

# Jornada Acadêmica Fatec Assis

TEMA JORNADA 2018  
GESTÃO COMERCIAL: NOVAS PERSPECTIVAS  
EM INFORMAÇÃO E CONHECIMENTO



CADERNO DE RESUMOS

**Fatec**  
Assis

17 de outubro de 2018

 Local: UNESP de Assis

## Sumário

A IMPORTÂNCIA DA GESTÃO INFORMATIZADA DE ESTOQUE – UM ESTUDO DE CASO EM UMA EMPRESA ALIMENTÍCIA .....	3
ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA: AS MODALIDADES DE LICITAÇÕES. ....	4
ANÁLISE DE DESEMPENHO .....	5
ANÁLISE DE FERRAMENTAS DE GESTÃO COM FOCO EM ERP'S: UM ESTUDO EM UM SUPERMERCADO VAREJISTA.....	6
ANÁLISE DE TAXAS DE JUROS NO USO DO CARTÃO DE CRÉDITO: UM ESTUDO COM ENFOQUE NO LOJISTA.....	7
COOPERATIVA DE CRÉDITO .....	8
ECONOMIA CRIATIVA.....	9
EVOLUÇÃO E DESAFIOS DA GESTÃO DE PESSOAS .....	10
GESTÃO DE PROCESSOS E A FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES .....	11
GESTÃO DOS PROCESSOS EM UMA EMPRESA CALÇADISTA: UMA ANÁLISE DO SETOR DE ESTOQUE.....	12
GESTÃO FINANCEIRA DO AGRONEGÓCIO .....	13
LIDERANÇA FEMININA: UM OLHAR DIFERENCIADO NAS ORGANIZAÇÕES CONTEMPORÂNEAS .....	14
MARKETING DE CONTEÚDO PARA NEGÓCIOS ORIUNDOS DA ECONOMIA CRIATIVA. ....	15
MOTIVAÇÃO – RELACIONAMENTO COM FUNCIONÁRIOS.....	16
O PAPEL DA COMUNICAÇÃO INTERNA NOS PROCESSOS DE ATENDIMENTO AO CLIENTE .....	17
OS PROCESSOS ORGANIZACIONAIS EM UMA CONCESSIONÁRIA DE VEÍCULOS .....	18
REMUNERAÇÃO E BENEFÍCIOS .....	19
SISTEMA FINANCEIRO DE RECEBIMENTO DO <i>E-COMMERCE</i> .....	20
SUPRIMENTO DE PESSOAL – PROCESSO DE RECRUTAMENTO E SELEÇÃO.....	21
TREINAMENTO E DESENVOLVIMENTO .....	22
UM ESTUDO SOBRE O PREÇO MÉDIO DA CESTA BÁSICA NA REGIÃO DE ASSIS.....	23
UTILIZAÇÃO DO BANCO DE DADOS NAS ORGANIZAÇÕES.....	24
UTILIZANDO RPG NO ENSINO DE GESTÃO.....	25

# JORNADA ACADÊMICA FATEC ASSIS 2018

## A IMPORTÂNCIA DA GESTÃO INFORMATIZADA DE ESTOQUE – UM ESTUDO DE CASO EM UMA EMPRESA ALIMENTÍCIA

Ana Líghia G. Palma<sup>1</sup>, Anselmo da Silva Barbosa<sup>2</sup>, Gabriela do Vale M. Negrão<sup>3</sup>, Hugo E. Gonçalves<sup>4</sup>, Juliana Ap. Silva<sup>5</sup>, Lidiane L. C. Pugliesi<sup>6</sup>, Vinícius de Moraes<sup>7</sup>, Taciana Maria Lemes de Lucca<sup>8</sup>, Rafael Augusto Oliva<sup>9</sup>, Fábio Eder Cardoso<sup>10</sup>.

*Faculdade de Tecnologia de Assis – Assis SP* <sup>1,2,3,4,5,6,7,8,9,10</sup>

*analighia\_14@hotmail.com*<sup>1</sup>, *anselmobarbosa@bol.com.br*<sup>2</sup>,  
*gabriela\_gabi\_@hotmail.com*<sup>3</sup>, *gonsalves250317@gmail.com*<sup>4</sup>,  
*julianacarvalho.silva@outlook.com*<sup>5</sup>, *llc98@hotmail.com*<sup>6</sup>,  
*viniciusgarrido99@gmail.com*<sup>7</sup>, *tacilemes@terra.com.br*<sup>8</sup>,  
*rafa\_oliva\_84@hotmail.com*<sup>9</sup>, *fabio.cardoso6@fatec.sp.gov.br*<sup>10</sup>.

O presente trabalho demonstra um estudo de caso de uma empresa do ramo alimentício com matriz em Alexandria – SP. Por se tratar de um novo empreendimento, alguns processos, como a gestão de estoque são realizados manualmente.

Os sistemas reinventaram as formas de controlar e gerenciar as tarefas em diversos setores de uma organização. A gestão de estoque se faz muito necessária, uma vez que a empresa padece com a falta de informatização, prejudicando a eficácia do processo de informação.

De acordo com Stoner (1999), as informações são compostas por quatro elementos, sendo eles: a qualidade, a quantidade, oportunidade e relevância. Dificilmente os administradores tomarão algumas decisões sem ter controle e segurança de suas atividades referente às informações.

Contudo, faz necessário o uso de informatização dos processos, visto que o valor do benefício derivado do seu uso, potencialmente proporcionará um aumento de visibilidade e a capacidade competitiva no mercado, aprimorando os serviços, reduzindo os custos e gerando lucro.

### Referências

GONÇALVES, José Ernesto Lima. **As empresas são grandes coleções de processos**. Revista de Administração de Empresas (RAE), v. 40, n.1, p. 13-14, jan./mar 2000.

STONER, J. A. F. **Administração**. 5. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

# JORNADA ACADÊMICA FATEC ASSIS 2018

## ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA: AS MODALIDADES DE LICITAÇÕES.

**Carolina Garcia da Silva<sup>1</sup>, Felipe Augusto Loose de Moraes<sup>2</sup>, Antonio Rafael Pepece Junior<sup>3</sup>**

*Faculdade de Tecnologia de Assis - Assis-SP <sup>1, 2, 3</sup>*

*carolgarcia2201@gmail.com<sup>1</sup>, felipeloosemoraes@gmail.com<sup>2</sup>,  
antonio.pepece@gmail.com<sup>3</sup>*

A administração pública pode ser dividida em dois campos: Administração Direta a qual é composta pela União, que são os Estados, o Distrito Federal, Municípios e territórios, e a Administração Indireta, entende-se por personalidade jurídica externa como autarquia, sociedades de economia mista e as fundações e empresas públicas.

O aprofundamento do tema administração pública permite a obtenção de conhecimento das modalidades de licitação, podendo ser proposto pela administração direta e indireta relacionando-se com o particular (pessoas físicas e jurídicas).

As licitações são uma forma de realizar um contrato entre público e privado, seja pessoa física ou jurídica, no entanto, cada modalidade possui suas especificidades para poder participar, cabe ao participante da licitação ter conhecimento dos requisitos e enquadrar-se nos mesmos para participar.

Para tanto, o entendimento de licitação para o ordenamento jurídico, é visto como um procedimento administrativo pelo qual um ente público, no exercício da função administrativa, abre a todos os interessados, que se sujeitem as condições fixadas no instrumento convocatório, a possibilidade de formularem propostas dentre as quais selecionará e aceitará a mais conveniente para a celebração de contrato.

O ente público pode realizar licitações para contratos de obras, serviços, compras e alienações, bem como para a concessão e a permissão de serviços públicos. Ao sujeito que pretende participar de uma licitação resta o conhecimento de suas modalidades.

Sendo a primeira modalidade prevista por lei a concorrência, a segunda modalidade tomada de preços, terceira modalidade convite, quarta modalidade concurso, quinta modalidade leilão e a sexta modalidade é o pregão.

### Referências

DROMI, José Roberto. **La licitación pública**. Buenos Aires: Astrea, 1975.

MUKAI, Toshio. **O novo estatuto jurídico das licitações e contratos públicos**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1994.

ZANELLA, Maria Sylvia; PIETRO, Di. **Direito Administrativo**. 30. ed. Rio de Janeiro: EDITORA FORENSE, 2017.

# JORNADA ACADÊMICA FATEC ASSIS 2018

## ANÁLISE DE DESEMPENHO

Filipe Daniel Bertoluci Reis<sup>1</sup>, Filipe Duviqne de Moura Michelan<sup>2</sup>, Marcos Paulo Souza Silva<sup>3</sup>, Samanta Cristina Nogueira Cardoso<sup>4</sup>, Taciana Maria Lemes de Luccas<sup>5</sup>

*Faculdade de Tecnologia de Assis – Assis-SP<sup>1, 2, 3, 4, 5</sup>*

*filipereis82@gmail.com<sup>1</sup>, filipemichelan@hotmail.com<sup>2</sup>,  
marcos.silva@taruma.sp.gov.br<sup>3</sup>, snogueiracardoso@hotmail.com<sup>4</sup>,  
tacilemes@terra.com.br<sup>5</sup>.*

As mudanças no mercado e a busca por fatores que geram competitividades das empresas, modificaram as estratégias e ações das organizações, dessa forma, ocorreu uma transformação nas relações entre empresa e funcionários, passando a exigir mais iniciativa, trabalho em equipe, ampliação de conhecimento, criatividade e comprometimentos com os resultados.

A análise de desempenho torna-se ferramenta utilizada para obter informações, comparando as pessoas que praticam funções similares, analisando as responsabilidades perante as atividades desempenhas, mensurando os resultados com base nas metas. Associando desempenho, competência, comportamentos e atributos pessoais, que serão analisadas e canalizadas para a melhoria do desempenho de todos na organização.

Os objetivos a serem atingidos é o maior desenvolvimento, entendendo as necessidades dos funcionários auxiliando nas relações de orientação entre supervisor e subordinado, o aumento da motivação, encorajando a iniciativa e o senso de responsabilidade. Auxilia no planejamento de contratações e na realocação dos funcionários, e ações que envolvem promoções, transferência, recompensas e até demissões. Destaca-se ainda o aumento da comunicação e o *feedback*, estimulando a auto avaliação e o desenvolvimento futuro, alinhando o desempenho dos funcionários com as metas organizacionais.

### Referências

CHIAVENATO, Idalberto. **Recursos humanos: o capital humano das organizações**. 10. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2015.

HANASHIRO, Darcy Mitiko Mori; Teixeira, Maria Luisa Mendes; Zaccarelli, Laura Menegon; et al. **Gestão do fator humano: Uma visão baseada em stakeholders**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2008.

IVANCEVICH, Jonh M. **Gestão de recursos humanos**; tradução Suely Sonoe Cucio; revisão técnica Ana Maria Valentini Roux, Helane Cabral. 10. Ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2008.

# JORNADA ACADÊMICA FATEC ASSIS 2018

## ANÁLISE DE FERRAMENTAS DE GESTÃO COM FOCO EM ERP'S: UM ESTUDO EM UM SUPERMERCADO VAREJISTA.

Alex André Vicente<sup>1</sup>, Ana Maria M. Reigota<sup>2</sup>, Ana Paula Servilha<sup>3</sup>, Gabriella Ev. Ambrósio<sup>4</sup>, Jéssica G. de Queiroz<sup>5</sup>, Natanael M. Lopes<sup>6</sup>, Paulo Henrique Sucegan<sup>7</sup>, Rafael A. B. Gomes<sup>8</sup>, Raiza S. V. Alarcao<sup>9</sup>, Taciana Maria Lemes de Luccas<sup>10</sup>, Rafael Auguto Oliva<sup>11</sup>, Fabio Éder Cardoso<sup>12</sup>.

*Faculdade de Tecnologia de Assis – Assis-SP* <sup>1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12</sup>

*alex\_vicente\_cm@hotmail.com*<sup>1</sup>, *anareigota@hotmail.com*<sup>2</sup>,  
*apservilha@hotmail.com*<sup>3</sup>, *gabiambrosio@outlook.com*<sup>4</sup>,  
*jessik\_goncalvesqueiroz@hotmail.com.br*<sup>5</sup>, *natanaellopes877@gmail.com*<sup>6</sup>,  
*paulo\_cm\_henrique@hotmail.com*<sup>7</sup>, *goomes.buzzo@gmail.com*<sup>8</sup>,  
*raiza\_veronessi@hotmail.com*<sup>9</sup>, *tacilemes@terra.com.br*<sup>10</sup>,  
*rafa\_oliva\_84@hotmail.com*<sup>11</sup>, *fabioeder.fatec@gmail.com*<sup>12</sup>.

O presente estudo tem como objetivo analisar as operações dentro de um supermercado varejista verificando quais são os pontos positivos e listando os problemas que ocorrem nos processos do setor de cadastro de clientes e liberação de crédito e quais as causas. Será realizada a análise das ferramentas ERP's e criado um fluxograma para mapear os principais gargalos.

Para Gonçalves (2000) processo pode ser definido como um conjunto de atividades que recebe um INPUT, agrega valor e fornece um OUTPUT, para um cliente interno ou externo. Para Oliveira (1996) processo é um conjunto de atividades em sequência com relação lógica, tem a finalidade de atender as necessidades e expectativas dos clientes. Para Laudon e Laudon (2004 pg. 15) os administradores não podem ignorar os sistemas de informações, pois eles desempenham um papel fundamental nas organizações. O ERP ajuda diretamente no modo de decidir, planejar e gerenciar, garantindo a sobrevivência da organização.

De acordo com os autores citados, o objetivo do projeto que será elaborado é aumentar a produtividade, melhorar o tempo nas atividades rotineiras, maximizar o desempenho dos colaboradores, buscar vantagens competitivas, formular novas estratégias e principalmente melhorar acesso as informações.

### Referências

- GONÇALVES, José E. Lima. **As empresas são grandes coleções de processos**. São Paulo: Revista de Administração de Empresas, jan. /mar. 2000, v. 40, p. 6-19.
- OLIVEIRA, Djalma de Pinho R. **Revitalizando a empresa: a nova estratégia de reengenharia para resultados e competitividade**: conceitos, metodologia, práticas. São Paulo: Atlas, 1996.
- LAUDON, Kenneth C.; LOUNDON, Jane P. **Sistemas de Informações Gerenciais**: Administrando a empresa digital. Tradução Arlete Simille Marques; revisão técnica Erico Veras Marques, Belmiro João. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2004.

# JORNADA ACADÊMICA FATEC ASSIS 2018

## ANÁLISE DE TAXAS DE JUROS NO USO DO CARTÃO DE CRÉDITO: UM ESTUDO COM ENFOQUE NO LOJISTA

Raiza Stephanie Veronessi Alarcao<sup>1</sup>, Thais Mayara Jacia<sup>2</sup>, Victoria Cardoso Penachini<sup>3</sup>, Antônio Rafael Pepece Junior<sup>4</sup>

*Faculdade de Tecnologia de Assis- Assis-SP* <sup>1,2,3,4</sup>

*raiza\_veronessi@hotmail.com*<sup>1</sup>, *tatajacia@hotmail.com*<sup>2</sup>, *vicardoso91@outlook.com*<sup>3</sup>, *antonio.pepece@fatec.sp.gov.br*<sup>4</sup>

Vender a prazo tem sido a forma mais popular de se adquirir bens e serviços, isso falando de níveis globais (ZUINI, 2012). Sendo assim, o tema do trabalho é a análise das taxas dos juros dentro das operações de crédito, dando ênfase no estudo das taxas, sob o ponto de vista do lojista que utiliza dos serviços e produtos das suas credenciais.

De acordo com o site do Procon-SP (2013), o cartão de crédito foi criado com o intuito de facilitar as operações comerciais possibilitando o pagamento à vista ou parcelado levando em consideração os requisitos definidos como a validade, a abrangência, o limite do cartão, dentre outros. O processo envolve a administradora que emite o cartão, o cliente que é designado como titular e o estabelecimento.

É possível identificar uma influência das taxas cobradas pelas operadoras de cartões no resultado líquido do exercício das empresas comerciais. Essa despesa vai impactar no lucro do exercício de acordo com o regime tributário que a empresa está enquadrada. (SANTOS, 2017).

Contando com a metodologia da pesquisa bibliográfica, será feita uma entrevista com uma pessoa que trabalha diretamente com o objeto em foco no presente projeto. Sendo assim, tem-se como resultado esperado encontrar algo que esteja ligado a preferência do lojista frente às taxas de juros, bem como qual sua representatividade na escolha da melhor operadora de cartão de crédito.

### Referências

SANTOS, Lilian Castelo. **Análise do impacto das taxas de cartões de crédito no resultado líquido de uma rede comercial varejista, sob a perspectiva dos regimes tributários no Brasil**. Monografia apresentada como requisito para a obtenção do Grau de Bacharel em Ciências Contábeis da Universidade de Caxias do Sul, 2017.

PROCON. Secretaria da Justiça e da Defesa da Cidadania. Governo do Estado de São Paulo (Org.). **Orientações de consumo**. 2013. Disponível em: <http://www.procon.sp.gov.br/texto.asp?id=1395> . Acesso em: 04 out 2018.

ZUINI, Priscila. **É melhor vender a vista ou a prazo?** EXAME.COM. 2012. Disponível em <https://exame.abril.com.br/pme/e-melhor-vender-a-vista-ou-a-prazo/> Acesso em: 04 out 2018.

# JORNADA ACADÊMICA FATEC ASSIS 2018

## COOPERATIVA DE CRÉDITO

Ana Paula Servilha<sup>1</sup>, Jéssica Gonçalves de Queiroz<sup>2</sup>, Maysa Coimbra Urbano<sup>3</sup>,  
Antonio Rafael Pepece<sup>4</sup>

*Faculdade de Tecnologia de Assis - Assis-SP<sup>1,2,3, 4</sup>*

*apservilha@hotmail.com<sup>1</sup>, jessik\_goncalves@hotmail.com<sup>2</sup>, maa.ya@hotmail.com<sup>3</sup>,  
antonio.pepece@fatec.sp.gov.br<sup>4</sup>*

O presente trabalho tem o intuito de demonstrar como surgiu e como funciona o sistema financeiro de uma cooperativa de crédito e como isso pode contribuir para as organizações. A cooperativa de crédito, presta serviços financeiros com vantagens diferenciadas de um banco tradicional, sendo que seu objetivo principal não é o lucro e sim a mutualidade de seus cooperados.

De acordo com Crúzio (2005, p.07) cooperativa é união de pessoas onde as necessidades de trabalho, comercialização, ou de prestação de serviços em grupo, respectivos interesses sociais, políticos e econômicos juntam-se aos objetivos coletivos da associação.

Conforme Schardong (2003, p.82) a cooperativa de crédito, tem como objetivo a captação de recursos financeiros para financiar atividades econômicas dos cooperados, administração das suas poupanças e prestação de serviços de natureza bancária.

Já de acordo com Pagnussat (2004, p.13) as cooperativas de crédito são sociedades de pessoas, constituídas com o objetivo de prestar serviços financeiros aos seus associados, na forma de ajuda mútua, baseada em valores como igualdade, equidade, solidariedade, democracia e responsabilidade social.

O objetivo é demonstrar como a cooperação pode auxiliar os gestores nos negócios mais competitivos fortalecendo a economia, compartilhando recursos e dividindo custos para explorar novas oportunidades.

### Referências

CRÚZIO, Helnon de Oliveira. **Como organizar e administrar uma cooperativa**. 4ed. Rio de Janeiro: FGV, 2005.

PAGNUSSAT, Alcenor. **Guia do cooperativismo de crédito – organização, governança e políticas corporativas**. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 2004.

SCHARDONG, Ademar. **Cooperativa de crédito: instrumento de organização econômica da sociedade** 2 ed. edição. Porto Alegre: Rigel, 2003.



# JORNADA ACADÊMICA FATEC ASSIS 2018

## ECONOMIA CRIATIVA

Luís Felipe Nascimento<sup>1</sup>, Patrícia Irina Loose de Moraes<sup>2</sup>

*Faculdade de Tecnologia de Assis - Assis-SP<sup>1,2</sup>*

*luis17417@hotmail.com<sup>1</sup>, patricia.irina@gmail.com<sup>2</sup>*

A criatividade embora seja uma característica nata aos seres humanos, nem sempre foi vista e abordada como questão relevante, um dos motivos da desatenção dada ao assunto está na falta de entendimento sobre o que é e a quem a economia criativa representa. Ao propor estudar a economia criativa, as maiores dificuldades ocorrem na coleta de informações acerca do assunto, como também na identificação a qual segmento de mercado a economia criativa faz parte, principalmente no Brasil, cujas discussões e observações sobre os negócios criativos são recentes.

Uma outra questão em relação ao tema está na complexidade em se definir quais são seus objetivos, quem compõem seu público alvo, observar se esta nova forma de fazer negócios é apenas um modismo ou uma tendência que tem revolucionado os modelos de negócios, promovendo impacto financeiro no mercado.

Destarte, procurou-se inicialmente apresentar definições acerca da economia criativa, para logo então proceder à questionamentos mais profundos, como o papel da economia criativa no mercado e sua importância nos novos modelos de negócios. A pesquisa também objetiva apresentar casos que ilustram a economia criativa, tanto no Brasil como em outros países.

Enquanto disciplina, cientificamente fundamentada, a criatividade pode ser interpretada a partir das bases teóricas do Marketing e observadas na prática através da produção da Publicidade e Propaganda, cujos, produtos, são criados para diversos grupos sociais e de consumo, expressando de formas diversas a criatividade presente nos produtos e serviços oriundos do mercado criativo.

### Referências

British Council. **A Economia Criativa**: um guia introdutório. Série Economia Criativa e Cultural do British Council/1, Ibid., 13, Ibid. 15 - 19, 2010. Disponível em: <[https://creativeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/Intro\\_guide\\_-\\_Portuguese.pdf](https://creativeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/Intro_guide_-_Portuguese.pdf)>. Acesso em: 10/05/2018.

SEBRAE. **Negócios, Cultura e Criatividade**: guia para empreender na economia criativa. SEBRAE – PE, 2015. Disponível em: <[https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/PE/Anexos/Guia\\_Empreender\\_Economia\\_Criativa.pdf](https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/PE/Anexos/Guia_Empreender_Economia_Criativa.pdf)>. Acesso em: 03/04/2018.

# JORNADA ACADÊMICA FATEC ASSIS 2018

## EVOLUÇÃO E DESAFIOS DA GESTÃO DE PESSOAS

Ana Maria Machado Reigota<sup>1</sup>, Edilaine de Oliveira<sup>2</sup>, Gabriele Avanzi Silva<sup>3</sup>,  
Jonathas Júnior Quevedo Melo<sup>4</sup>, Patricia de Oliveira<sup>5</sup>, Taciana Maria Lemes de  
Luccas<sup>6</sup>

*Faculdade de Tecnologia de Assis - Assis-SP<sup>1 2 3 4 5 6</sup>*

*anareigota@hotmail.com<sup>1</sup>, reddyoliveira@hotmail.com<sup>2</sup>,  
gabi.avanzi358@hotmail.com<sup>3</sup>,  
jonathas.melo@msn.com<sup>4</sup>, patriciaoliveira\_507@hotmail.com<sup>5</sup>,  
tacilemes@terra.com.br<sup>6</sup>.*

O Departamento Pessoal surgiu na década de 30, era específico para admissão, demissão e compensação de funcionários. Priorizava apenas o lucro, sem dar importância ao funcionário, se ele estava desempenhando a função correta na empresa, de acordo com suas características profissionais. Na década de 90 esse pensamento começou a ser mudado, pois perceberam que não estavam trazendo um retorno esperado, pois tratava o funcionário apenas como um número. Como todas as organizações, as empresas necessitavam de pessoas integradas, motivadas e qualificadas para realizar seus objetivos. Foi com essa visão que se originou o departamento de Recursos Humanos, já com uma nova forma de tratamento ao funcionário, fazendo-o se sentir bem dentro da empresa, o qualificando profissionalmente e premiando de acordo com suas metas alcançadas, e principalmente promovendo o seu crescimento dentro da organização. Atualmente, as empresas se aprimoraram e desenvolveram novos conceitos, pautados na motivação e aproveitamento do que há de melhor em cada colaborador. Preocupando-se cada vez mais com desenvolvimento, participação e capacitação do bem mais precioso de uma organização, que são as pessoas que a compõe, a essa nova visão estratégica deram o nome de gestão de pessoas. Diante de um mercado cada vez mais exigente e competitivo, as empresas devem procurar soluções para manter sua competitividade e garantir seu crescimento. Muitas dessas empresas enxergam nos seus profissionais um diferencial competitivo, por isso estão cada vez mais empenhadas em desenvolver suas competências

### Referências

CARDOSO, Juliana de Moraes; FARIAS, Patrícia Barbosa; MARIA, Danielli; SILVA, Angela Maria da. **Distinção entre Departamento pessoal, Recursos Humanos e Gestão de Pessoas.** Jacareí. Disponível em <[http://www.inicepg.univap.br/cd/INIC\\_2011/anais/arquivos/0126\\_0072\\_01.pdf](http://www.inicepg.univap.br/cd/INIC_2011/anais/arquivos/0126_0072_01.pdf)>. Acesso em: 04/10/2018.

CHIAVENATO, Idalberto. **Novos paradigmas:** como as mudanças estão mexendo com as empresas. 5. ed. rev. e atual. São Paulo: Manole, 2008

# JORNADA ACADÊMICA FATEC ASSIS 2018

## GESTÃO DE PROCESSOS E A FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES

Ana Caroline Marin<sup>1</sup>, Beatriz Silva<sup>2</sup>, Fernanda Silva<sup>3</sup>, Jéssica Rabelo<sup>4</sup>, Jiulhia Pereira<sup>5</sup>, Lucas Gomes<sup>6</sup>, Taciana Maria Lemes de Luccas<sup>7</sup>, Fabio Eder Cardoso<sup>8</sup>  
Rafael Augusto Oliva<sup>9</sup>

*Faculdade de Tecnologia de Assis<sup>1,2,3,4,5,6,7,8,9</sup>*

*carolinemarin04@gmail.com<sup>1</sup>, beatriz.xisd@hotmail.com<sup>2</sup>,  
fernanda.silva1429@gmail.com<sup>3</sup>, jessicahoff44@gmail.com<sup>4</sup>, jiulhia@gmail.com<sup>5</sup>,  
lucas\_gomes@hotmail.com<sup>6</sup>, tacilemes@terra.com.br<sup>7</sup>,  
fabioeder.fatec@gmail.com<sup>8</sup>, rafa\_oliva\_84@hotmail.com<sup>9</sup>.*

As organizações buscam implementar uma gestão de qualidade para controlar fatores internos e externos, isso influencia diretamente na qualidade de seus serviços. Em se tratando de clientes, sabe-se que estão cada vez mais exigentes e o mercado é extremamente competitivo.

Segundo Kotler, Hayes e Bloom (2002, p. 58) fazer com que os clientes se sintam especiais e importantes, estabelece empatia. Sendo assim, os clientes satisfeitos elevarão a propaganda do seu negócio e se fidelizarão.

Com base nos processos de negócios de um correspondente bancário, no segmento crédito consignado, verificamos fatores importantes quanto: 1) Abordagem ao cliente: É fundamental trabalhar a qualidade no atendimento, transmitindo segurança, empatia, respeito e credibilidade; 2) Identificar a necessidade do cliente; 3) Identificar e oferecer todas as possibilidades de contratação; 4) Efetivar a contratação, se colocando à disposição caso houver dúvidas ou possíveis demandas; 5) Manter o bom relacionamento, é imprescindível que haja uma base de dados dos clientes e o relacionamento se mantenha.

Uma gestão eficaz controla as ações necessárias para o adequado funcionamento da empresa e também garante sucesso futuro. Os processos quebram paradigmas, permitindo uma visão abrangente e integrada.

### Referências:

KOTLER, Philip; HAYES, Tom e BLOOM, Paul. **Marketing de Serviços profissionais**. 2. ed. São Paulo: Manole, 2002.

GONÇALVES, José Ernesto Lima. **As empresas são grandes coleções de processos**. Revista de Administração de Empresas (RAE), v. 40, n.1, p. 13-14, jan./mar 2000.

# JORNADA ACADÊMICA FATEC ASSIS 2018

## GESTÃO DOS PROCESSOS EM UMA EMPRESA CALÇADISTA: UMA ANÁLISE DO SETOR DE ESTOQUE

Alana Leimi Tomazim Shibanuma<sup>1</sup>, Gleyce Hellen Santana Barbosa<sup>2</sup>,  
Jhaine Érica Silva<sup>3</sup>, Josiane Maria Gonçalves<sup>4</sup>, Nathalia Barreto<sup>5</sup>, Patrícia L.  
Costa Vieira<sup>6</sup>, Fábio Eder Cardoso<sup>7</sup>, Rafael A. Oliva<sup>8</sup> e Taciana M. Lemes de  
Luccas<sup>9</sup>

*Faculdade de Tecnologia de Assis - Assis-SP* <sup>1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9</sup>

*alana\_tomazim@hotmail.com*<sup>1</sup>, *gleyce\_plat@hotmail.com*<sup>2</sup>,  
*jhaine.eric@hotmail.com*<sup>3</sup>, *josy\_annemg@hotmail.com*<sup>4</sup>,  
*nathaliapedrombarreto@gmail.com*<sup>5</sup>, *pati.loes@gmail.com*<sup>6</sup>,  
*fabioeder.fatec@gmail.com*<sup>7</sup>, *rafael.oliva@fatec.sp.gov.br*<sup>8</sup>, *tacilemes@terra.com.br*<sup>9</sup>

O presente trabalho busca conhecer, analisar e diagnosticar os problemas nos processos da referida organização, aumentando a efetividade dos resultados positivos usando softwares atualizados que proporciona maior segurança e controle da administração. A empresa está a mais de trinta anos no mercado, tendo como segmento principal sapatos, bolsas e meias.

Tem como pontos fortes: agilidade na efetivação da compra, variedades de pagamento, local climatizado, prazo longo para troca, facilidade de terceiros com autorização. Em contradição tem como ponto fraco: falta de estacionamento, pouco estoque, espaço pequeno e software desatualizado.

A partir dessa análise constata-se que são necessárias soluções eficientes para os problemas de administração. De acordo com Barcellos (2015), as empresas necessitam conhecer os valores do seu público alvo, pois é um diferencial, em contrapartida apresenta-se o cliente que procura se satisfazer com produtos ou serviços que lhe agradam.

Barbará (2014), confirma que a gestão por processos é uma aplicação na empresa com o intuito de melhorar a cadeia de processos, satisfazendo todos os interessados e aumentando o desempenho do sistema, com um resultado efetivo.

Espera-se ter bons resultados ao implantar um novo sistema na entidade comparando o fluxograma de entradas e saídas de produtos, para que assim, diminua perdas e compras em excesso. Pretende-se também, aprimorar o controle do estoque para manter e agregar valor à loja no mercado conseguindo atender as expectativas dos clientes e, desse modo, atualizando seu novo padrão de consumo.

### Referências

- BARCELLOS, P. et al. **A adoção da estratégia de enfoque em diferenciação: O caso do vinho Kosher no mercado brasileiro.** Rev. Portuguesa e Brasileira de Gestão, Lisboa, v. 14, n. 3, p. 02, set. 2015. Disponível em: <[http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S1645-44642015000300002&lng=pt&nrm=iso](http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1645-44642015000300002&lng=pt&nrm=iso)>. Acesso em: 01 out. 2018.
- BARBARÁ, Saulo. **Gestão por processos: Fundamentos, técnicas e modelos de implementação.** 2º ed. Rio de Janeiro: Qualitymark Editora, 2014.

# JORNADA ACADÊMICA FATEC ASSIS 2018

## GESTÃO FINANCEIRA DO AGRONEGÓCIO

Barbara Cavalcante<sup>1</sup>, Lais Ferreira<sup>2</sup>, Carlos Eduardo Lima<sup>3</sup>, Antonio Rafael Pepece Junior<sup>4</sup>.

*Faculdade de Tecnologia de Assis - Assis-SP<sup>1, 2, 3, 4</sup>*

baabingrid@hotmail.com<sup>1</sup>, laiz.s.ferreira@gmail.com<sup>2</sup>, clima090182@gmail.com<sup>3</sup>, antonio.pepece@gmail.com<sup>4</sup>.

O agronegócio no Brasil representa mais de 20% de toda a riqueza produzida e está entre as três mais importantes atividades econômicas de nosso país. Figura entre os 5 maiores produtores de grãos e pecuária do mundo, e como inserido no mercado global sofre interferências dos mesmos na composição de preço, tais como embargos e subsídios, principalmente dos EUA, que exercem grande pressão nos preços nacionais.

O tema deste trabalho foi escolhido para que seja feita uma análise na administração do sistema financeiro do agronegócio, na formação de preços, sazonalidade e cooperativismo. Aplicando as ferramentas estudadas durante o curso de Gestão Comercial, levou-se em conta a produtividade da região e a proximidade com agricultores.

Serão analisados aspectos fundamentais do agronegócio, como por exemplo, os atravessadores que influenciam na atividade e podem de certa forma atrapalhar as comercializações. Analisar os *comodities* quanto ao processo de negociação, e a importância do cooperativismo, que está relacionado a redução de custos, analisar a precificação, na influência da sazonalidade, ou seja, o que acontece no seu determinado período, relacionado a plantio e colheita

O trabalho tem como objetivo identificar a importância da administração financeira do agronegócio, qual funcionamento desde o plantio até a comercialização e no que influenciam na economia. Como alguns aspectos impactam e são impactados nas atividades econômicas como um todo.

### Referências

Agricultura, Notícias, PIB. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/noticias/agropecuaria-puxa-o-pib-de-2017>>. Acesso em 01/10/2018.

BRUNI, Adriano Leal. **Gestão de custos e formação de preços**. 4<sup>o</sup> edição. São Paulo: Atlas, 2007.

# JORNADA ACADÊMICA FATEC ASSIS 2018

## LIDERANÇA FEMININA: UM OLHAR DIFERENCIADO NAS ORGANIZAÇÕES CONTEMPORÂNEAS

Bruna Barboza de Oliveira<sup>1</sup>, Tatiana Aparecida Silva<sup>2</sup>, Angela Simone Roqui Oliva<sup>3</sup>

*Faculdade de Tecnologia de Assis - Assis-SP<sup>1, 2, 3</sup>*

*bruhholliveira@hotmail.com<sup>1</sup>, tatianasfernandes@outlook.com<sup>2</sup>,  
angelronqui@yahoo.com.br<sup>3</sup>*

O tema central desse trabalho é a liderança feminina, abordando, primeiramente, o conceito de liderança e, em seguida, a concepção de liderança feminina, sua origem, atribuições, dificuldades e evolução ao longo da história. O presente estudo teve por objetivo apresentar a evolução da participação da mulher no mercado de trabalho brasileiro, a progressiva ocupação em cargos de liderança e, por fim, buscou identificar se, de fato, existe um diferencial nessa liderança para as empresas. Foi realizada uma pesquisa bibliográfica sobre os temas de liderança e liderança feminina, mais especificamente, o papel da mulher e evolução no contexto do trabalho. Os resultados obtidos por meio da pesquisa evidenciaram que mulheres em cargos de liderança demonstram facilidade no relacionamento interpessoal, sensibilidade, empatia, compartilhamento de ideias e vontade de ajudar, apontando esse conjunto de características como sendo o principal diferencial da gestão feminina diante da liderança de uma organização.

A real inserção da mulher no mercado de trabalho no mundo ocidental teve início a partir da I e II Guerras Mundiais, pois até então o papel dos sexos estava bem definido, por costumes e tradições apoiados nas leis. Ademais, as atividades realizadas pelas mulheres, além de não serem remuneradas, não eram vistas como cargos a serem ocupados no mercado de trabalho. (SAMARA, 2002, p. 122)

Atualmente, grande parte das organizações busca por profissionais dinâmicos e com múltiplas qualidades. Sendo assim, optam por ter mulheres exercendo o cargo de liderança dentro de suas empresas. (VRIES, 2010, p. 38) Apesar de toda a evolução da mulher no mundo dos negócios, passando a desempenhar atividades que eram antes exclusivamente masculinas, e apesar de ter adquirido mais instrução, com o aumento do nível de escolaridade, os salários não acompanharam este crescimento. O grande desafio da atualidade para as mulheres dessa geração é tentar reverter o quadro da desigualdade salarial entre homens e mulheres. As mulheres têm um grande papel a desempenhar nesse momento de crise e de incertezas, dotando as empresas de vantagem competitiva inquestionável.

### Referências

- SAMARA, Eni de Mesquita. **O que mudou na família brasileira?** Da colônia à atualidade. Vol. 13. n° 2. São Paulo: USP, 2002. [2] SOBRENOME, Nome dos autores. **Título do Livro**, edição. Tradução, cidade: Editora, ano.
- VRIES, Manfred F. R. Kets de. **Reflexões sobre Caráter e Liderança**. Tradução: Ayresnede Casarin Rocha. Porto Alegre: Bookman Cia. Ltda., 2010.

# JORNADA ACADÊMICA FATEC ASSIS 2018

## MARKETING DE CONTEÚDO PARA NEGÓCIOS ORIUNDOS DA ECONOMIA CRIATIVA.

Felipe Augusto Loose de Moraes<sup>1</sup>, Patrícia Irina Loose de Moraes<sup>2</sup>

*Faculdade de Tecnologia de Assis - Assis-SP<sup>1,2</sup>*

*felipeloosemoraes@gmail.com<sup>1</sup>, patricia.irina@gmail.com<sup>2</sup>*

Com o desenvolvimento dos meios de comunicação, ocorrido por meio das novas tecnologias, um novo modo de praticar negócios surge. Esse novo modelo trata-se da economia criativa, embalada pelos valores culturais e valores econômicos, passou por grandes transformações em seu conceito. Vista antes, como atividades nas quais as pessoas pensavam quando deixavam de trabalhar, passa a ser atividade praticada até por indústrias, as quais receberam a denominação de indústrias criativas.

Verifica-se que o termo economia criativa é amplo e atende uma gama grande de atividades, mas o destaque ou problematização da pesquisa é observar se o marketing de conteúdo viabiliza a entrega de valores ou daquilo que simbolizam ao consumidor final.

O objetivo geral da pesquisa busca entender como a economia criativa identifica o conteúdo relevante e valioso, próprio da ferramenta de marketing de conteúdo para canalizá-los a potenciais consumidores. Entre os objetivos específicos da pesquisa, estão as definições acerca da economia criativa e marketing de conteúdo, à observação quanto a viabilidade da ferramenta para divulgação dos produtos e serviços advindos da economia criativa, e como impacta o consumidor nos meios de comunicação online.

A posteriori foi possível observar que para empreender na economia criativa é necessário ter conhecimento sobre consumidores, de modo particular àqueles que consomem antes dos produtos ou serviços os valores, a ideologia e conceitos que representam, para então engajar os esforços especificamente para o desenvolvimento de conteúdos relacionados ao negócio, de forma a permitir canalizar os esforços de marketing ao público alvo ou potencial.

### Referências

SERRA, Neusa; FERNANDES, Rafael Saad. **Economia criativa: da discussão do conceito à formulação de políticas públicas.** Revista de Administração e Inovação, São Paulo, v. 11, n. 4, p. 355-372, out./de z. 2014. Disponível em: <file:///home/nix/Downloads/110253-198047-1-PB.pdf>. Acesso em 25 de julho de 2018.

SEBRAE. **Marketing de Conteúdo para alavancar sua empresa: Buscar alternativas de divulgação online não é uma questão de opção, mas de sobrevivência no mercado.** Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mg/artigos/marketing-de-conteudo-para-alavancar-a-sua-empresa,c1bda7d6f72d7510VgnVCM1000004c00210aRCRD> Acesso em: 10/09/2018.

# JORNADA ACADÊMICA FATEC ASSIS 2018

## MOTIVAÇÃO – RELACIONAMENTO COM FUNCIONÁRIOS

Allan Oliveira Silva<sup>1</sup>, Bruno Vila Verde Nogueira<sup>2</sup>, Heber Pereira Barbosa<sup>3</sup>  
Taciana Maria Lemes de Luccas<sup>4</sup>

*Faculdade de Tecnologia de Assis - Assis-SP<sup>1, 2, 3, 4</sup>*

*allan@ciavolella.com.br<sup>1</sup>, bruno.nog01@gmail.com<sup>2</sup>,  
heberpereirabarbosa@hotmail.com<sup>3</sup>, tacilemes@terra.com.br<sup>4</sup>*

O presente trabalho sobre a motivação e sua relação com funcionários, aborda teorias de acadêmicos renomados e reconhecidos por suas contribuições com obras de significativa relevância sobre este importante assunto, essas conhecidas como Teorias Clássicas foram pioneiras e básicas, devido a sua importância na história da gestão empresarial, entre elas podemos citar a Teoria Dos Dois Fatores, que defende que o nível de produtividade e tem variação com o nível de motivação do funcionário, a Teoria Das Necessidades de Mc Clelland, que enfoca as necessidades de realização, necessidades de poder e necessidade de afiliação, e também a Teoria X e Teoria Y, criadas por Douglas McGregor, que relatam diferentes visões que os gestores podem ter de seus funcionários. Aborda-se também dentro da Motivação, o comportamento humano, que argumenta que o desejo e o receio são forças ativas impulsionadoras para a busca de resultados como status, receita financeira e poder, destaca-se sobre o Ciclo Motivacional, provocado por uma insatisfação ou desconforto com alguma situação ou necessidade, e que havendo obtenção de êxito o retorna ao ambiente equilibrado. A Produtividade também é identificada sob a ótica de outro autor, conhecida como um método de avaliação para a eficiência de um determinado processo de produção de bens ou serviços, e associa-se as questões de Motivação e Produtividade, considerando que o clima organizacional influencia diretamente na expectativa que os funcionários têm em relação à empresa.

Para uma maior clareza e assertividade de dados apresentados neste trabalho, foi realizada uma pesquisa de campo em empresas da região, e com a posterior análise dos dados será possível uma melhor compreensão da importância da motivação de todos os integrantes da empresa.

### Referências

CHIAVENATO, Idalberto. **Recursos Humanos**: O capital humano das organizações. 10 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2015.

\_\_\_\_\_. **Administração de Recursos Humanos**: Fundamentos básicos. 8 ed. Barueri: Manole, 2016.

LACOMBE, Francisco. **Recursos Humanos**: Princípios e tendências. 2 ed. Pinheiros: Saraiva, 2014.



# JORNADA ACADÊMICA FATEC ASSIS 2018

## O PAPEL DA COMUNICAÇÃO INTERNA NOS PROCESSOS DE ATENDIMENTO AO CLIENTE

Daniella de Cássia Marroni Ortiz<sup>1</sup>, Taciana Maria Lemes de Luccas<sup>2</sup>

*Faculdade de Tecnologia de Assis - Assis-SP<sup>1,2</sup>*

*daniortiz2203@gmail.com<sup>1</sup>, tacilemes@terra.com.br<sup>2</sup>*

A Comunicação Interna é a interação entre os processos dentro de uma organização, seja ela com ou sem fins lucrativos. Essa comunicação é a responsável por fazer chegar informações, tanto na forma vertical como horizontal dentro das organizações, ampliando a visão do funcionário e proporcionando um conhecimento sistêmico do processo.

Questiona-se se o atendimento ao cliente pode ser prejudicado por falta de comunicação interna na organização e dessa forma é traçado o objetivo geral da pesquisa que é analisar a importância da comunicação interna nos processos organizacionais.

Para uma gestão de excelência, onde os clientes, sejam eles internos (funcionários) e externos, recebem as mensagens de forma clara, gerando relacionamento. A comunicação deve ser estratégica e interligada aos processos organizacionais.

Para uma gestão de excelência é preciso que exista comunicação, que começa dentro da organização para que assim gere mais relacionamento com seus clientes externos. A comunicação tem fundamental importância no sucesso nas organizações, atualmente adaptações são necessárias para minimizar a insatisfação dos clientes, aproximando mais a organização deles de forma inovadora e criativa.

A pesquisa terá como base artigos científicos, dissertações, teses, livros e a realização de uma pesquisa de campo. Será realizada no município Assis – SP os sujeitos serão profissionais de empresas públicas e privadas.

### Referências

ROBBINS, Stephen P. **Comportamento organizacional: teoria e prática no contexto brasileiro**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

\_\_\_\_\_. **A nova administração**. São Paulo: Saraiva, 2014.

WALKER, Robyn. **Gerenciamento estratégico de comunicação para líderes**. São Paulo: Cengage Learning, 2015.

# JORNADA ACADÊMICA FATEC ASSIS 2018

## OS PROCESSOS ORGANIZACIONAIS EM UMA CONCESSIONÁRIA DE VEÍCULOS

Lucas S Gebin<sup>1</sup>, Caroline Machado<sup>2</sup>, Silvano Rodrigues<sup>3</sup>, Fabio Roberto<sup>4</sup>,  
Maykon Maia<sup>5</sup>, Gustavo Piranga<sup>6</sup>, Taciana Maria Lemes de Luccas<sup>7</sup>, Fabio Eder  
Cardoso<sup>8</sup>, Rafael Augusto Oliva<sup>9</sup>

*Faculdade de Tecnologia de Assis - Assis-SP <sup>1,2,3,4,5,6,7,8,9</sup>*

*lucasgebin99@gmail.com<sup>1</sup>, carolperkoski@gmail.com<sup>2</sup>, silvanorp@yahoo.com.br<sup>3</sup>,  
fabdom05@gmail.com<sup>4</sup>, maykon@atracaofiat.com.br<sup>5</sup>,  
gustavopmiguell@hotmail.com<sup>6</sup>, tacilemes@terra.com.br<sup>7</sup>,  
fabioeder.fatec@gmail.com<sup>8</sup>, rafael.oliva@fatec.sp.gov.br<sup>9</sup>.*

O presente trabalho tem como base reunir elementos das disciplinas de Gestão de Processos, Cadeia de Suprimentos e Sistema da Informação em Banco de Dados, seu desenvolvimento se dá por uma pesquisa de campo em uma concessionária de veículos, onde se possa identificar os processos de venda de veículos e seus sistemas, pessoas, e ferramentas inseridos no funcionamento desta organização.

O objetivo é criar um relacionamento com o cliente desde seu primeiro atendimento, sistematizando todas as informações adquiridas na venda e finalizar com o pós-venda. Espera-se com este trabalho obter as informações com maior precisão e maior agilidade para sempre que necessário tomar as decisões mais assertivas possível. Mas além do que se espera de positivo, alguns problemas nos ambientes computacionais podem influenciar negativamente, pois para a execução de um processo de negócios, diversos softwares podem ser acionados e esses podem operar em diferentes ambientes sendo eles dentro ou fora da empresa e a interrupção ou lentidão de um desses sistemas pode comprometer a execução de todo o processo.

Justifica-se esse trabalho por buscar a criação de um projeto que possa facilitar análises e consultas de vendas e registros efetuadas, como também obter relatórios de qualquer período desejado num determinado intervalo, no qual proporcionará dados concretos.

### Referência

DE SORDI, José Osvaldo. **Gestão por processos: uma abordagem da moderna administração**. 4. ed – São Paulo :Saraiva, 2014, p. 175.

# JORNADA ACADÊMICA FATEC ASSIS 2018

## REMUNERAÇÃO E BENEFÍCIOS

**Diego Medeiros<sup>1</sup>, Luciane Gomes da Silva<sup>2</sup>, Luciene de Souza<sup>3</sup>, Rogerio Garcia<sup>4</sup>, Taciana Maria Lemes de Luccas<sup>5</sup>**

*Faculdade de Tecnologia de Assis - Assis-SP<sup>1,2,3,4,5</sup>*

*medeiros.diego@yahoo.com.br<sup>1</sup>, gomesluciane96@gmail.com<sup>2</sup>, lumalo2011@gmail.com<sup>3</sup>, roger.alfa2@gmail.com<sup>4</sup>, tacilemes@terra.com.br<sup>5</sup>.*

Ao longo dos anos as sociedades foram modificando suas formas de pagamento pelos serviços prestados pelos trabalhadores. Da simples troca, escambo até o pagamento em moeda.

Para que possamos colher um maior número de informações sobre o tema em questão, usaremos como metodologia do estudo de caso uma empresa da cidade de Assis-SP que atua no transporte e comercialização de bagaço de cana, iremos explorar através de pesquisa qualitativa as opiniões dos funcionários a respeito da satisfação dos benefícios recebidos desta referida empresa.

Sabe-se que no mercado atual as empresas estão, cada vez mais, preocupadas com o nível de satisfação de seus funcionários e são poucas aquelas que se propõem a realizar um estudo que aponte alguns indicadores neste sentido com a finalidade de descobrir as causas das insatisfações e satisfações de seus funcionários.

Portanto, uma vez que a empresa se conscientiza da importância da valorização do funcionário, isto é, funcionário motivado é igual a maior produtividade, optam por criar várias formas de motivação, surgindo assim o benefício.

### Referências

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas**: o novo papel dos recursos humanos nas organizações. São Paulo, 4<sup>a</sup> Ed., Manole, 2014.

CHIAVENATO, Idalberto. **Recursos Humanos**: o capital humano das organizações. 10<sup>a</sup> Ed, Rio de Janeiro. Elsevier, 2015.

# JORNADA ACADÊMICA FATEC ASSIS 2018

## SISTEMA FINANCEIRO DE RECEBIMENTO DO *E-COMMERCE*

Andréa dos Santos Oliveira Costa<sup>1</sup>, Antônio Aparecido Zupa<sup>2</sup>, Antonio Rafael Pepece Junior<sup>3</sup>, Edilene Mota de Souza Henrique<sup>4</sup>, Liliane Maria de Gênova Claudino<sup>5</sup>

*Faculdade de Tecnologia de Assis - Assis-SP*<sup>1,2,3, 4 e 5</sup>

*andreasocosta2017@gmail.com*<sup>1</sup>, *antoniozupa33@gmail.com*<sup>2</sup>,  
*antonio.pepece@gmail.com*<sup>3</sup>, *edimottas@gmail.com*<sup>4</sup>, *liligenova@gmail.com*<sup>5</sup>

*E-Commerce* ou comércio eletrônico é um segmento associado a dois pensamentos, economia para os consumidores e lucro para os gestores, tratando-se assim de uma poderosa ferramenta para o varejo *online*, proporcionando um canal direto com o cliente evitando “atravessadores” aumentando o faturamento e reconhecido no mercado econômico, independente do porte da empresa ou do ramo do negócio, reunindo conhecimento tecnológico com o estratégico operacional das organizações. A tecnologia se faz necessária no comércio eletrônico auxiliando na integração de múltiplos canais, melhoria na logística de entrega, atendimento ao cliente, monitoramento da audiência, atendimento ao usuário, melhoria na experiência do cliente e redução nas taxas de desistência da compra.

Os dispositivos móveis são de importância fundamental no comércio eletrônico pois representam 32% das transações realizadas, onde lojas virtuais procuram adaptar suas campanhas de *Marketing* ao mercado *Mobile* para que não se perca vendas.

Com o uso do *E-Commerce*, as formas de pagamento se tornaram muito mais práticas tendo como opções o *PayPal*, PagSeguro, boleto bancário, Mercado Pago, cartões de crédito/débito, *BitCoin* (Moeda Eletrônica). Uma das grandes vantagens de se trabalhar com o comércio eletrônico enquanto gestor é a garantia de recebimento em relação às vendas.

### Referências

REGIS, Victor. **A História do E-Commerce**. E-Book, 2018. Disponível em: <http://www.cartolacomunicacao.com.br/blog/10-e-commerce/48-a-historia-do-ecommerce>. Acesso em 01/09/2018

ROCUMBACK, Alan. **Dados sobre E-Commerce**. Ciclo, 2017. Disponível em: <https://blog.cicloagenciadigital.com.br/dados-sobre-e-commerce-2016-2017/>. Acesso em 01/09/2018

LUNARDI, Luiz M. **Plataformas E-Commerce**. JET NEO, 2018. Disponível em: [www.jetecommerce.com.br](http://www.jetecommerce.com.br). Acesso em 01/09/2018

# JORNADA ACADÊMICA FATEC ASSIS 2018

## SUPRIMENTO DE PESSOAL – PROCESSO DE RECRUTAMENTO E SELEÇÃO

Anderson Roberto Furlan<sup>1</sup>, João Fernando Vezzoni Daniel<sup>2</sup>, Katy Taysa Reis Pereria<sup>3</sup>, Rinaldo Henrique Dore Jacob<sup>4</sup>, Taciana Maria Lemes de Luccas<sup>5</sup>

*Faculdade de Tecnologia de Assis - Assis-SP<sup>1, 2, 3, 4, 5</sup>*

*andersonregionaltelhas@gmail.com<sup>1</sup>, katytaysa1@gmail.com<sup>2</sup>, fernandovezzoni@hotmail.com<sup>3</sup>, rick.dore@hotmail.com<sup>4</sup>, tacilemes@terra.com.br<sup>5</sup>*

O presente trabalho aborda o tema de Suprimento de pessoal – Processo de recrutamento e seleção. O recrutamento corresponde ao modo pelo qual a organização atrai candidatos para alimentar o seu processo seletivo, divulgando e oferecendo oportunidades de trabalho. A seleção de pessoas atua como uma espécie de filtro permitindo que apenas alguns candidatos possam ingressar na organização. Se faz necessário que estes possuam as características e competências essenciais para o negócio.

São apresentadas também neste trabalho algumas técnicas de recrutamento, avaliação dos resultados do recrutamento, o foco do processo seletivo e modelos de colocação, seleção e classificação dos candidatos.

### Referências

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas**: O novo papel dos recursos humanos nas organizações. 4 ed. Barueri: Manole, 2014.

IVANCEVICH, John M. **Gestão de recursos humanos**. 10 ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2008.

# JORNADA ACADÊMICA FATEC ASSIS 2018

## TREINAMENTO E DESENVOLVIMENTO

**Sabrina Eugênia da Silva<sup>1</sup>, Tamires Soares de Oliveira<sup>2</sup>, Vinícius Bueno<sup>3</sup>,  
Taciana Maria Lemes de Luccas<sup>4</sup>.**

*Faculdade de Tecnologia de Assis - Assis-SP<sup>1,2,3,4</sup>*

*Sabrinasilva1748@gmail.com<sup>1</sup>, tamihsoares39@gmail.com<sup>2</sup>,  
Bueeno18@gmail.com<sup>3</sup>, tacilemes@terra.com.br<sup>4</sup>.*

O estudo aborda o conceito de treinamento, sendo esse um processo de aprendizado que auxilia o profissional a atingir a eficiência exigida no trabalho (presente e futuro) mediante o desenvolvimento de hábitos apropriados de pensamento, ações, atitudes, comportamentos e técnicas

Também se destacam as técnicas de treinamento que são divididas em três etapas:

1. Quanto ao uso: podendo ser técnicas de treinamento orientadas para o conteúdo; orientadas para o processo; técnicas de treinamento mistas.

2. Quanto ao tempo: podendo ser treinamento de indução ou de interação à empresa; treinamento depois do ingresso no trabalho.

3. Quanto ao local de aplicação: podendo ser treinamento no local de trabalho e ou treinamento fora do local do trabalho.

Outro fator relevante e associado ao tema do estudo é o desenvolvimento de pessoas. O método está relacionado ao aprimoramento do conhecimento e das habilidades de natureza complexa e não estruturadas. Trata-se da capacidade de acumular conhecimentos e informações que podem melhorar efetivamente o desempenho de um colaborador em sua função.

### Referências

ALVES, Pedro. **Treinamento e Desenvolvimento**. Disponível em: <<https://www.rhportal.com.br/artigos-rh/treinamento-e-desenvolvimento-2/>>. Acesso em: 13 set. 2018.

CHIAVENATO, Idalberto. **Novos paradigmas**: como as mudanças estão mexendo com as empresas. 5. ed. rev. e atual. São Paulo: Manole, 2008

# JORNADA ACADÊMICA FATEC ASSIS 2018

## UM ESTUDO SOBRE O PREÇO MÉDIO DA CESTA BÁSICA NA REGIÃO DE ASSIS

João Luiz dos Santos<sup>1</sup>, Manoel Ferro<sup>2</sup>, Antônio Rafael Pepece Jr<sup>3</sup>.

*Faculdade de Tecnologia de Assis - Assis-SP<sup>1,2,3</sup>*

*Joaoluiz6594@gmail.com<sup>1</sup>, ferrinho40@hotmail.com<sup>2</sup>, arpepece@gmail.com<sup>3</sup>*

O objetivo do trabalho baseou-se na apresentação de um estudo sobre o preço médio da cesta básica na região de Assis, que, em função de sua posição geográfica e conformações socioeconômicas, não possui indicadores regionais que divulguem informações precisas desta natureza. Baseado em modelos de uso do PROCON/SP, o critério de menor preço foi utilizado para a aquisição dos dados nos principais supermercados em Assis e região. Esses dados foram analisados usando técnicas padronizadas de estatística. As informações obtidas foram tabuladas e analisadas em relação as possíveis variações e suas causas. De maneira a se obter um resultado o mais próximo possível da realidade, as variações nos preços da cesta básica foram comparadas com as variações da inflação ocorridas no mesmo período. Durante os dois anos de duração da pesquisa, início no segundo semestre de 2015 até junho de 2017, observou-se que o preço médio da cesta básica pesquisada em Assis e região apresentou variações semelhantes às da capital do estado, apesar de Assis ter valores médios significativamente mais baixos. Podem ser apontadas como possíveis influências para as variações no mercado a sazonalidade, crise política no país e também intempéries. Apesar de usar um período fixo para a coleta de dados, os resultados podem ser continuamente atualizados de maneira a garantir a continuidade do trabalho. Além disso, este estudo é suficientemente flexível para se estender a diferentes perspectivas.

### Referências

CRESPO, A.A. **Estatística Fácil**. 19. ed. Atual. São Paulo: Saraiva, 2009.

GREMAUD, A. P.; VASCONCELLOS, M. A. S. D.; JR, R. T. **Economia brasileira contemporânea**. 7<sup>a</sup>. ed. São Paulo: Atlas, 2015.

# JORNADA ACADÊMICA FATEC ASSIS 2018

## UTILIZAÇÃO DO BANCO DE DADOS NAS ORGANIZAÇÕES

Daniéle S. do Amaral<sup>1</sup>, Daniella C. M. Ortiz<sup>2</sup>, Diana J. G. de Souza<sup>3</sup>, Felipe C. Godoi<sup>4</sup>, João Felipe S. Baptista<sup>5</sup>, Matheus R. S. Baptista<sup>6</sup>, Fábio Eder Cardoso<sup>7</sup>, Rafael A. Oliva<sup>8</sup> e Taciana M. Lemes de Luccas<sup>9</sup>

*Faculdade de Tecnologia de Assis* <sup>1,2,3,4,5,6,7,8,9</sup>

*pituka.amaral@gmail.com*<sup>1</sup>, *daniortiz2203@gmail.com*<sup>2</sup>, *jeslen.diana@gmail.com*<sup>3</sup>, *falipegodoi@hotmail.com*<sup>4</sup>, *joaof.felipe1@gmail.com*<sup>5</sup>, *matheus1250@live.com*<sup>6</sup>, *fabioeder.fatec@gmail.com*<sup>7</sup>, *rafael.oliva@fatec.sp.gov.br*<sup>8</sup>, *tacilemes@terra.com.br*<sup>9</sup>

A empresa pesquisada (Formigão-Indústria e Com. De alimentos Ltda. – Me) é uma microempresa e não possui em suas estruturas sistemas que integram seus processos, ocasionando assim falta de informações, possíveis perdas e total falta de controle por parte da gerência.

A proposta do trabalho é integralizar um sistema de banco de dados na produção fabril, reduzir custos e criar diretrizes de aperfeiçoamento, uma vez que toda parte administrativa e produtiva na empresa é centralizada e muita das vezes realizada manualmente.

De acordo com Alves (2007), o banco de dados existe muito antes da sua idealização, foi criado por Edgar Frank “Ted” Codd, pesquisador da IBM sendo assim o que era físico passou a ser virtual e relacional, atualmente é ferramenta principal nas organizações.

Ao implantar um sistema de banco de dados, é necessário alimentá-los com dados que possam ser transformados em informações, logo, o sistema de gerenciamento se torna efetivo em todos os níveis em que a empresa opera.

Segundo Miguel (1999), de forma simplificada banco de dados pode: agrupar informações, classificar as mesmas, pesquisar algo nessa coleção, adicionar, alterar ou até eliminar parte dos dados, ou seja, é possível colocar todas as informações que o usuário precise no banco de dados. O Sistema Gerenciador de Banco de Dados utilizado é o Access, nele é possível gerenciar toda a empresa, com instalação fácil e atualizações automáticas.

Segundo a visão de Ted Codd, há uma direção para conduzir essas aplicações a qual será necessária para implantar um banco de dados dentro dessa organização, trazendo benefícios e aprimorando os processos, facilitando toda a logística e demais setores que possam estar deficitárias nessa empresa.

### Referências

ALVES, Gustavo F. Oliveira. **A história dos bancos de dados**. Disponível em: <<https://dicasdeprogramacao.com.br/a-historia-dos-bancos-de-dados/>>. Acessado em: 01.10.2018.

Miguel, Fernando Bestechi. **Estudo Dirigido de Acess 2000**, 8ª edição. São Paulo: Érica, 1999.



# JORNADA ACADÊMICA FATEC ASSIS 2018

## UTILIZANDO RPG NO ENSINO DE GESTÃO

Filipe Duvique de Moura Michelin<sup>1</sup>, Samanta Cristina Nogueira Cardoso<sup>2</sup>,  
Antonio Rafael Pepece Junior<sup>3</sup>

*Faculdade de Tecnologia de Assis - Assis-SP<sup>1,2,3</sup>*

*filipemichelan@hotmail.com<sup>1</sup>, snogueiracardoso@hotmail.com<sup>2</sup>,  
antonio.pepece@fatec.sp.gov.br<sup>3</sup>*

A partir dos anos 90 alguns educadores começaram a perceber que o jogo de RPG poderia auxiliar no ensino, como um instrumento pedagógico. O Role Playing Game mais conhecido como RPG é um termo em inglês que significa o “jogo de interpretação de papéis”, o gênero foi criado em 1970, seu estilo possibilita mudanças e criações de diversos cenários e personagens.

Por ser flexível em seu formato, foi escolhido como ferramenta para o projeto, sendo ele, o uso do RPG no ensino de gestão para os alunos do ensino médio. Com a intenção que o aluno seja agente de seu próprio aprendizado por meio da participação, oferecendo um crescimento pessoal, que reflete em todo seu comportamento e relações em quaisquer circunstâncias de sua vida. Com o lúdico do jogo será estimulado a criatividade, a tomada de decisões e a expressão de suas opiniões, trazendo para a sala de aula a elaboração de estratégias, realização de discussões em coletivo, entre outras situações vivenciadas na rotina de um gestor.

O jogo que será projetado foi nomeado de “RPGestão”, baseando-se na rotina empresarial, em que os personagens terão responsabilidades individuais, ao mesmo tempo resolvendo em conjuntos os problemas da empresa. Em formato de tabuleiro inicialmente, para aplicação em sala de aula. O projeto será executado em três etapas, o desenvolvimento do jogo em formato de um RPG de mesa, a aplicação em sala de aula, e uma pesquisa com os alunos sobre a efetividade. Serão coletadas as informações, qualificadas e quantificadas, mostrando assim o resultado do jogo em sala de aula.

### Referências

CARRAHER, Terezinha; CARRAHER, David; SHILEMANN. **Na vida dez, na escola zero**. 14. ed. São Paulo: Cortez, 2006.

MARCATTO, **Saindo do quadro: uma metodologia lúdica e participativa baseada no role playing games**. 2. ed. São Paulo: A. Marcatto, 1996.

TACHIZAWA, Takeshy; CRUZ JÚNIOR, João Benjamim; ROCHA, José Antônio de Oliveira. **Gestão de negócios: visões e dimensões empresariais as organização**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2006.