicada. Quanto aos meios de investigação, caracteriza-se como bibliográfica e de campo. A pesquisa bibliográfica abrangeu os principais temas em estudo, afim de fornecer embasamento à pesquisa aplicada. A população-alvo em estudo é constituída por mulheres residentes em Edimburgo que realizam compras online. De acordo com Mattar (2007), A pesquisa obteve dados científicos oriundos de dados primários, coletados no período de 17/04/13 a 15/05/13, em Edimburgo/Escócia. Os dados foram obtidos por meio da técnica quantitativa, utilizando a aplicação do questionário como instrumento de coleta

### Resultados e Discussão

Com a pesquisa foi possível conhecer o perfil da população-alvo, seus hábitos de consumo e identificar possíveis importadores de bijuteria artesanal. A população apresenta faixa etária mais avançada e alta frequência mensal de compra online, que são realizadas principalmente em casa e no trabalho. O computador representa o aparelho mais utilizado na compra virtual, mas há grande crescimento no uso de dispositivos móveis. Entre as entrevistadas, 46% investem no mínimo 5 horas mensais realizando compras pela internet. Produtos nacionais e importados são adquiridos e 51% das entrevistadas consomem no mínimo £100 por mês. O consumo mensal em bijuteria em Edimburgo é relativamente baixo, mas investimento no Reino Unido é superior à média da União Europeia. Em relação aos fatores mais relevantes em lojas virtuais, destacam-se principalmente a facilidade de navegação na loja, originalidade do produto e preço justo. A principal ferramenta direcionadora para loja virtual são os sites de busca na internet. Facebook é a rede social mais influenciadora, mas parte das entrevistadas não possuem perfil. Em relação a decisão de compra de bijuteria artesanal por meio de loja virtual, a maioria das entrevistadas compraria bijuterias brasileiras

### Conclusão

Os dados obtidos permitem concluir que é comercialmente viável a utilização da ferramenta da internet e o sistema Exporta Fácil para a exportação de bijuterias para Edimburgo/Escócia, se forem utilizados o conhecimento do mercado e da população-alvo obtidos para a inserção internacional bem sucedida. Após a experiência adquirida no mercado de Edimburgo, pode-se expandir o foco para outros mercados internacionais.

### Referências Bibliográficas

ALICEWEB. Disponível em: <<http://aliceweb2.mdic.gov.br>> Acesso em: 20 ago. 2012.

AL-INVEST. Análise do setor de joias e bijuterias no Reino Unido. Disponível em: <[http://www.al-invest4.eu/minisite/joyeria\\_port/uk/uk1.html](http://www.al-invest4.eu/minisite/joyeria_port/uk/uk1.html)> Acesso em: 29 maio 2013.

E-BIT. Disponível em: <<http://www.ebitempresa.com.br>>. Acesso em: 27 ago. 2012

MATTAR, Fauze Najib. Pesquisa de marketing. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

## Poster - Pesquisa

## Administração

**EX-TARIFÁRIO: UMA VANTAGEM NA IMPORTAÇÃO DE MÁQUINAS**

ABEL, J. R., SOUZA, I. R.

*josias\_joy@hotmail.com, izabel@unesc.net**Palavras-chave: importação, ex-tarifários***Introdução**

Quando uma organização se vê em uma situação aonde ela precisa melhorar seu desempenho, competitividade e produtividade ao mesmo tempo, pois seus concorrentes estão ocupando o seu espaço no mercado, tanto nacional como internacional. Essa organização precisa agir rápido, pois o mercado age rápido, é necessário encontrar formas de fazer com que a mesma volte a se destacar no mercado, tanto nacional como internacional. O ex-tarifário é um regime aduaneiro especial para empresas que pretendem investir em alta tecnologia para suas linhas de produção, tecnologias que não se encontram no mercado brasileiro. Esse regime foi implantado para ajudar os empresários e empreendedores, tanto para redução dos custos, quanto para destacarem-se no mercado nacional e no mercado internacional.

**Metodologia**

Essa pesquisa ocorreu de forma exploratória, pois não haviam muitas informações detalhadas sobre o assunto, os dados necessários para o levantamento das informações. Por isso esse estudo de caso foi realizado a fim de mostrar ao pesquisador dados mais objetivos. Para chegar ao resultado esperado, o pesquisador efetuou uma análise de um caso de importação com ex-tarifário, comparando com o mesmo caso sem o ex-tarifário, para que fosse possível uma melhor visualização do processo e o quanto em valores as empresas conseguem reduzir seus custos e conseqüentemente aumentar suas margens de lucro.

**Resultados e Discussão**

Os resultados alcançados foram satisfatórios, pois com a utilização do ex-tarifário mostrou-se possível reduzir o imposto de importação para máquinas ou equipamentos em que não haja a produção de similares no Brasil. Esses valores giram em torno de 15% a 20%, quando comparados com uma importação em que não fora utilizado o ex-tarifário. Nesse caso específico, a diferença entre os dois

métodos, mostra uma redução de 16,51%. Uma economia de mais de R\$ 2.000.000,00.

**Conclusão**

Após a análise dos resultados e após compararmos os mesmos, Conclui-se que para as empresas brasileiras que pretendem importar maquinários para ampliar suas linhas de produção e aumentar a tecnologia do parque fabril, ou ao menos fazer a substituição de máquinas e equipamentos antigos por novos, é vantajoso e competitivo importar utilizando o ex-tarifário. Pois os ganhos que as empresas obterão ao fazê-lo, podem ser desde a redução dos custos e até a melhoria de sua produtividade e competitividade, os custos como já havíamos mencionado nesse estudo de caso o valor ficou em pouco mais de R\$ 2.000.000,00, de redução, e em percentual a redução foi de 16,51%.

**Referências Bibliográficas**

BRASIL, Câmara de Comércio Exterior. Resolução nº 17 de 03 de Abril de 2012.

CELISTA, Fernando Oscar. O ex-tarifário nas importações. Dicas de Comércio Exterior. São Paulo, Julho de 2012, Universitário. Disponível em: Acesso em: 14/10/2012.

DALSTON, César Olivier. Exceções Tarifárias: Ex-Tarifário do Imposto de Importação. São Paulo: Lex Editora: Aduaneiras, 2005. 582 p.

## Oral - Relato Profissional

### Administração

## CASO DE ENSINO DE PRÁTICAS GERENCIAIS EM RECURSOS HUMANOS: A EXPERIÊNCIA DO SUPERMERCADO BOM GOSTO

LOPES, G. S. C., FERNANDES, F., PIERI, R., SAVI, N.

*giselelopes@unesc.net, franciani.fernandes@hotmail.com, rpi@unesc.net, nelson.adm.rh@unesc.net*

*Palavras-chave: caso de ensino; recursos humanos; curso de administração*

### Introdução

O Supermercado Bom Gosto tem uma história de 23 anos no mercado e vem consolidando sua marca como referência de qualidade no atendimento e variedades em seus produtos.

O fundador foi Alberto, que começou em 1990 um bar. Depois passou a administração para seu filho Carlos que expandiu o negócio da família e tornou o bar em uma mercearia. Hoje o supermercado já possui três lojas. A primeira e a segunda tem praticamente o mesmo tamanho, com 800m<sup>2</sup> de loja, 200m<sup>2</sup> de estoque, 50 vagas de estacionamento e contam, em torno, com um quadro de 38 colaboradores.

A estratégia de Carlos é atuar nos bairros periféricos das cidades médias catarinense. Agora, já mais estruturado e em melhores condições econômicas, em 2011 contratou junto ao IPESE – Instituto de Pesquisa Socioeconômica Aplicada do Iparque – Parque Científico e Tecnológico da Unesc, uma pesquisa para avaliar o município de Içara como potencial para a instalação de sua terceira loja.

O resultado da pesquisa feita pelo IPESE apontou o Bairro Cristo Rei, o maior de Içara, como o local mais adequado para a implantação de uma nova loja, dentro de sua filosofia.

Em agosto de 2012, foi inaugurada a terceira loja. A nova loja tem aproximadamente 1.400m<sup>2</sup> de área de venda e conta com 8.000 itens em estoque. Os 185 colaboradores do Supermercado Bom Gosto atuam nas diversas áreas que compõe um supermercado. O case segue apresentando o dia-a-dia de cada setor e os desafios que se relacionam com a Área RH.

### Metodologia

A metodologia de ensino utilizada foi a criação de um case fictício que explana a real situação de um

supermercado onde os alunos podem praticar o que aprenderam em Recursos Humanos. A turma poderá ser dividida em equipes onde estas receberão o case para resolvê-lo em etapas seguindo as orientações do professor da disciplina. O método de avaliação do Plano de Recursos Humanos será ao longo do desenvolvimento do projeto.

### Resultados e Discussão

Manter a motivação dos colaboradores, por meio de um clima organizacional positivo e contagiante é fundamental para que os colaboradores atendam os clientes de forma cortês, atenciosa e que possam criar vínculos e fideliza-los. A rotatividade, em função da falta de mão de obra, dos trabalhos aos domingos e da questão salarial do comércio em geral, compromete de certa forma esta estratégia. Recrutar, selecionar, integrar, capacitar, motivar, passa a ser atividades estratégicas e desafiantes neste segmento. Buscar a fidelização interna para reduzir a rotatividade é algo necessário, porém de difícil equalização.

Cada equipe foi contratada pelo Supermercado Bom Gosto para assessorar a Gerencia de Recursos Humanos a tomar algumas providências e desenvolver o Plano de RH baseando-se neste case. Abaixo destaca-se de modo geral, alguns itens do Recursos Humanos que serão trabalhados:

- Definição estratégica da empresa;
- Definição da estrutura organizacional;
- Recrutamento e seleção;
- Integração / socialização de novos empregados;
- Treinamento e desenvolvimento;
- Remuneração e benefícios;
- Movimentação e registros;

- Custos e estatísticas de pessoal;
- Medicina e segurança do trabalho;
- Outras políticas de recursos humanos (Gestão do Clima Organizacional, Endomarketing e Avaliação de Desempenho).

### **Conclusão**

O estudo de caso será aplicado na disciplina de Práticas Gerenciais em Recursos Humanos no Curso de Administração da UNESC durante o segundo semestre de 2013. Espera-se que esse método de ensino possa agregar conhecimentos e capacitar os acadêmicos para desenvolver um plano de RH. O resultado esperado é obter o mesmo efeito que esse método proporcionou ou aplicar nesta mesma disciplina por quatro semestres anteriores em um outro estudo de caso.

### **Referências Bibliográficas**

BOHLANDER, George W.; SNELL, Scott; SHERMAN, Arthur W. Administração de recursos humanos. São Paulo: Pioneira, 2005. 547 p.

CHIAVENATO, Idalberto. Recursos humanos: edição compacta. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2002. 631 p.

MARRAS, Jean Pierre. Administração de recursos humano: do operacional ao estratégico. 11. ed São Paulo: Futura, 2005. 332 p.

### **Fonte Financiadora**

Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica – PIBIC - UNESC

## Administração

**A EXPERIÊNCIA DA PRÁTICA DE RH NUMA INDÚSTRIA DO VESTUÁRIO: UM CASO DE ENSINO**

**LOPES, G. S. C., FERNANDES, F., PIERI, R., SAVI, N.**

*giselelopes@unesc.net, franciani.fernandes@hotmail.com, rpi@unesc.net, nelson.adm.rh@unesc.net*

*Palavras-chave: caso de ensino; recursos humanos; curso de administração*

**Introdução**

O caso para ensino analisa a situação da empresa LZ Jeans Wear Ltda (fictícia) que está no mercado há 15 anos e sua atividade fim é produzir produtos em Jeans para grandes marcas nacionais e internacionais. Sua visão de negócio é ser referência na produção "private label", mais conhecidas como marcas privadas no Brasil.

Maria é proprietária da LZ Jeans Wear Ltda, considerada uma empresária muito reconhecida no setor de confecção do vestuário. Ao longo dos anos a empresa foi conquistando o seu espaço no mercado, hoje produz 90.000 peças mensais com um quadro funcional de 171 colaboradores diretos e 300 indiretos. É oportuno relatar que a empresa valoriza a ética, o respeito, a pontualidade, a criatividade e a qualidade. Hoje a empresa possui um quadro de colaboradores capacitados para produzir produtos do vestuário. Estes colaboradores atuam nas 5 (cinco) grandes áreas da empresa, como: Comercial, Desenvolvimento de Novos Produtos, Industrial, Recursos Humanos e Financeira. Vale evidenciar, que cada uma dessas áreas é gerenciada por um profissional capacitado cujos seus subordinados são os supervisores do nível operacional.

Atualmente Maria exerce a função de Diretora Geral da empresa em que busca, de forma contínua, coordenar as ações dos Gerentes para que os demais níveis hierárquicos da empresa estejam bem informados sobre as estratégias de longo prazo. A LZ Jeans Wear Ltda está apresentando crescimento, porém, surgiram alguns problemas relacionados à Área de Recursos Humanos que indicam um declínio no nível de satisfação dos colaboradores. Os estudantes são estimulados a desenvolver conhecimentos, habilidades e atitudes em Administração de Recursos Humanos que permitam a tomada de decisão frente aos desafios vivenciados neste contexto organizacional. Ao final, as notas de ensino orientam a utilização do case.

**Metodologia**

A metodologia de ensino adotada é através de vivências práticas a partir do estudo deste caso fictício. O professor poderá dividir a turma em equipes de 6 (seis) componentes. Cada equipe receberá o Case e irá estruturar em sala de aula um plano de RH, resolvendo em cada aula uma etapa do case com o acompanhamento e as orientações do professor da disciplina.

A avaliação do Plano de Recursos Humanos será processual. Todo encontro cada equipe mostrará o desempenho do dia e o professor da disciplina fará as correções necessárias e dará o feedback sobre o desempenho obtido.

**Resultados e Discussão**

Em síntese é possível dizer que a Área de Recursos Humanos precisa realizar algumas ações imediatas e cada equipe, como Auxiliar de Recursos Humanos, auxiliará o gerente nesta empreitada.

- a) Desenvolver a estratégia da empresa;
- b) Elaborar a estrutura organizacional;
- c) Criar estratégias de recrutamento e seleção;
- d) Elaborar um plano de integração;
- e) Promover treinamentos e desenvolvimentos nos colaboradores;
- f) Rever as políticas de remuneração e benefícios;
- g) Criar procedimentos para a movimentação e registros de colaboradores;
- h) Calcular os custos de pessoal e as estatísticas de rotatividade, absenteísmo, horas de capacitação, horas extras etc.;
- i) Rever as políticas de medicina e segurança do trabalho.

j) Analisar o clima organizacional da empresa; as políticas de endomarketing e a avaliação de desempenho dos colaboradores.

### **Conclusão**

O estudo de caso já foi aplicado na disciplina de Práticas Gerenciais em Recursos Humanos no Curso de Administração da UNESC por quatro semestres. É possível dizer que o método de ensino permitiu o desenvolvimento de habilidades e competências nos acadêmicos, por intermédio do desenvolvimento de um plano de RH.

### **Referências Bibliográficas**

CHIAVENATO, Idalberto. Recursos humanos: edição compacta. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2002

MARRAS, Jean Pierre. Administração de recursos humano: do operacional ao estratégico. 11. ed São Paulo: Futura, 2005. 332 p.

### **Fonte Financiadora**

Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica – PIBIC - UNESC.

## O EMPREENDEDORISMO NO PROCESSO DE EXPORTAÇÃO/IMPORTAÇÃO: UM ESTUDO JUNTO ÀS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS BRASILEIRAS ENTRE OS ANOS DE 2002 A 2012

SANTOS, A. P. S., LOPES, G. S. C.

*ana.paulasilvadossantos@hotmail.com, giselelopes@unescc.net*

*Palavras-chave: Empreendedorismo, Importação e Exportação*

### Introdução

O tema empreendedorismo é um assunto muito discutido tanto no meio acadêmico quanto empresarial. Por meio de uma avaliação sistemática em publicações brasileiras, foi identificado 652 trabalhos com o enfoque no empreendedorismo. Destes, 264 foram publicados em revistas científicas reconhecidas pela Qualis Capes e 388 publicações em anais do ENANPAD (Encontro da Associação Nacional de Pós Graduação e Pesquisa em Administração).

Desse modo, este estudo se propõe em compreender, a partir de uma análise bibliográfica, a influência do empreendedorismo no processo de exportação e importação das pequenas e médias empresas brasileiras entre os anos de 2002 a 2012.

### Metodologia

Para obter os dados da pesquisa, foi realizado uma avaliação sistemática em 1 evento ENANPAD e 34 revistas indexadas na plataforma Qualis CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior) até o estrato B4. O processo de identificação dos trabalhos consistiu em 3 etapas: a primeira etapa foi a utilização de palavras-chave com denominação empreendedor e empreendedorismo (653 artigos). A segunda etapa ocorreu mediante a leitura dos títulos e resumo, cujo propósito foi identificar aqueles que tinham o enfoque do empreendedorismo para a internacionalização empresarial. Neste processo foram selecionados 24 artigos que tratavam sobre o processo de internacionalização. Finalmente o terceiro e último filtro foi formado por artigos caracterizados estudos de caso, cuja análise ocorreu na leitura dos resultados e conclusões. Neste último processo foram selecionados 8 artigos, totalizando 11 estudos de casos, já que alguns artigos apresentavam mais de um caso.

O presente estudo quanto aos fins de investigação se caracteriza como uma pesquisa exploratória,

qualitativa, com a técnica de análise de dados, análise de conteúdo.

### Resultados e Discussão

A pesquisa resultou em 11 casos, sendo dois em um processo de importação e nove em processo de exportação.

Foi possível identificar 204 frequências de aparecimento da caracterização da figura do empreendedor. Para facilitar a compreensão destas características, foi utilizado o trabalho de Schimidt e Bohnenberger (2009) que classificam o perfil empreendedor em 8 grupos ou categoria, sendo elas a liderança (44), assumir risco (33), inovador (31), auto-eficaz (27), planejador (23), detectar oportunidades (22), sociável (16) e persistente (8),

Quando analisado o processo de internacionalização, foram encontrados o uso de mais de um dos 5 modelos de internacionalização por cada empresa. Assim a o Casos 1, 2 e 4 utilizaram 3 modelos, já os Casos 5, 8, 9 e 11 usaram 2 modelos e os Casos 3, 6, 7 e 10 utilizaram 1 um modelo.

### Conclusão

Respondendo aos objetivos da pesquisa, onde buscou-se descrever o perfil empreendedor do pequeno e médio empresário, foi perceptível a igualdade entre os atributos de um caso com outro, ou até mesmo dos casos com a teoria, ao mesmo tempo, eram encontradas quantidades diferentes de atributos em cada estudo, onde uns autores demonstravam menos e outros mais características empreendedoras. A diferenciação entre os perfis não causava a falta de eficiência, assim deixa claro que o empreendedor é a pessoa dotada de certa quantidade de atributos, no entanto não necessariamente a mesma quantidade ou os mesmos de outro empreendedor.

Referente aos modelos de internacionalização, os mesmos são divididos em abordagens econômicas e comportamentalistas. Os dados demonstram maior utilização da abordagem comportamentalista (18), onde as decisões foram baseadas através de atitudes, diminuindo o risco, enquanto as abordagens econômicas (3) visam o lucro. Desta forma concluí-se o alto uso das características empreendedoras no comportamento durante a formalização do processo de internacionalização das pequenas e médias empresas.

### **Referências Bibliográficas**

SCHIMIDT, Serje; BOHNENBERGER, Maria Cristina. A efetividade das ações para promover o empreendedorismo: o caso da FEEVALE. Revista Eletrônica de Administração, Rio de Janeiro, jan./abr. 2008. Disponível em: . Acesso em: 20 jul. 2012.

## EMPOWERMENT COMO PRÁTICA DE GESTÃO DE PESSOAS: UMA INVESTIGAÇÃO COM ESTUDANTES DE UMA IES QUE ATUAM EM CARGOS DE CHEFIA

FERRARI, M. C., LOPES, G. S. C.

*maiara.ferrari@lamoda.com.br, giselelopes@unesc.net*

*Palavras-chave: Empowerment, empoderamento, delegação, poder*

### Introdução

O empowerment tem sido um tema relevante em estudos internacionais. Nos últimos anos as investigações direcionam seus enfoques para as dimensões do empowerment (ROWLAND; 1997), as dificuldades encontradas por gestores na delegação de poder (FATTERMAN; 2012, SLACK 2002), e também o empowerment como transformação individual (WILKSON; 1998, ROWLAND;1997),e a liderança no processo do empoderamento (HERRENKOHL, 1999; RONDILPH;1995, LIN;2009). Em uma segunda corrente estuda o empowerment como fator motivacional dentro das organizações (SANHAZ; 2009 CORNAWALL; 2009) e como o uso dessa ferramenta pode motivar os colaboradores a alcançar os objetivos organizacionais (ROWLAND; 1997 LIN; 2009).

No Brasil encontra-se a necessidade de ampliar o estudo o sobre o empowerment, os enfoques nacionais direcionam o empowerment e suas tipologias (SANTOS E RODRIGUÉS; 2001) e como fator psicológico individual e coletivo (BERNI; 2008 CARVALHO; 2004). Contudo as poucas discussões do empoderamento dentro do contexto organizacional demonstram que as investigações estão direcionadas ao uso do empowerment como no desenvolvimento da auto avaliação (REYNAUD; 2009 ZAPELINE; 2008) e em outra corrente teórica discute o empowerment como uso na responsabilidade social (LEANDRO; 2009, SANTOS; 2010), e o uso do da delegação de poder pelas mulheres na gerencia organizacional (SOUZA et al .,2009).

### Metodologia

A metodologia utilizada para alcançar os objetivos específicos deste estudo foi a pesquisa descritiva, bibliográfica e de campo, o instrumento para efetuar a coleta de dados foi entrevistas em profundidade com uma abordagem não probabilístico, aplicado com 10 lideres da Universidade do Extremo Sul Catarinense-UNESC localizada na cidade de Criciúma.

### Resultados e Discussão

Os lideres afirmam que encontram dificuldades para delegar responsabilidades para seus subordinados, isso confirma o resultado da pesquisa bibliográfica, que nacionalmente a poucos estudos relacionados ao empoderamento, confrontando com a dificuldade da implementação do empowerment na prática de gestão.

### Conclusão

Com base nesta pesquisa foi possível descrever o perfil dos acadêmicos que possuem cargo de chefias, compreender uso do empowerment pelo líder e verificar se ocorre o processo de troca de conhecimento dentro da equipe de trabalho , compreender os mecanismo de avaliação de desempenho utilizados pelos gestores, analisar avaliação do líder em relação aos seus liderados. Para tornar a pesquisa viável foi realizada uma pesquisa bibliográfica que teve como objetivo identificar o que estava sendo estudado na literatura natural sobre a prática de empowerment. Nesta fase destaca-se a dificuldade para coletar informações sobre o tema, um assunto pouco explorado pelas pesquisas.

Pode-se através deste estudo obter uma auto avaliação dos gestores no seu estilo de liderar dentro da equipe, qual a imagem que eles passam para a sua equipe de trabalho, além de responder os objetivos específicos da pesquisa.

### Referências Bibliográficas

ARAÚJO, Luís César G. de. Organização, sistemas e métodos e as modernas ferramentas de gestão organizacional: arquitetura organizacional, benchmarking, empowerment, gestão pela qualidade total, reengenharia. São Paulo: Atlas, 2001. 311 p. ISBN 8522427240.

ANDRADE, Maria Margarida de. Introdução a metodologia do trabalho científico. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2007. 160 p. ISBN 9788522448289 (broch.)

BERNI, V.E.L. Self-Empowerment Jornada de Transformação: Um método transpessoal de Personal Coaching via internet. Tese (Doutorado Psicologia Escolar e do Desenvolvimento Humano)-Instituto de Psicologia, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008.

BATISTA, C. A Fantástica Fábrica de dinheiro na trilha do Empowerment: O discurso gerencial no Banco do Brasil. Dissertação (Mestrado em Ciência Sociais)-Faculdade Filosofia e Ciência, Universidade Estadual Paulista, Marília , 2007.

CARVALHO, Sérgio Resende. Os múltiplos sentidos da categoria

## Oral - Pesquisa

## Administração

**EMPODERAMENTO: PROCESSO DE DELEGAÇÃO DAS RESPONSABILIDADES AOS LIDERADOS EM EMPRESAS LOCALIZADAS NO MUNICÍPIO DE CRICIÚMA E REGIÃO**

LOPES, G. S. C.

giselelopes@unesc.net

*Palavras-chave: Empoderamento. Delegação de Responsabilidades. Processo Decisório. Líderes e Liderados.***Introdução**

A discussão abordada neste artigo tem como objetivo conhecer como os profissionais que atuam em cargos de chefia lidam com o processo de delegação das responsabilidades aos seus liderados em empresas localizadas no município de Criciúma – SC e região.

O empowerment pode ser definido como uma ferramenta utilizada para dar as pessoas o poder de fazer escolhas e ter a capacidade de tomar decisões. A disponibilização de dados da empresa oportuniza que os funcionários idealizem perspectivas profissionais além da sua área de atuação. Isso significa que o comprometimento deste profissional seja maior e lhe proporciona o poder de alcançar os objetivos organizacionais.

**Metodologia**

O método utilizado nessa pesquisa quanto aos fins de investigação foi descritivo e quanto aos meios de investigação teve caráter de levantamento, pois objetivou conhecer exercício do empowerment pelos profissionais pesquisados. A amostra se caracterizou por 16 gestores de 9 empresas diferentes e o procedimento da coleta de dados foi realizado através de um questionário, enviado por e-mail em forma de questionário eletrônico. Os dados obtidos foram analisados por meio da técnica de análise de conteúdo com caráter predominantemente qualitativo. A análise de conteúdo foi utilizada para compreender as contribuições dos respondentes nas questões abertas do instrumento de coleta de dados. Os dados obtidos foram cruzados e organizados em categorias e posteriormente analisados.

**Resultados e Discussão**

Foi constatado após as análises dos dados obtidos na pesquisa que há troca de conhecimentos entre os integrantes de cada equipe, os gestores

respondentes utilizam a estratégia de gestão compartilhada para tornar claro a visão, missão, valores e objetivos da empresa e incentivam os funcionários a alcançarem esses princípios. Esses mesmos gestores afirmaram que delegam as responsabilidades aos funcionários de forma participativa, onde acompanham, esclarecem e incentivam os colaboradores a alcançarem as metas. Também foi ressaltado que tais gestores aprenderam a ouvir mais os integrantes de suas equipes e inseri-los no processo decisório e que esses líderes buscam aperfeiçoamento profissional para crescerem nos cargos que ocupam.

**Conclusão**

Destaca-se que o estilo de liderança dos gestores pesquisados é descentralizado e democrático e que os mesmos são seguros e carismáticos nos seus cargos de liderança, bem como muito inspiradores e muitos influenciadores para seus subordinados. Pode-se concluir, de forma geral, que os gestores participam da rotina de seus subordinados e que os mesmos impulsionam seus colaboradores a atingirem as metas, bem como a se capacitarem profissionalmente para crescerem na empresa. Outro fator que obteve destaque foi que os colaboradores participam do processo decisório através das reuniões e possuem liberdade para realizarem suas funções diárias. Porém, apesar de terem conscientização das decisões nas reuniões, não são autônomos para agirem e decidirem em situações incomuns. Talvez se obtivessem a prática do empoderamento para tomarem decisões sozinhos, sem depender de seus gestores, agilizariam o processo e poupariam tempo dos gestores, visto que esses líderes são ocupados.

**Referências Bibliográficas**

FERNANDES, Ferreira. R. Fundamentos de metodologia científica. São Paulo, V Congresso de Psicologia UniFil, p. 1-5, 2012

FONSECA, Letícia Rodrigues; et al. Em GPR 2011 – III Encontro de Gestão de Pessoas e Relações de Trabalho. João Pessoa., pg 15, 2011

MOTTA, P.R.M. Reflexões sobre a customização das carreiras gerenciais: a individualidade e a competitividade contemporânea. In: BALASSIANO, M. 2006

OLIVEIRA, Cíntia Pierote; Krom, Valdevino. O Empowerment Nas Organizações. XIV Encontro Latino Americano de Iniciação Científica e X Encontro Latino Americano de Pós-Graduação – Universidade do Vale do Paraíba, 2010

PONTES, B. R. Administração de Cargos e Salários. 9 ed. São Paulo: LTr, 2000.

ROWLANDS, Jo. Questioning Empowerment: Working whit Women in Honduras. An Oxfam Publication. Pg. 180, 1997

## A TOMADA DE DECISÃO NOS COMITÊS DE BACIA DO ESTADO DE SANTA CATARINA: O CASO DO COMITÊ DA BACIA DO RIO ARARANGUÁ/SC, BRASIL

TOE, H. C. Z. D., WATANABE, M.

*helenadaltoe@gmail.com, melissawatanabe74@gmail.com*

*Palavras-chave: empreendedorismo social, bacia hidrográfica*

### Introdução

O empreendedorismo social emergiu nos anos 90, diante de uma problemática em que existia uma redução dos gastos públicos com o cenário social. Em contrapartida ocorreu o crescimento das organizações do então chamado terceiro setor e o aumento de investimentos em ações sociais por parte das organizações e empresas. Segundo Pomerantz (2003) empreendedorismo social pode ser definido como o desenvolvimento da inovação, missão de apoio, aumento de ganhos, surgimento de empregos ou patentes, empreendimentos realizados pelos empreendedores sociais de forma individual, organizações sem fins lucrativos por si só ou em associação com fins lucrativos. Já para Mair e Martí (2006) o empreendedorismo social é um processo que utiliza um uso inovador e recursos como uma oportunidade a fim de catalisar mudanças ou necessidades especiais. Vale ressaltar, que os empreendedores buscam conhecer a região e suas necessidades mais urgentes que visivelmente ausentes das pautas dos Governos ou do próprio setor privado, e assim, geram uma oportunidade de resolver o problema, como também de gerar lucro para a população e proporcionar um aprendizado que retroalimenta o sistema para que eles mesmos resolvam futuros problemas. Diante do exposto, a presente pesquisa tem como objetivo analisar como o empreendedorismo social ocorre nos comitês de bacia do rio Araranguá.

### Metodologia

Observando o critério de classificação de Gil (2001), a metodologia utilizada foi exploratória, de caráter bibliográfica e com pesquisa de campo através de coleta de dados primários realizadas por questionários fechados enviados para os membros do referido comitê.

### Resultados e Discussão

Primeiramente foi feito um diagnóstico dos atuais membros do comitê, após foi feita ligações aos membros e depois envio do questionário. Pode ressaltar que devido ao caráter de comprometimento social houve um retorno significativo dos mesmos. Os resultados mostram que segundo Vasconcelos e Lezana (2012) no presente momento o comitê da bacia hidrográfica do rio Araranguá está em uma fase chamada Visibilidade Social. Os autores caracterizam um modelo de empreendedorismo social que apresentam um ciclo de vida para tais empreendimentos. Segundo os autores este tipo de empreendedorismo apresentam as seguintes etapas: ação social, associação, visibilidade social, rede social e representatividade social. A etapa da visibilidade social é caracterizada por uma nova organização na forma de trabalho, que comumente traz a eleição de um líder dentro do grupo.

### Conclusão

Assim, conclui-se que nesse momento que o Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio Araranguá está no momento apresenta-se no processo de visibilidade social, em que a mídia local começa a fazer parte da vida do comitê. Isso demonstra um amadurecimento do grupo frente às demandas internas e externas existentes e que ao fim dessa etapa existe uma grande possibilidade de ocorrer um aumento significativo da participação de todos os membros do grupo.

### Referências Bibliográficas

GIL, A.C. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo: Atlas, 2001.

MAIR, J; MARTÍ, I. Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. Rev. Journal of World Business, 41. 2006.

PEREDO, A.M; MCLEAN, M. Social entrepreneurship: A critical review of the concept. Rev. Journal of World Business, 41. 2006.

POMERANTZ, M. The business of social entrepreneurship in a “down economy”. *Business*, 25 (3), 25–30. 2003.

VASCONCELOS, A.M; LEZANA, A.G.R. Modelo de ciclo de vida de empreendimentos sociais. *Rev. Ad, Pública*. Rio de Janeiro, 46 (4) jul/ago 2012.

## ESTUDO DA INTELIGÊNCIA EMOCIONAL E ESTILOS DE LIDERANÇA NA VISÃO DOS LÍDERES E COLABORADORES DAS LOJAS DO VAREJO DA ÁREA CENTRAL DO MUNICÍPIO DE URUSSANGA-SC

LOPES, G. S. C.

*giselelopes@unesc.net*

*Palavras-chave: Inteligência emocional, Liderança e Estilos de liderança*

### Introdução

A inteligência emocional (IE) foi definida pela primeira vez por Salovey e Mayer (1990), como uma habilidade de monitorar as emoções e sentimentos próprios e dos outros, discriminá-los e utilizar essas informações para orientar pensamentos e ações. Assim a presente pesquisa busca também estudar os estilos da liderança que liderança se dividem em quatro grandes grupos denominados de liderança situacional ou contingencial (HERSEY; BLANCHARD, 1986; WEHBE; GALVÃO, 2005), a carismática (CONGER; KANUNGO, 1987), e o estilo transacional (AVOLIO; BASS, 1995).

### Metodologia

A pesquisa utilizada nesse estudo quando aos fins de investigação será descritiva. Quanto aos meios de investigação a pesquisa utilizada foi bibliográfica e de campo. Os dados necessários foram obtidos através de fontes primárias, por meio de questionários aplicados diretamente com as pessoas. ao todo foram entregues 63 questionários que se dividem para 16 líderes e 47 colaboradores.

### Resultados e Discussão

Com relação à Inteligência emocional foram analisada uma serie de atributos que compõe a IE.

Com a aplicação do teste T foi possível verificar que não houveram diferenças significativas entre as médias dos mesmos, ou seja, os valores de T foram todos superiores a 0,05'. Analisando as médias também é possível observar que nos atributos as médias dos cargos estão muito próximas, assim os mesmos demonstram estar aplicando pouco, alguma coisa, muito, ou até mesmo bastante estes atributos. Isso é importante, pois de alguma forma estão compreendendo seus próprios sentimentos e emoções e também os das pessoas que convivem.

Com relação à liderança foram analisados em um conjunto os fatores que A COMPOE. Através do teste T verifica-se que em todos os atributos o valor de T obtido foi superior a 0,05, isso demonstra que a hipótese H0 foi confirmada, não existindo diferenças estatísticas significativas entre os cargos.

### Conclusão

Através desse estudo foi possível compreender como os líderes e colaboradores estão lidando com a inteligência emocional em suas vidas, além disso buscou-se identificar quando os líderes são avaliados e se auto avaliam se os resultados de suas respostas são os mesmos.

### Referências Bibliográficas

AVOLIO, Bruce J; BASS, Bernard M. Individual consideration viewed at multiple levels of analysis: a multi-level framework for examining the diffusion of transformational leadership. Binghamton University, 1995. p. 199-218. Disponível em: . Acessado em: 22 maio 2013.

BASS, Bernardo M; AVOLIO, Bruce J. Multifactor leadership questionnaire feedback report. Published by Mind Garden, Inc 2011. Disponível em: . Acessado em: 20 abril 2013.

CONGER, Jay A; KANUNGO, Rabindra N. Toward a Behavioral Theory of Charismatic Leadership in Organizational Settings. Academy of Management Review. Academy of Management Review. 1987, Vol. 12, No. 4, 637-647. Disponível em: < <http://www.jstor.org/discover/10.2307/258069?uid=2129&uid=2&uid=70&uid=4&sid=21102326705497> > . Acessado em: 05 maio 2013.

Oral - Extensão

Administração

## O DIÁRIO DE CAMPO DE EXTENSIONISTA UNIVERSITÁRIO: UMA EXPERIÊNCIA EM UMA INSTITUIÇÃO DO TERCEIRO SETOR

LOPES, G. S. C., SOUZA, A. C., SILVA, J. B., SANTOS, A. P. S., SILVA, C. B. A.

*giselelopes@unesc.net,*  
*cleiaanhaia@unesc.net*

*acs@unesc.net,*

*jbs@unesc.net*

*ana.paulasilvadossantos@hotmail.com,*

*Palavras-chave: Extensão, Diário de campo, Empreendedorismo*

### Introdução

O ensino do empreendedorismo é um processo que está ganhando força no decorrer dos anos, pela necessidade da cultura empreendedora dentro das empresas, refletindo na inovação constante. O formato das aulas desta disciplina é semelhante a seu conteúdo, pois é apresentado com uma metodologia inovadora e participativa, contrária de uma aula expositiva (HENRIQUE; CUNHA, 2008).

O presente estudo objetiva evidenciar a experiência do extensionista universitário por meio do diário de campo. Visa apresentar como foi a busca pelo conhecimento, assim como as experiências em campo e os reflexos na vida dos acadêmicos e, muitas vezes, dos jovens e adolescentes envolvidos.

### Metodologia

Almejando evidenciar a experiência do extensionista universitário por meio do diário de campo, o estudo quanto aos fins de investigação se enquadra como uma pesquisa descritiva, com abordagem qualitativa. A técnica de coleta de dados é documental, cujo universo das informações se consistiu em 124 diários de campo produzidos pelos acadêmicos extensionistas no período de 2011 até 2013

A atividade fim do projeto de extensão é o ensino do Empreendedorismo e Plano de Negócios em uma instituição do terceiro setor, denominada de Bairro da Juventude. Logo após a aula, cada extensionista, individualmente, preenchia o seu diário de campo com a percepção sobre os comportamentos e atitudes dos jovens e adolescentes sobre as atividades desenvolvidas, bem como sua opinião das situações ocorridas ao longo das aulas.

### Resultados e Discussão

A busca pelo conhecimento para a aplicação no Bairro da Juventude começou com um processo lento e complexo. Este trabalho exigiu do acadêmico um perfil empreendedor, onde foi visualizado de um objetivo final e a busca por ele.

O empreendedor é aquele que apresenta várias características, dentre elas é a inovação contínua. Nesta perspectiva os acadêmicos extensionistas inovaram buscando atrair os alunos com idade de fácil distração (de 15 á 18 anos) e ensinar o conteúdo de forma prática. A inovação constante é encontrada também quando os acadêmicos viram a necessidade de melhorias.

A forma de pensar dos alunos demonstra mudança, onde muitos apresentavam certo receio em sonhar e ao fim do curso se mostraram empolgados com a busca por um futuro mais promissor. Este fato vem ao encontro com o objetivo da extensão universitária que é o desenvolvimento social por meio dos estudantes universitários.

### Conclusão

“Certa hora um aluno questionou, o que o empreendedor busca lucro ou solução para seu problema?” (DIÁRIO DA EXTENSIONISTA, 05 MAIO 2012). O lucro é uma consequência de toda a atividade e o problema é a oportunidade. Neste contexto os acadêmicos visualizaram no curso profissionalizante uma oportunidade e como consequências receberam um mix de conhecimento que poderão fazer a diferença em suas vidas.

O conhecimento adquirido pelos acadêmicos ultrapassa o que seria recebido em aulas convencionais, pois o extensionista sente a necessidade de um conhecimento holístico, devido à responsabilidade de sanar possíveis dúvidas dos alunos.

Um ponto de grande crescimento é a oratória do acadêmico. A mudança na forma de se posicionar e falar perante a turma apresenta um grande

desenvolvimento no decorrer de pouco tempo. Outra capacidade explorada, quando o extensionista assume o papel de professor é a da leitura das expressões dos alunos, conseguindo sentir a necessidade de melhorias das aulas, bem como o nível de entendimento por parte dos alunos.

Portanto, fica evidente a importância do registro dos extensionistas em um diário de campo, relatando suas experiências, sucessos e dificuldades. O Diário proporciona, além do registro histórico, uma fonte para a melhoria contínua do processo de extensão universitária.

### **Referências Bibliográficas**

HENRIQUE, Daniel Christian; CUNHA, Sieglinde Kindl Da. Práticas Didático-Pedagógicas no Ensino de Empreendedorismo em Cursos de Graduação e Pós Graduação Nacionais e Internacionais. Revista de Administração Mackenzie. Curitiba, v. 9, n. 5, p.112-136, 2008. Disponível em: . Acesso em: 13 ago 2013.

### **Fonte Financiadora**

Universidade do Extremo Sul Catarinense (UNESC).

## Poster - Extensão

## Administração

## O DIÁRIO DE CAMPO DE EXTENSIONISTA UNIVERSITÁRIO: UMA EXPERIÊNCIA EM UMA INSTITUIÇÃO DO TERCEIRO SETOR

LOPES, G. S. C., SOUZA, A. C., SILVA, J. B., SANTOS, A. P. S., SILVA, C. B. A.

*giselelopes@unesc.net,*  
*cleiaanhaia@unesc.net*

*acs@unesc.net,*

*jbs@unesc.net*

*ana.paulasilvadossantos@hotmail.com,*

*Palavras-chave: Extensão, Diário de campo, Empreendedorismo*

### Introdução

O ensino do empreendedorismo é um processo que está ganhando força no decorrer dos anos, pela necessidade da cultura empreendedora dentro das empresas, refletindo na inovação constante. O formato das aulas desta disciplina é semelhante a seu conteúdo, pois é apresentado com uma metodologia inovadora e participativa, contrária de uma aula expositiva (HENRIQUE; CUNHA, 2008).

O presente estudo objetiva evidenciar a experiência do extensionista universitário por meio do diário de campo. Visa apresentar como foi a busca pelo conhecimento, assim como as experiências em campo e os reflexos na vida dos acadêmicos e, muitas vezes, dos jovens e adolescentes envolvidos.

### Metodologia

Almejando evidenciar a experiência do extensionista universitário por meio do diário de campo, o estudo quanto aos fins de investigação se enquadra como uma pesquisa descritiva, com abordagem qualitativa. A técnica de coleta de dados é documental, cujo universo das informações se consistiu em 124 diários de campo produzidos pelos acadêmicos extensionistas no período de 2011 até 2013

A atividade fim do projeto de extensão é o ensino do Empreendedorismo e Plano de Negócios em uma instituição do terceiro setor, denominada de Bairro da Juventude. Logo após a aula, cada extensionista, individualmente, preenchia o seu diário de campo com a percepção sobre os comportamentos e atitudes dos jovens e adolescentes sobre as atividades desenvolvidas, bem como sua opinião das situações ocorridas ao longo das aulas.

### Resultados e Discussão

A busca pelo conhecimento para a aplicação no Bairro da Juventude começou com um processo lento e complexo. Este trabalho exigiu do acadêmico um perfil empreendedor, onde foi visualizado de um objetivo final e a busca por ele.

O empreendedor é aquele que apresenta várias características, dentre elas é a inovação contínua. Nesta perspectiva os acadêmicos extensionistas inovaram buscando atrair os alunos com idade de fácil distração (de 15 á 18 anos) e ensinar o conteúdo de forma prática. A inovação constante é encontrada também quando os acadêmicos viram a necessidade de melhorias.

A forma de pensar dos alunos demonstra mudança, onde muitos apresentavam certo receio em sonhar e ao fim do curso se mostraram empolgados com a busca por um futuro mais promissor. Este fato vem ao encontro com o objetivo da extensão universitária que é o desenvolvimento social por meio dos estudantes universitários.

### Conclusão

“Certa hora um aluno questionou, o que o empreendedor busca lucro ou solução para seu problema?” (DIÁRIO DA EXTENSIONISTA, 05 MAIO 2012). O lucro é uma consequência de toda a atividade e o problema é a oportunidade. Neste contexto os acadêmicos visualizaram no curso profissionalizante uma oportunidade e como consequências receberam um mix de conhecimento que poderão fazer a diferença em suas vidas.

O conhecimento adquirido pelos acadêmicos ultrapassa o que seria recebido em aulas convencionais, pois o extensionista sente a necessidade de um conhecimento holístico, devido à responsabilidade de sanar possíveis dúvidas dos alunos.

Um ponto de grande crescimento é a oratória do acadêmico. A mudança na forma de se posicionar e falar perante a turma apresenta um grande

desenvolvimento no decorrer de pouco tempo. Outra capacidade explorada, quando o extensionista assume o papel de professor é a da leitura das expressões dos alunos, conseguindo sentir a necessidade de melhorias das aulas, bem como o nível de entendimento por parte dos alunos.

Portanto, fica evidente a importância do registro dos extensionistas em um diário de campo, relatando suas experiências, sucessos e dificuldades. O Diário proporciona, além do registro histórico, uma fonte para a melhoria contínua do processo de extensão universitária.

### **Referências Bibliográficas**

HENRIQUE, Daniel Christian; CUNHA, Sieglinde Kindl Da. Práticas Didático-Pedagógicas no Ensino de Empreendedorismo em Cursos de Graduação e Pós Graduação Nacionais e Internacionais. Revista de Administração Mackenzie. Curitiba, v. 9, n. 5, p.112-136, 2008. Disponível em: . Acesso em: 13 ago 2013.

### **Fonte Financiadora**

Universidade do Extremo Sul Catarinense (UNESC)

## Poster - Extensão

## Administração

**AÇÕES DE INTEGRAÇÃO COMUNITÁRIA PARA GERAÇÃO DE EMPREGO E RENDA COM PERSPECTIVA DA MELHORIA DA QUALIDADE DO AMBIENTE DE VIDA**

LOPES, G. S. C., PIERI, R., SANTOS JUNIOR, S. F., SANTOS, G. S., PADILHA, I. A. P.

*giselelopes@unesc.net, rpi@unesc.net, sjunior@unescnet, gsdsantos@hotmail.com, izabelpadilhausa@hotmail.com**Palavras-chave: geração do emprego e renda. qualidade do ambiente de vida.***Introdução**

Por meio do programa do Governo Federal que as 188 famílias do Residencial Amanda Costa do Bairro Cristo Rei, Içara, SC, foram beneficiadas com a casa própria. Outrora estas famílias, viviam a margem da pobreza, desprovidas de moradia e algumas de trabalho, residiam em vários espaços. Uns dependentes de aluguel, outros de favor com outras famílias ou moradias irregulares. Foi através deste programa que aproximadamente 800 pessoas que moravam em lugares dispersos, começaram a conviver num mesmo espaço, com estrutura vertical de 172 apartamentos com inauguração no dia 25 de novembro de 2011.

Um dos problemas atuais é a inserção de várias pessoas no mercado de trabalho. Desta forma, a prefeitura em conjunto com a Universidade busca desenvolver atividades de extensão universitária, estimulando os moradores do condomínio Amanda Costa e as mulheres do Clube de Mães do Bairro Cristo Rei (Içara), na geração de trabalho e renda, com capacitações sobre oportunidades e gestão de novos negócios, relações humanas e administração financeira.

**Metodologia**

Almejando o máximo de aproveitamento da parte dos moradores do Condomínio Amanda Costa, foi desenvolvida uma metodologia, onde semanalmente os acadêmicos se reuniam com os professores para discutir a matéria desenvolvida em aula. Também semanalmente os extensionistas iriam até o município de Içara para transmitir este conhecimento a esses moradores. O conteúdo foi distribuído para o período de um ano em oficinas.

Para que houvesse êxito nesta atividade o cronograma foi aprovado pelos psicólogos da prefeitura, que também disponibilizaram seu auxílio nas oficinas.

Em princípio foram feitas uma série de reuniões objetivando a melhor formatação do projeto. Sob esse planejamento foi desenvolvido um folder e em seguida distribuído pela localidade do Condomínio Amanda Costa e bairro Cristo Rei, no município de Içara, Santa Catarina. Após este trabalho foram arrecadados 53 inscrições de municípios para o curso.

A aula inaugural contou com a presença de várias autoridades, juntamente com os moradores inscritos. Os três encontros que seguiram esta aula foram marcadas com uma diversidade de alunos, onde poucos regularmente acompanharam todas as aulas.

A queda no aproveitamento dos alunos, fez com que os extensionistas juntamente com os professores buscassem uma mudança na estratégia de aplicação do conteúdo, deixando de passar aulas expositivas e iniciando uma perspectiva de atendimento personalizado, no modelo de consultoria. Porém ainda é apresentada uma queda na frequência dos mesmos.

**Conclusão**

O baixo número de frequência foi atribuído a vários motivos. Primeiramente alguns moradores do Condomínio Amanda Costa entraram no curso com uma perspectiva de aprender a produzir algum produto e não compreenderam a importância deste conhecimento. Outro fator relevante no baixo aproveitamento dessas pessoas é devido a questões culturais e de comodismo, onde muitas são beneficiadas com bolsas governamentais.

Aos poucos persistentes que continuaram os extensionistas e professores buscam fazer um trabalho de grande relevância em seu posicionamento profissional, fazendo-os desenvolver a capacidade de administrar a produção e seus ganhos.

**Resultados e Discussão****Referências Bibliográficas**

Brasil. Ministério do Trabalho e Emprego - MTE. Emprego e Renda. Disponível em: . Acesso em: 16 fev. 2013.

\_\_\_\_\_. Ministério das Cidades – MTE. Habitação. Disponível em: <  
[http://www.cidades.gov.br/index.php?option=com\\_content&view=category&layout=blog&id=137&Itemid=55](http://www.cidades.gov.br/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=137&Itemid=55)> Acesso em: 16 fev. 2013.

POCHMANN, Marcio. Desenvolvimento, trabalho e renda no Brasil : avanços recentes no emprego e na distribuição dos rendimentos. São Paulo : Editora Fundação Perseu Abramo, 2010. 104 p. : il. – (Brasil em debate ; v. 2). Disponível em: <  
[http://www.fpabramo.org.br/uploads/Brasil\\_em\\_debate\\_Vol\\_2\\_Marcio\\_Pochmann.pdf](http://www.fpabramo.org.br/uploads/Brasil_em_debate_Vol_2_Marcio_Pochmann.pdf)>. Acesso em: 16 fev. 2013.

### **Fonte Financiadora**

Universidade do Extremo Sul Catarinense (UNESC)

Oral - Extensão

Administração

## AÇÕES DE INTEGRAÇÃO COMUNITÁRIA PARA GERAÇÃO DE EMPREGO E RENDA COM PERSPECTIVA DA MELHORIA DA QUALIDADE DO AMBIENTE DE VIDA

LOPES, G. S. C., PIERI, R., SANTOS JUNIOR, S. F., SANTOS, G. S., PADILHA, I. A. P.

*giselelopes@unesc.net, rpi@unesc.net, sjunior@unescnet, gsdsantos@hotmail.com, izabelpadilhausa@hotmail.com*

*Palavras-chave: geração do emprego e renda. qualidade do ambiente de vida*

### Introdução

Por meio do programa do Governo Federal que as 188 famílias do Residencial Amanda Costa do Bairro Cristo Rei, Içara, SC, foram beneficiadas com a casa própria. Outrora estas famílias, viviam a margem da pobreza, desprovidas de moradia e algumas de trabalho, residiam em vários espaços. Uns dependentes de aluguéis, outros de favor com outras famílias ou moradias irregulares. Foi através deste programa que aproximadamente 800 pessoas que moravam em lugares dispersos, começaram a conviver num mesmo espaço, com estrutura vertical de 172 apartamentos com inauguração no dia 25 de novembro de 2011.

Um dos problemas atuais é a inserção de várias pessoas no mercado de trabalho. Desta forma, a prefeitura em conjunto com a Universidade busca desenvolver atividades de extensão universitária, estimulando os moradores do condomínio Amanda Costa e as mulheres do Clube de Mães do Bairro Cristo Rei (Içara), na geração de trabalho e renda, com capacitações sobre oportunidades e gestão de novos negócios, relações humanas e administração financeira.

### Metodologia

Almejando o máximo de aproveitamento da parte dos moradores do Condomínio Amanda Costa, foi desenvolvida uma metodologia, onde semanalmente os acadêmicos se reuniam com os professores para discutir a matéria desenvolvida em aula. Também semanalmente os extensionistas iriam até o município de Içara para transmitir este conhecimento a esses moradores. O conteúdo foi distribuído para o período de um ano em oficinas.

Para que houvesse êxito nesta atividade o cronograma foi aprovado pelos psicólogos da prefeitura, que também disponibilizaram seu auxílio nas oficinas.

Em princípio foram feitas uma série de reuniões objetivando a melhor formatação do projeto. Sob esse planejamento foi desenvolvido um folder e em seguida distribuído pela localidade do Condomínio Amanda Costa e bairro Cristo Rei, no município de Içara, Santa Catarina. Após este trabalho foram arrecadados 53 inscrições de munícipes para o curso.

A aula inaugural contou com a presença de várias autoridades, juntamente com os moradores inscritos. Os três encontros que seguiram esta aula foram marcadas com uma diversidade de alunos, onde poucos regularmente acompanharam todas as aulas.

A queda no aproveitamento dos alunos, fez com que os extensionistas juntamente com os professores buscassem uma mudança na estratégia de aplicação do conteúdo, deixando de passar aulas expositivas e iniciando uma perspectiva de atendimento personalizado, no modelo de consultoria. Porém ainda é apresentada uma queda na frequência dos mesmos.

### Conclusão

O baixo número de frequência foi atribuído a vários motivos. Primeiramente alguns moradores do Condomínio Amanda Costa entraram no curso com uma perspectiva de aprender a produzir algum produto e não compreenderam a importância deste conhecimento. Outro fator relevante no baixo aproveitamento dessas pessoas é devido a questões culturais e de comodismo, onde muitas são beneficiadas com bolsas governamentais.

Aos poucos persistentes que continuaram os extensionistas e professores buscam fazer um trabalho de grande relevância em seu posicionamento profissional, fazendo-os desenvolver a capacidade de administrar a produção e seus ganhos.

### Resultados e Discussão

### Referências Bibliográficas

Brasil. Ministério do Trabalho e Emprego - MTE. Emprego e Renda. Disponível em: . Acesso em: 16 fev. 2013.

\_\_\_\_\_. Ministério das Cidades – MTE. Habitação. Disponível em: <  
[http://www.cidades.gov.br/index.php?option=com\\_content&view=category&layout=blog&id=137&Itemid=55](http://www.cidades.gov.br/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=137&Itemid=55)> Acesso em: 16 fev. 2013.

POCHMANN, Marcio. Desenvolvimento, trabalho e renda no Brasil : avanços recentes no emprego e na distribuição dos rendimentos. São Paulo : Editora Fundação Perseu Abramo, 2010. 104 p. : il. – (Brasil em debate ; v. 2). Disponível em: <  
[http://www.fpabramo.org.br/uploads/Brasil\\_em\\_debate\\_Vol\\_2\\_Marcio\\_Pochmann.pdf](http://www.fpabramo.org.br/uploads/Brasil_em_debate_Vol_2_Marcio_Pochmann.pdf)>. Acesso em: 16 fev. 2013.

### **Fonte Financiadora**

Universidade do Extremo Sul Catarinense (UNESC).

## ANÁLISE DE MODELO DE SELEÇÃO DE INTERCAMBISTAS VOLUNTÁRIOS BASEADO EM QUADRO DE COMPETÊNCIAS

FREITAS, L. D., MINATTO, M. B., MOOJEN, V. M.

leonardodaleffe@hotmail.com, may\_minatto@hotmail.com, vaniamm2@gmail.com

Palavras-chave: seleção, intercâmbio, psicologia, administração, competências

### Introdução

Atualmente estudantes universitários buscam experiências que os proporcionem vivências além das salas de aula, e as experiências internacionais são uma forte alternativa neste momento. Dentre os intercâmbios universitários, o de trabalho voluntário vem sendo muito procurado pelo seu excelente custo benefício, porém além do idioma, o jovem que deseja atuar como voluntário em um país exterior precisa cumprir com outros critérios descritos neste estudo. Nosso objetivo principal foi analisar o roteiro de entrevistas utilizado pela organização não governamental AIESEC. Por ser uma organização exclusivamente estudantil, somente universitários de 18 a 30 anos de idade compõe os comitês locais, entidades nacionais e internacionais, e são estas pessoas que fazem treinamentos entre si e a seleção dos intercambistas. Por esse motivo o processo seletivo precisa ser de fácil aplicação e avaliação, e padronizado para os 123 países em que a organização está presente, para que haja garantia do alinhamento da mensagem e propósito do programa.

### Metodologia

Estudo documental exploratório-descrito, tendo como principal objeto de estudo o pacote de materiais para processos seletivos da AIESEC, maior organização não governamental estudantil do mundo, que realiza mais de 17.000 intercâmbios por ano. O pacote é atualizado pela aiesec internacionais, traduzido a nível nacional e distribuído para seus comitês locais. O principal documento é o roteiro de questões, que possui orientações para os avaliadores, instruções que deve-se passar aos candidatos, 33 questões abertas, sendo que destas, 3 são em inglês.

### Resultados e Discussão

O material analisado possui passos detalhados quanto aos procedimentos relativos ao processo seletivo, desde a análise do currículo, passando

pela etapa de recepção e até pela avaliação em si. Parte das questões permitem ao avaliador observar se o candidato possui cada uma das 5 (cinco) competências que são chamadas pelos membros da organização de "global competence model", e são elas: global mindset, Entrepreneurial Outlook, Emotional Intelligence, Proactive Learning e Social Responsibility. Para eles são estas as competências que o intercambista irá desenvolver em sua experiência, mas que já precisam ser observadas, ainda que em menor intensidade, no momento da seleção, uma vez que refletem a intensão e anseio em realizar uma atividade relevante na comunidade em que vai atuar. "Mais que formação profissional, um intercambista da AIESEC precisa ter vontade de mudar o mundo, lutar contra as injustiças sociais. Ele precisa querer transformar a realidade da comunidade em que vai estar trabalhando!" (J. R., intercambista voluntário na Argentina). Nesse sentido verificou-se a praticidade em se ter um pacote com os materiais necessários.

### Conclusão

O modelo de seleção utilizado internacionalmente pela AIESEC, baseado em um quadro de competências generalizado, apresenta-se favorável para o contexto pois permite à organização padronizar seus processos para todas as suas entidades locais, possibilitando a realização de intercâmbios em alto volume sem perder a qualidade das experiências geradas.

### Referências Bibliográficas

SILVA, P. K. Vestindo a camiseta: engajamento institucional e construção de identidades no contexto de intercâmbios culturais da AIESEC. 2012. 185 f. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) – Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. 2012.

WEBER, M. "Relações Comunitárias Étnicas" In: Economia e Sociedade. V.I: Brasília, Editora da Universidade de Brasília. 1991.

Oral - Pesquisa

Administração

## CRIAÇÃO DO VALOR COMPARTILHADO: UM ESTUDO NA CADEIA PRODUTIVA DO ARROZ

SAVI, F. R., JENOVEVA NETO, R.

nanda.savi@hotmail.com, roseli@unesc.net

Palavras-chave: Responsabilidade Social Corporativa. Valor compartilhado. Cadeia produtiva do arroz

### Introdução

A Responsabilidade Social Empresarial (RSE) ou Responsabilidade Social Corporativa (RSC) tem uma longa história e tem sido um tema bastante pesquisado nas duas últimas décadas, evoluiu com o desenvolvimento das empresas e vem sendo utilizado no sentido de atender as necessidades emergentes da sociedade. O conceito de valor compartilhado descrito por Porter e Kramer, 2011 deriva da corrente conceitual de Responsabilidade Social Corporativa. O desempenho da empresa não depende unicamente da eficácia da gestão. Está relacionado também com os fatores políticos, econômicos, social, tecnológico, ecológico e legal, sobre os quais a empresa não tem controle. Nesta perspectiva da criação está na combinação de ações que efetivamente possam agregar benefícios para a sociedade e condições favoráveis para o desenvolvimento econômico da empresa, alinhado ao negócio da empresa. Diante deste contexto, o objetivo da pesquisa foi investigar as práticas de valor compartilhado na cadeia produtiva do arroz no sul de Santa Catarina.

### Metodologia

A metodologia quanto aos fins pode ser caracterizada como descritiva e aplicada e quanto aos meios de investigação, a pesquisa foi bibliográfica e pesquisa de campo. Foram pesquisados 92 produtores rurais (rizicultores) por meio de questionário abordando questões sobre aprendizagem, valor compartilhado, sustentabilidade e uso da água. A coleta de dados foi realizada pessoalmente pelos pesquisadores do projeto. Para a análise dos dados utilizou-se a abordagem quantitativa, que se caracteriza pelo uso da quantificação na coleta e no tratamento das informações por meio de técnicas estatísticas.

### Resultados e Discussão

Número crescente de empresas conhecidas pela abordagem pragmática aos negócios já iniciaram

projetos importantes para gerá-lo. Contudo, o reconhecimento deste poder transformador ainda é incipiente. Considerando o estudo da cadeia produtiva do arroz a perspectiva se concentraria em melhorar técnicas de cultivo, fortalecer o cluster local, gestão da água, parcerias com empresas e instituições de apoio, a fim de aumentar a eficiência, o rendimento, a qualidade e a sustentabilidade dos produtores rurais. Isso leva a um bolo maior de receita e lucro que beneficia famílias dos produtores, comunidade, indústria, comércio, governo, etc. Isto é pensamento estratégico. O subsistema de água está muito evidente neste setor, pois dependem da água para a produção e terão que administrar juntamente esse recurso com a sociedade, neste caso envolve todos os integrantes da cadeia produtiva. De acordo com Senge (2011, p.21) grandes companhias de alimentos e os principais varejistas já começam a reconhecer que, para serem viáveis no longo prazo, seus negócios devem preocupar-se com todos os pontos de sua cadeia de produção e até fora dela.

### Conclusão

Os resultados obtidos indicam que rizicultores recebem com frequência a visita de técnicos da cooperativa e Epagri que compartilham conhecimentos tanto em relação ao plantio quanto na comercialização da produção. Registra-se que 67% já se capacitaram e tem clareza da necessidade de mais cursos. Quanto à questão da água, na maioria (98%) responderam que a água escoada após o cultivo é lançada aos rios e valas sem tratamento específico, sendo que 45% dos entrevistados tem compreensão que a água está contaminada. Em relação à presença das indústrias beneficiadoras de arroz e do varejo não foi mencionado nenhuma ação. Na região sul de Santa Catarina o setor agroindustrial é social e economicamente importante e deveria fazer parte das agendas a preocupação e apoio, neste caso, os agricultores, o elo mais fraco da cadeia e que contribui com a viabilidade da cadeia em longo prazo.

## **Referências Bibliográficas**

PORTER, M. E.; KRAMER, M. R. Criação de Valor Compartilhado. Harvard Business Review. Boston, jan-fev 2011. Sessão A grande idéia. Disponível em: Acesso em: Agosto de 2012.

SENGE, Peter. Os sistemas amplos e a companhia. HSM Management, set-out, 2011.

## **Fonte Financiadora**

PIBIC/CNPq/UNESC

Oral - Pesquisa

Administração

## ANÁLISE DOS FATORES DE DECISÃO DE COMPRA DE UM SERVIÇO BANCÁRIO

CITADIN, L. M., LOPES, G. S. C.

luanamcitadin@hotmail.com, giselelopes@unesc.net

*Palavras-chave: comportamento do consumidor, fatores de decisão, serviço bancário*

### Introdução

O setor de serviços é aquele que mais cresce nas economias dos países desenvolvidos e/ou em desenvolvimento, permeando praticamente todos os setores da economia (DUTTA, DUTTA, 2009). Dentre os serviços existentes há os serviços bancários que são oferecidos por instituições financeiras, que em sua maioria, são compostas por bancos que têm competido acuciadamente pela preferência dos clientes que procuram, entre outras coisas, melhores preços ou tarifas, atendimento satisfatório e maior confiabilidade nos serviços prestados. Segundo Barnes (1997), nenhuma indústria de prestação de serviços parece mais interessada em estabelecer relações com os clientes do que a de serviços bancários. Quando se trata do estudo dos fatores de decisão de compra dos consumidores direcionados aos serviços bancários, não foram encontrados muitos estudos relacionados ao tema. Assim, verificar o que influencia a disposição do cliente em pagar por um serviço em detrimento de outro e as intenções de compra em um ambiente competitivo, se demonstra a sua importância. Este estudo objetiva identificar os fatores que influenciam na decisão individual de compra de um consumidor de serviços bancários.

### Metodologia

O tipo de pesquisa quanto aos fins da investigação escolhido para este estudo foi a pesquisa descritiva e quanto aos meios de investigação foi escolhida a pesquisa de campo. A amostra desta pesquisa se caracteriza por uma amostra probabilística simples considerando população infinita. Utilizando a fórmula de Barbetta (2007) se considerou um erro amostral de 5% onde resultou em uma amostra de 385 clientes. Foram selecionados os principais bancos atuantes na cidade de Criciúma/ SC, sendo eles Banco do Brasil (BB) e Caixa Econômica Federal (CEF), Banco Itaú, Santander e Bradesco.

A coleta de dados foi feita mediante um pesquisador por intermédio da aplicação de questionários pessoalmente, com perguntas fechadas. A aplicação dos questionários se deu no período de

grande fluxo de clientes nas agências bancárias durante vinte dias entre os meses de Janeiro a Fevereiro de 2013. A técnica de análise dos dados foi quantitativa onde foram utilizados os programas computadorizados Microsoft Excel e SPSS Statistics 17.0. Inicialmente se analisou o perfil dos entrevistados. Logo após foi criada a Hipótese A, onde se analisava as diferenças significativas entre os bancos dos atributos de cada fator. Para um maior aprofundamento na análise de dados, se tornou necessária a criação da Hipótese B, onde eram analisados os resultados superiores ou inferiores ao ponto central da escala de respostas que é quatro, identificando a influência de cada fator nos entrevistados.

### Resultados e Discussão

O perfil dos respondentes corresponde a uma população formada pela maioria do sexo masculino. A faixa etária entre 18 e 50 anos é dominante. A escolaridade é formada em sua maioria por pessoas que cursaram o ensino médio com uma proporção alta de pessoas com ensino superior. Mais da metade da população possui renda mensal média individual de R\$ 500,00 a R\$ 1500,00, onde costumam ser clientes de dois a cinco anos do mesmo banco e tem contas em mais de dois bancos além do pesquisado. O fator relevante para a escolha do banco para a pesquisa foi receber o salário no banco. Os fatores culturais, sociais, pessoais e psicológicos não influenciam na decisão do consumidor já os situacionais e de marketing influenciam muito na decisão de compra de um serviço bancário.

### Conclusão

O público bancário é jovem, com renda médio/ baixo e tem grande influência na escolha do banco a escolha do banco de relacionamento da empresa empregadora. Os fatores que influenciam diretamente são os fatores situacionais e principalmente os fatores de marketing onde se destacam principalmente os bancos privados Itaú e Santander.

## **Referências Bibliográficas**

BARNES, J. G. Segredos da gestão pelo relacionamento com os clientes. Rio de Janeiro: Qualimark, 2002

DUTTA, Kirti; DUTTA, Anil. Customer Expectations and Perceptions Across the Indian Banking Industry and the Resultant Financial Implications. *Journal of Service Research*, [S.l.], v. 9, n. 1, p. 31-49, 2009.

Oral - Pesquisa

Administração

## O FATOR COMPETITIVIDADE E SEU IMPACTO NA GESTÃO ESTRATÉGICA DE EMPRESAS: UM ESTUDO DO SETOR VAREJISTA EM PRAIA GRANDE, SC.

SANTOS JUNIOR, S. F., LOPES, G. S. C.

*sjunior@unesc.net, giselelopes@unesc.net**Palavras-chave: Planejamento. Estratégia. Competitividade. Gestão*

### Introdução

O pequeno município catarinense obteve no ano de 2010, aos 93 anos de emancipação, um quadro de 7.267 habitantes (SEBRAE, 2010; IBGE, 2013). Com aproximadamente 250 estabelecimentos em atividade, 36,69% destes são empresas varejistas, 35,08% empresas prestadoras de serviços e 21,77% correspondendo à área industrial (PREFEITURA MUNICIPAL DE PRAIA GRANDE, 2013).

Esses números anteriores afirmam o quão representativo é o segmento comercial varejista no país. É com essa temática em evidência que se busca compreender os fatores de impacto na gestão estratégica das empresas varejistas do município de Praia Grande, SC.

### Metodologia

De acordo com o objetivo estabelecido ao projeto em questão, o tipo de pesquisa relativa aos fins de investigação foi do tipo descritiva. Quanto aos meios de investigação, a pesquisa foi bibliográfica e de campo.

A busca pelos dados correlacionados foi realizada no período de janeiro a fevereiro de 2013, e sua extensão abrangeu a cidade de Praia Grande - SC. A pesquisa possuiu como unidade amostral as empresas varejistas participantes da CDL de Praia Grande - SC, ao objetivar um senso por essa entidade.

Essas informações foram extraídas através de dados primários, adquiridas por entrevistas em profundidade, semiestruturadas e autoadministradas. Por ser um trabalho usufruidor de entrevista em profundidade a análise dos dados obtidos foram por meio da técnica qualitativa.

### Resultados e Discussão

Seja gerente, proprietário ou sócio proprietário, o fato é que as empresas varejistas de Praia Grande - SC costumam aquecer as atividades diárias desses gestores com processos e problemas nada estratégicos e de curto prazo. Isso proporciona uma falta de tempo para discutirem sobre ações de médio e longo prazo, resultantes em crescimento organizacional. Segundo Lima (2005) isso acaba sendo um erro comum e de difícil reversão pelo fato de se impregnar na cultura da organização. Essas empresas precisam rever seus valores atribuídos às atividades de curto, médio e longo prazo, além de se preocuparem com o conteúdo das conversas estratégicas.

Hrebiniak e Joyce (1985) apresentam o posicionamento da empresa perante o determinismo ambiental e o número de escolha estratégica. Em relação a esse quadro é dito que os diversos segmentos em questão se fixam (dentro os quatros quadrantes) no quadrante IV com a escolha indiferenciada, escolha incremental e adaptação por acaso. Isso se justifica pelo baixo número de escolhas estratégicas definidas pelas empresas entrevistadas e pelo baixo determinismo ambiental observado na cidade.

### Conclusão

Essas organizações, no âmbito geral, possuem forte participação de seus proprietários em vários aspectos de tomada de decisão, seja em áreas de recursos humanos, operações, mercadológica, logística ou financeira. O fato é que os gestores dessas organizações realizam mais atividades práticas e menos atividades de gestão.

Algumas atividades estratégicas, encontradas em poucas empresas entrevistadas, são realizadas pela informalidade. Ou seja, as ações planejadas não são trabalhadas através de um documento formal, que necessite de um aprofundamento das informações inerentes à ação. Geralmente são visualizadas pelos gestores e acrescentadas no processo organizacional de forma surpresa e,

algumas vezes, pouco compreendida pelos colaboradores.

### **Referências Bibliográficas**

SEBRAE/SC. Santa Catarina em números: Praia Grande. Florianópolis, 2010. 110 p. Disponível em: . Acesso em: 26 jun. 2013.

HREBINIAK, Lawrence G.; JOYCE, William F. Organizational adaptation: strategic choice and environmental determinism. *Administrative Science Quarterly*, p. 336-349, 1985. Disponível em: . Acesso em: 26 jun. 2013.

LIMA, Edmilson de Oliveira. Visão Compartilhada, Equipe de Direção e Gestão Estratégica de Pequenas e Médias Empresas: um Estudo Multicaso e Internacional. *Enanpad*, Blumenau, n. , p.1-16, 2005. Disponível em: . Acesso em: 26 jun. 2013.

IBGE (Brasil). Cidades. Disponível em: . Acesso em: 25 abr. 2013.

## A GESTÃO DE PESSOAS SOB A PERSPECTIVA DA DIVERSIDADE NO AMBIENTE EMPRESARIAL: UM ESTUDO MULTICASOS NO SEGMENTO DE SUPERMERCADOS DE CRICIÚMA/SC

SOUZA, M. H., LOPES, G. S. C.

*mauricioheme@gmail.com, giselelopes@unesc.net*

*Palavras-chave: Diversidade. Gestão da diversidade. Quadro diversificado*

### Introdução

A gestão da diversidade tem sido um tema relevante nos estudos organizacionais. No Brasil, nos últimos anos as investigações direcionaram seus enfoques para a discussão da gestão da diversidade no âmbito organizacional relacionado as políticas e aspectos culturais (FLEURY, 2000). Ao longo do tempo, as correntes teóricas que estudam a diversidade trazem contribuições distintas sobre o tema. Thomas Jr. (1991) não restringe a diversidade somente por raça ou gênero, mas todas as características do indivíduo até o seu estilo de vida. Cox Jr e Blake (1994) destacam que a diversidade representa um sistema social, onde convivem pessoas pertencentes a grupos de diferentes significados culturais. Já Jackson e Ruderman (1996) caracterizam a diversidade em três dimensões: i) diversidade demográfica, aquela que se baseia em gênero, etnia, idade; ii) a diversidade psicológica, que inclui as crenças, valores e a iii) a diversidade organizacional, que é baseada em tempo de casa, ocupação, nível hierárquico. Numa perspectiva organizacional, Fleury (2000, p. 23) destaca que "o conceito de diversidade está relacionado ao respeito à individualidade dos empregados e ao reconhecimento desta; gerenciara diversidade implica o desenvolvimento das competências necessárias ao crescimento e sucesso do negócio".

### Metodologia

Foram selecionados intencionalmente 4 (quatro) grandes supermercados do município de Criciúma, SC (Brasil), sendo que 1 (um) autorizou a realização da pesquisa em 2 (duas) unidades. Sendo assim, a amostra consistiu de 5 (cinco) grandes supermercados cuja seleção foi pelo número de funcionários – empresas com mais de 50 funcionários. A unidade de amostragem foram os gerentes de recursos humanos destas empresas, em que o critério de escolha deste cargo foi pelo conhecimento sistêmico do gestor a respeito das políticas de gestão de pessoas vinculadas à gestão

da diversidade. O procedimento de coleta de dados foi por intermédio de uma entrevista semi-estruturada, gravada. O roteiro da entrevista foi elaborado com base na literatura a partir de variáveis consensualmente citada na literatura (JACKSON; RUDERMAN, 1996; TOMAS JR, 1991; FLEURY, 2000), que definem a diversidade como: personalidade das pessoas, orientação sexual, portadores de necessidades especiais, gênero, cor, crenças, cultura e idade.

### Resultados e Discussão

A respeito do conceito da diversidade, é possível perceber que o argumento da Empresa I se aplica ao conceito estabelecido por alguns autores (TOMAS JR, 1991; FLEURY, 2000;) que incluem este conceito na formação da diversidade.

Contudo, o conceito que a Empresa II-A apresentou se assemelha também com a definição de Fleury (2000) que a diversidade é um conjunto de pessoas que convivem em um mesmo ambiente social, porém com características diferentes. Além disso, o entrevistado tem um ponto de vista similar com o conceito formulado por Nobrega (2009), que a diversidade parte do pressuposto de que um indivíduo é diferente um do outro. Neste raciocínio a Empresa II-A destaca que faz parte da estratégia da empresa utilizar a diversidade como forma de acompanhar as demandas do mercado. Isso significa que se os clientes são diferentes entre si, cabe a empresa ser flexível a esta realidade e lidar com as mesmas ou outras diversidades demandadas pelos funcionários.

### Conclusão

Pode-se verificar que as empresas tem seu conceito definido em relação a diversidade, porém cada uma argumenta de uma forma diferente. Alguns afirmam que a diversidade é a diferença das pessoas, outros alegam que é uma maneira de agir e pensar. Além disso, muitas empresas não estabeleceram uma

forma concreta de gerenciar a diversidade, pois sendo que cada uma procura arranjar meios que resolvam os problemas naquele determinado momento. Sobre o quadro de funcionários, muitas empresas não souberam informar de forma exata se tinham um quadro de profissionais diversificados, muitas ficavam na incerteza. No entanto, algumas confirmavam que sim, mostrando o conhecimento no assunto.

Sobre as diversidades que existiam dentro da organização, cada empresa deu seu argumento.

### **Referências Bibliográficas**

FLEURY, M.T.L. (2000). Gerenciando a diversidade cultural: experiências de empresas brasileiras. Revista de Administração de Empresas. São Paulo.