

Apresentação Oral

SALA 1 – ADMINISTRAÇÃO

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE DIREITOS AUTORAIS DEVE SER ENTREGUE AOS AVALIADORES, NO DIA DA APRESENTAÇÃO DO ARTIGO.

Google meet: <https://meet.google.com/qkd-oddk-fhq?hs=122&authuser=0>

PROFESSORES AVALIADORES: Luís Alexandre de Oliveira e Patricia Tozzo de Matos Mercadante

1. REMARKETING: Como ele pode alavancar as vendas de uma empresa

Lucas Ricardo Zuque Martins; Angela de Souza Brasil; Patrícia de Oliveira

RESUMO

Remarketing refere-se a tática de veicular anúncios direcionados para pessoas que já visitaram ou realizaram alguma ação em seu site. Em termos de execução técnica, o remarketing é o processo de usar uma tag javascript, conhecida como pixel, para colocar um cookie no navegador do usuário. O cookie então informa uma plataforma de remarketing para veicular anúncios gráficos específicos por meio de uma troca de anúncios, com base nas páginas ou produtos com os quais o usuário se envolveu ou pesquisou em seu site ou aplicativo. O trabalho objetiva abordar como o remarketing pode alavancar as vendas de uma empresa. Dentre os objetivos específicos têm-se: conceituar marketing e seus tipos, com foco no marketing digital; descrever o que é remarketing, seus objetivos, tipos, benefícios, além da importância e as empresas que utilizam o remarketing. De modo a cumprir o objetivo proposto este trabalho apresenta uma pesquisa de caráter exploratório, com abordagem qualitativa, por meio da pesquisa bibliográfica de livros, teses e artigos no Google Acadêmico. O remarketing é uma estratégia fundamental do marketing digital, pois não é comum obter uma venda ou leads na primeira visita ao site, mas o cliente precisa passar pelas diferentes fases do funil de vendas antes. Ele permite-nos continuar a “empurrar” estes potenciais clientes ao longo desse funil de vendas até finalmente atingirmos o nosso principal objetivo pretendido: as vendas online.

PALAVRAS-CHAVE: remarketing; estratégia; marketing.

2. BENCHMARKING: Ferramenta de gestão estratégica

Carlos Roberto Oliveira da Silva; Patricia Tozzo de Matos Mercadante

RESUMO

O benchmarking é um conceito utilizado em diversas áreas, incluindo negócios, gestão e tecnologia. Refere-se ao processo de comparar o desempenho, práticas e resultados de uma organização com os de outras organizações líderes do setor, com o objetivo de identificar melhores práticas e impulsionar melhorias. É um processo que não consiste simplesmente na cópia de práticas organizacionais de outras empresas, é sim, a busca por práticas exitosas, podendo-se aderir ou eliminar um processo, atividade ou tarefa, a fim de otimizar processos, conhecer melhor o mercado no qual se está inserido e tomar decisões sobre investimentos para garantir o futuro da organização. O incremento da utilização do Benchmarking não precisa acontecer de forma isolada, de modo que outras ferramentas de gestão estratégica (como por exemplo, a Análise Swot, Matriz BCG, 5 Forças de Porter, apresentadas e explicadas neste artigo), podem garantir melhor desempenho organizacional por meio de melhorias e atualização nos processos. É válido ressaltar que o benchmarking não se trata de copiar cegamente as práticas de outras empresas. Em vez disso, é um processo de aprendizado e adaptação, no qual as melhores práticas são identificadas, analisadas criteriosamente e ajustadas para atender às

necessidades e realidades específicas da organização que está realizando o benchmarking.

PALAVRAS-CHAVE: benchmarking; gestão; ferramentas estratégicas; melhoria de processos.

3. LIDERANÇA FEMININA NAS EMPRESAS: Importância e Desafios

Evelise Alcântara Cazuza dos Santos; Luana Paula Craus; Luis Alexandre de Oliveira

RESUMO

O presente artigo tem como fundamento abordar uma temática de extrema importância para a sociedade contemporânea no que diz respeito a liderança feminina nas organizações, demonstrando que as mulheres vêm se destacando, cada vez mais, em cargos de comando, estando em evidência e conquistando seu lugar nas organizações empresariais. Nessa perspectiva, assumem papéis e funções que outrora eram ocupados apenas por homens, demonstrando que são capazes e estão preparadas para estar nos mais altos escalões nas companhias, abandonando a imagem de ser apenas donas de casa e conquistando sua independência financeira. No entanto, ainda precisam lutar contra uma lógica perversa e associativa dentro das organizações. Apesar da crescente evolução da mulher no mercado de trabalho ainda é persistente a discriminação de gênero. Durante o desenvolvimento do presente trabalho foram evidenciadas as conquistas alcançadas, contudo, o preconceito, dificuldades e outros bloqueiam e impossibilitam muitas mulheres de conquistarem uma posição profissional ou revolução no mercado fazendo da igualdade uma métrica difícil de alcançar. É preciso que tenhamos conscientização de priorizar e implantar meios que ajudem mulheres a permanecer, crescer profissionalmente dentro do ambiente corporativo e empenho para que essa desigualdade seja transformada.

PALAVRAS-CHAVE: mulheres; empresas; importância; desafios; independentes.

4. O PROCESSO LOGÍSTICO E SUA IMPORTÂNCIA NA CADEIA DE SUPRIMENTOS

Felipe Duarte Queiroz; Ângela de Souza Brasil; Patrícia de Oliveira Luís Alexandre de Oliveira

RESUMO

As empresas visam cada vez mais a competitividade e para isso buscam a aplicação de ferramentas específicas e a disponibilidade de recursos, gerando economia de escala. Diante disso, a gestão da cadeia de suprimentos e processos logísticos pode ser vista como sendo uma estratégia de negócio. Na cadeia de suprimentos isso não é diferente, no entanto ainda é possível observar empresas atuando de modo errado no mercado quando o assunto se volta para os processos logísticos. O objetivo do trabalho é demonstrar na cadeia de suprimento a importância do processo logístico como diferencial competitivo para as empresas, além de compreender o conceito de processos logísticos na cadeia de suprimentos; reconhecer a importância da cadeia de suprimentos como ferramenta para diferencial competitivo para as empresas e definir a relação dos processos logísticos como fator diferenciado na cadeia de suprimentos. Para a elaboração deste trabalho foi feita uma revisão por meio de pesquisa bibliográfica, baseado em livros de diversos autores da área de Administração. A relação dos suprimentos e da logística contribui para uma maior eficiência e assegurando as seguintes vantagens às empresas: redução de custos; atendimento às demandas dos clientes, que estão cada vez mais exigentes; geração de vendas, uma vez que os clientes conhecem a eficiência do processo e são fiéis à empresa; agregação de valor ao cliente, tanto em questão de tempo quanto de lugar e prazos menores de entrega e possibilidade de oferecer ao consumidor maior variedade e personalização.

PALAVRAS-CHAVE: logística; cadeia de suprimentos; processo logístico; competitividade.

5. GESTÃO DE PESSOAS E LIDERANÇA

Adrielly Soares Martins; Brendha Ifran da Silva; Patrícia de Oliveira

RESUMO

A gestão de pessoas e a liderança são elementos cruciais para o sucesso das organizações. Com a crescente complexidade e globalização do ambiente de negócios, torna-se cada vez mais essencial liderar equipes de maneira eficaz e inspiradora, a fim de alcançar metas e resultados excepcionais. O líder desempenha um papel fundamental no comportamento dos membros do grupo, proporcionando benefícios tanto ao grupo como a cada indivíduo envolvido. Nesse contexto, o objetivo deste estudo é realizar uma análise abrangente da literatura sobre o tema "gestão e liderança de equipes", buscando identificar e examinar publicações relevantes nesse campo de estudo. Por meio dessa análise, pretende-se obter informações valiosas sobre as abordagens, teorias e práticas relacionadas à gestão e liderança de equipes, contribuindo para o avanço do conhecimento nessa área e oferecendo uma visão ampla do estado atual da pesquisa acadêmica. A análise ressalta a importância de práticas de liderança que estimulem e inspirem os membros da equipe. Portanto, é fundamental que as organizações invistam no desenvolvimento de líderes capacitados e adotem práticas de gestão que promovam um ambiente de trabalho colaborativo, motivador e saudável. Ao fazer isso, as organizações estarão preparadas para enfrentar os desafios do mercado e prosperar no futuro.

PALAVRAS-CHAVE: liderança; gestão de equipes; motivação; organizações.

6. A IMPORTÂNCIA DA ADMINISTRAÇÃO: Análise da Empresa Massas Maria do município de Três Lagoas MS

Mário Henrique Rodrigues Martins¹; João Vitor Souza¹; Ângela de Souza Brasil²; Patrícia de Oliveira³; Luís Alexandre de Oliveira⁴

RESUMO

Administração é o sustentáculo para o sucesso de toda e qualquer empresa, seja de pequeno, médio ou grande porte. A necessidade de tomar decisões, coordenar e executar diversas tarefas fez com que o ser humano desenvolvesse métodos de gestão. A partir do momento em que os seres humanos começaram a viver em sociedade, desenvolveram a capacidade de coordenar atividades que exigiam maior complexidade de maneira a atingir um maior desenvolvimento econômico, político e social. Objetivo do artigo foi demonstrar a relevância da administração em uma empresa de massas de pastel do município de Três Lagoas. Para este estudo a empresa foco de estudo é a Massas Maria, com mais de 30 anos de atividade, tem sua localização na cidade de Três Lagoas – MS, investindo na distribuição dos produtos para todo o estado de Mato Grosso do Sul e Noroeste do estado de São Paulo. Atualmente, além da produção de massas, a marca Massas Maria também engloba uma pastelaria, um restaurante e uma distribuidora em Três Lagoas-MS, com uma boa administração e organização em produzir sua massa de pastel com bons resultados. O resultado do estudo demonstrou que com uma boa administração, se obtém sucesso, pois mesmo com a dificuldade no período de pandemia e pós pandemia a empresa esteve estabilizada no mercado.

PALAVRAS-CHAVE: Administração; Ferramentas de gestão; Planejamento.

7. EDUCAÇÃO FINANCEIRA E AS DIFICULDADES DE INVESTIMENTO DE JOVENS UNIVERSITÁRIOS

Bruno Zhen; Jefferson Henrique Pompeu Vicente da Silva; Ângela de Souza Brasil; Patrícia de Oliveira; Patrícia Tozzo de Matos Mercadante

RESUMO

O presente artigo busca por meio de uma pesquisa descritiva, conceitos financeiros basilares à prática de investimentos, bem como o estudo dos principais tipos. Ressalta-se também, entender o que é, e qual a relevância da educação financeira, de maneira geral, mas sobretudo, para os jovens, em

específico os universitários do curso de Administração. Que devido ao acesso ao ensino superior, têm a possibilidade de adquirir conhecimentos específicos, inclusive relacionados ao planejamento - pessoal, financeiro, profissional, e, de vida - o que teoricamente possibilitaria melhor organização pessoal e projeção do futuro. Compreender a importância de valorizar o dinheiro, conseguindo economizar, racionalizar e distribuir melhor seus recursos, para até mesmo investir, quando possível, permite a construção de um prospecto financeiro melhor para alcançar objetivos. Este trabalho também foca na pesquisa dos melhores e principais tipos de investimentos, de acordo com cada tipo de perfil de investidor (conservador, moderado, agressivo), suas características e possibilidades; além de buscar entender as principais dificuldades dos jovens universitários em entrar no mundo dos investimentos. Assim, buscando materializar melhor tais reflexões, conduziu-se uma pesquisa, por meio de questionário online, disponibilizado pela ferramenta *Google Forms*, para os alunos do curso de Administração da Associação de Ensino e Cultura do Mato Grosso do Sul - Faculdades Integradas de Três Lagoas/AEMS. Tendo em vista os resultados obtidos no formulário, percebe-se que metade dos participantes ainda não investem, seja por desinteresse, falta de informação sobre o assunto, ou impossibilidade financeira.

PALAVRAS-CHAVE: educação financeira; universitários; objetivos; investimento; perfil investidor.