



Revista Científica

# ESPAÇO ACADÊMICO

## MULTIVIX

SERRA

**REVISTA ESPAÇO ACADÊMICO**  
**EDIÇÃO ESPECIAL RESUMOS TCC 2019**

**Serra**  
**2019**

**EXPEDIENTE****Edição Especial****ISSN 2178-3829****Temática: EDIÇÃO ESPECIAL RESUMOS TCC 2019****Revisão Português****José Renato Siqueira Campos****Capa*****Marketing* Faculdade Capixaba da Serra/Multivix Serra**

Revista Espaço Acadêmico/Faculdade Capixaba da Serra

Serra: (jan./Dez 2019).

Edição Especial

**ISSN 2178 - 3829**

1. Produção Científica – Faculdade Capixaba da Serra. II. Título

***Os artigos publicados nesta revista são de inteira responsabilidade de seus autores e não refletem, necessariamente, os pensamentos dos editores.***

**Correspondências****Coordenação de Pesquisas Faculdade Capixaba da Serra**

Rua Barão do Rio Branco, 120, Colina de Laranjeiras, Serra/ES | 29.167-183

E-mail: [antonio.junior@multivix.edu.br](mailto:antonio.junior@multivix.edu.br)

**FACULDADE CAPIXABA DA SERRA****DIRETOR GERAL**

Helber Barcellos da Costa

**COORDENAÇÃO ACADÊMICA**

Daniele Drumond Neves

**COORDENAÇÃO DE PESQUISA**

Antonio Ferreira de Melo Junior

**BIBLIOTECÁRIA**

Alexandra Barbosa Oliveira

**CONSELHO EDITORIAL**

Daniele Drumond Neves

Eliene Maria Gava Ferrão

Antonio Ferreira de Melo Junior

**ASSESSORIA CIENTÍFICA**

Ana Gabriela Rangel Poncio Volkers

Caio Jorge Figueiredo de Oliveira

Hannah Nicchio Loriato

Jussara Angélica G. N. Sardenberg

Ligia Abreu Martins

Oscar Omar Carrasco Delgado

Tathiana Ferreira Sá Antunes

Victor Johne Freitas Pacheco

Nathalie Tristão B. Delgado de Lima

Patrícia Campos da Rocha Loss

Sheila de Souza Muritiba

Matheus de Souza e Silva

Elaine Barcellos da Costa

Ananda Tissianel Dias Moreira

Aline Ximenes Fragoso

Daniele Drumond Neves

## SUMÁRIO

AS IMPLICAÇÕES DA LIDERANÇA E MOTIVAÇÃO NO CONTEXTO DO CLIMA ORGANIZACIONAL	8
O PODER DAS MÍDIAS SOCIAIS NA INFLUÊNCIA DO COMPORTAMENTO DE COMPRA DO CONSUMIDOR .....	9
O CONTEXTO DA INTELIGÊNCIA EMOCIONAL NAS ORGANIZAÇÕES EMPRESARIAIS.....	10
O PAPEL DO ADMINISTRADOR JUDICIAL NO PROCESSO DE RECUPERAÇÃO JUDICIAL DE EMPRESAS E FALÊNCIAS.....	11
GESTÃO ESTRATÉGICA EM VENDAS E A QUALIDADE DO ATENDIMENTO AO CLIENTE .....	12
O LÍDER E OS FATORES DE ESTÍMULO À MOTIVAÇÃO INFLUENCIANDO A PRODUTIVIDADE NAS ORGANIZAÇÕES.....	13
A RELEVÂNCIA DA LIDERANÇA HUMANIZADA NA RECIPROCIDADE ENTRE PESSOAS E ORGANIZAÇÕES.....	14
O PODER DAS MÍDIAS SOCIAIS NA INFLUÊNCIA DO COMPORTAMENTO DE COMPRA DO CONSUMIDOR .....	15
GESTÃO DE PESSOAS: A IMPORTÂNCIA DA ÁREA DE GESTÃO DE PESSOAS PARA O SUCESSO DAS ORGANIZAÇÕES .....	16
A REPRESENTATIVIDADE DO CONTROLE DE ESTOQUE DENTRO DO PROCESSO LOGÍSTICO COMO FATOR COMPETITIVO PARA A ORGANIZAÇÃO .....	17
A RESPONSABILIDADE CIVIL DO ADMINISTRADOR NAS SOCIEDADES LIMITADAS .....	18
O CONTEXTO DA INTELIGÊNCIA EMOCIONAL NO PAPEL DA LIDERANÇA COMO ESTRATÉGIA ORGANIZACIONAL.....	19
OS IMPACTOS DAS TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO NO CONTEXTO DA COMPETITIVIDADE DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS .....	20
A REPRESENTATIVIDADE DO CONTROLE DE ESTOQUE DENTRO DO PROCESSO LOGÍSTICO COMO FATOR COMPETITIVO PARA A ORGANIZAÇÃO .....	21
O LÍDER E OS FATORES DE ESTÍMULO À MOTIVAÇÃO INFLUENCIANDO A PRODUTIVIDADE NAS ORGANIZAÇÕES.....	22
OS IMPACTOS DAS TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO NO CONTEXTO DA COMPETITIVIDADE DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS .....	24
OS IMPACTOS DA ERA DIGITAL NAS EMPRESAS EM UMA PERSPECTIVA CONTEMPORÂNEA....	25
MERKETING DIGITAL: A DIFICULDADE DAS PEQUENAS EMPRESAS EM .....	26
DIVULGAR O SEU PRODUTO NA INTERNET .....	26
MARKETING DIGITAL: A DIFICULDADE DAS PEQUENAS EMPRESAS EM .....	27
DIVULGAR O SEU PRODUTO NA INTERNET .....	27
MELHORIA DE UM SISTEMA OPERACIONAL PARA GESTÃO DE SERVIÇOS EM UMA DISTRIBUIDORA DE ENERGIA ELÉTRICA .....	28
O PAPEL FUNDAMENTAL DA LOGÍSTICA APLICADA AO E-COMMERCE .....	29
OS DESAFIOS PARA INICIAR UM E-COMMERCE NO ESPÍRITO SANTO .....	30

EMPREENDEDORISMO FEMININO: UMA ANÁLISE DE CASOS DE SUCESSO NA GRANDE VITÓRIA .....	31
MELHORIA DE UM SISTEMA OPERACIONAL PARA GESTÃO DE SERVIÇOS EM UMA DISTRIBUIDORA DE ENERGIA ELÉTRICA .....	32
O CLIMA ORGANIZACIONAL NA PERCEPÇÃO DO GESTOR E DOS COLABORADORES DA EMPRESA DE ESTRUTURAS METÁLICAS NA SERRA.....	33
OS NOVOS LÍDERES DA ERA 4.0: REFLEXÕES E CONTEXTOS NO MERCADO COMPETITIVO .....	34
OS DESAFIOS PARA INICIAR UM E-COMMERCE NO ESPÍRITO SANTO: UM ESTUDO DE CASO ...	35
MARKETING DIGITAL: O IMPACTO QUE AS REDES SOCIAIS E OS INFLUENCIADORES DIGITAIS CAUSAM NA DECISÃO DE COMPRA DOS CONSUMIDORES DA GRANDE VITÓRIA.....	36
AS IMPLICAÇÕES DA LIDERANÇA E MOTIVAÇÃO NO CONTEXTO DO CLIMA ORGANIZACIONAL	37
A IMPORTÂNCIA DO MARKETING DIGITAL PARA EMPRESAS DE PEQUENO PORTE .....	38
O PARADIGMA DA GESTÃO DE PESSOAS EM UMA PERSPECTIVA DE MUDANÇAS CORPORATIVAS NO ÂMBITO DE RECURSOS HUMANOS: ESTUDO DE CASO .....	39
MARKETING PRODUTOS E SERVIÇOS NA INDÚSTRIA DE COSMÉTICOS.....	40
IMPACTO DO TREINAMENTO NO DESEMPENHO DO COLABORADOR DE UMA AGENCIA BANCÁRIA DO MUNICÍPIO DE SERRA.....	41
O COMPORTAMENTO ESPERADO DOS COLABORADORES EM UMA ORGANIZAÇÃO.....	42
PÓS VENDA: GESTÃO DO RELACIONAMENTO COM O CLIENTE COMO ESTRATÉGIA PARA FIDELIZAÇÃO E CONSOLIDALIZAÇÃO DA MARCA.....	43
A RELEVÂNCIA DA LIDERANÇA HUMANIZADA NA RECIPROCIDADE ENTRE PESSOAS E ORGANIZAÇÕES.....	44
A RESPONSABILIDADE CIVIL DO CONTADOR .....	45
INDICADORES FINANCEIROS EM UMA REDE SUPERMERCADISTA: APLICABILIDADE E VIABILIDADE .....	46
DETERMINANTES PARA REJEIÇÃO E RESSALVA NOS PARECERES DE AUDITORIA DE CONTROLE EXTERNO NAS PCAS DE 2017 DOS MUNICÍPIOS CAPIXABAS .....	47
DESAFIOS ENCONTRADOS PELO SETOR ATACADISTA NA IMPLANTAÇÃO DO BLOCO K DO SPED FISCAL: um estudo com empresas da Grande Vitória.....	48
OS REFLEXOS DA REFORMA TRABALHISTA NAS RELAÇÕES DE EMPREGO .....	50
A PERCEPÇÃO DOS ESTUDANTES DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS SOBRE A CONTRIBUIÇÃO DAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR NO APRENDIZADO PARA A REALIZAÇÃO DO EXAME DE SUFICIÊNCIA: Um estudo de caso em Instituições de Ensino Superior da Grande Vitória. ....	51
A IMPORTÂNCIA DA METODOLOGIA DE CUSTOS PARA A FORMAÇÃO DE PREÇO EM UMA EMPRESA CAPIXABA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL.....	53
PERCEPÇÃO DO PROFISSIONAL CONTÁBIL SOBRE A AUDITORIA INTERNA PARA EMPRESAS DE MÉDIO E GRANDE PORTE DA REGIÃO DA GRANDE VITÓRIA-ES.....	55
ESTUDO DO PROCESSO DE CAPTAÇÃO DE SINAIS PELO ATC ( <i>AUTOMATIC TRAIN CONTROL</i> ) EM FERROVIAS SINALIZADAS .....	57

A UTILIZAÇÃO DE SENSORES DE TRIANGULAÇÃO A LASER COMO FERRAMENTA DE INSPEÇÃO PREDITIVA E CONFIABILIDADE NA MANUTENÇÃO .....	58
AUTOMATIZAÇÃO DO SISTEMA DE ILUMINAÇÃO .....	60
O USO DO LIVRO DIDÁTICO NAS AULAS DE EDUCAÇÃO FÍSICA: UM ESTUDO EXPLORATÓRIO .	61
AS CONTRIBUIÇÕES DA EDUCAÇÃO FÍSICA PARA A INCLUSÃO DE CRIANÇAS COM DEFICIÊNCIA EM UMA ESCOLA DE VITÓRIA-ES .....	62
A INSERÇÃO DO LUDICO NO PROCESSO DE ENSINO E APRENDIZAGEM: Uma perspectiva com alunos do Ensino Fundamental I. ....	63
O CONTEXTO DA EDUCAÇÃO DE JOVENS E ADULTOS EM UMA PERSPECTIVA DE INCLUSÃO SOCIAL .....	64
DESENVOLVIMENTO DO ALUNO POR MEIO DA LITERATURA NA EDUCAÇÃO INFANTIL .....	65
A PRÁTICA DAS INTELIGÊNCIAS MÚLTIPLAS NO PROCESSO DA APRENDIZAGEM NO CONTEXTO DA EDUCAÇÃO INFANTIL.....	66
PROJETOS DIDÁTICOS: A ALTERNATIVA PARA UMA PRÁTICA EFICAZ .....	67
A INCLUSÃO DOS ALUNOS COM NECESSIDADES ESPECIAIS NO CONTEXTO DO ENSINO REGULAR .....	69
A EDUCAÇÃO DE JOVENS E ADULTOS, UM OLHAR SOBRE OS DESAFIOS E SUAS TRANSFORMAÇÕES SOCIAIS .....	70

## AS IMPLICAÇÕES DA LIDERANÇA E MOTIVAÇÃO NO CONTEXTO DO CLIMA ORGANIZACIONAL

Erique Abreu Macedo<sup>1</sup>

Giselle Rosa Bento<sup>2</sup>

Thaissa de Jesus Tobias Lima<sup>3</sup>

Prof. Dr. Omar Carrasco Delgado<sup>4</sup>

### RESUMO

Este artigo objetivou verificar as implicações da liderança e da motivação no contexto do clima organizacional, destacando a relevância da valorização do capital intelectual, e como o papel do líder é um referencial para sua equipe e pode trazer melhoria, investimento e produtividade dentro da empresa. Realizado por intermédio de pesquisa bibliográfica e qualitativa baseada em livros, artigos científicos, biblioteca virtual, entre outras fontes para aprofundar os conhecimentos, o estudo dos referenciais teóricos permitiu verificar que necessidades são o combustível que motiva um trabalhador a agir e a sair da zona de conforto em direção à satisfação. A motivação é uma força motriz que faz com que o indivíduo tome determinada atitude ou realize determinada tarefa, gerando assim novas metas e realizações. Este trabalho nos levou a compreender que, mais que simplesmente chefiar, liderar é fazer com que o grupo de colaboradores trabalhe em equipe e gere resultados cada vez mais satisfatórios para a empresa, os líderes são facilitadores para que todos possam colaborar da melhor forma. Que é fundamental proporcionar um ambiente agradável, mais justo, motivador, igualitário, que respeite e valorize as potencialidades de cada pessoa. Na concretização do estudo questionou-se como as motivações dos colaboradores influenciam o ambiente organizacional e, em busca de respostas, ocorreu o diálogo com autores como Chiavenato, Vergara, Maximiano, dentre outros, propondo apresentar as considerações acerca do clima organizacional, papel da liderança e valorização do trabalhador. Neste artigo identificou-se a função da liderança, suas tipificações e concepções, como também o contexto histórico da motivação e suas inferências no clima organizacional. O artigo oportuniza ainda refletir sobre as implicações da liderança e motivação, favorecendo o ser sociável, empático, sustentável e produtivo. A fundamentação teórica adotada neste trabalho afirma que, para que tenham satisfação e produtividade no ambiente de trabalho, cabe ao líder assumir responsabilidades, ser uma pessoa capaz de orientar, incentivar, identificar dificuldades e promover soluções. Quanto à motivação, de acordo com os autores adotados neste estudo, observou-se que esse é um fator intrínseco ao indivíduo, não havendo a possibilidade de uma fonte externa.

**Palavras-Chave:** Liderança, Clima organizacional, Produtividade, Motivação, Colaborador, Organização, Implicações.

---

<sup>1</sup> Graduando do curso de Administração na Faculdade Capixaba da Serra (MULTIVIX Serra).

<sup>2</sup> Graduanda do curso de Administração na Faculdade Capixaba da Serra (MULTIVIX Serra).

<sup>3</sup> Graduanda do curso de Administração na Faculdade Capixaba da Serra (MULTIVIX Serra).

<sup>4</sup> Orientador e Doutor em Ciência da educação, docente na Faculdade Capixaba da Serra (MULTIVIX Serra).



## O PODER DAS MÍDIAS SOCIAIS NA INFLUÊNCIA DO COMPORTAMENTO DE COMPRA DO CONSUMIDOR

Julio Cezar Martins dos Santos<sup>1</sup>

Rennan Samora Passos<sup>1</sup>

Wesley Rodrigues Moreira<sup>1</sup>

Hannah Nicchio Loriato<sup>2</sup>

### RESUMO

Esta pesquisa trouxe em linhas gerais conceitos da administração de marketing, marketing digital e a influência direta das mídias sociais no comportamento de compra do consumidor. O objetivo foi observar a influência que as mídias sociais têm no comportamento do consumidor no momento da compra de produtos ou serviços na região da Grande Vitória, especificamente nas cidades de Serra, Vitória, Vila Velha e Cariacica no Espírito Santo, Brasil. O estudo foi desenvolvido através da pesquisa bibliográfica e pesquisa de campo, onde 223 pessoas responderam a um questionário online. Por meio da pesquisa foi possível observar como as redes sociais fazem parte do cotidiano das pessoas e sua alta influência no comportamento de consumo. Como o avanço da tecnologia e da internet esse é um caminho cada vez mais aberto para consumidores e empresas, movimentando e incentivando o crescimento da economia global.

**Palavras chave:** marketing; redes sociais; marketing digital; influenciadores digitais.

### ABSTRACT

This research outlined concepts of marketing management, digital marketing, and the direct influence of social media on consumer buying behavior. The objective was to observe the influence that social media have on consumer behavior when buying products or services in the Greater Vitoria region, specifically in the cities of Serra, Vitoria, Vila Velha and Cariacica in Espirito Santo, Brazil. The study was developed through bibliographic research and field research, where 223 people answered an online questionnaire. Through the research it was possible to observe how social networks are part of people's daily lives and their high influence on consumer behavior. With the advancement of technology and the internet, this is an increasingly open path for consumers and businesses, driving and encouraging the growth of the global economy.

**Keywords:** marketing; social networks; digital marketing; digital influencers.

---

1 Graduando em administração pela Faculdade Multivix Serra.

2 Orientadora, professora da Faculdade Multivix Serra, Mestra em Administração – PPGADM/UFES.

## O CONTEXTO DA INTELIGÊNCIA EMOCIONAL NAS ORGANIZAÇÕES EMPRESARIAIS

Apoliane Ramos de Lanes<sup>5</sup>  
Eduardo de Souza Guerra<sup>6</sup>  
Prof. Orientador: Omar Carrasco<sup>7</sup>

### RESUMO

Este trabalho tem por objetivo, por meio de pesquisa bibliográfica e qualitativa, estimular o conhecimento sobre a Inteligência Emocional nas Organizações Empresariais, demonstrando que a mesma está ligada diretamente ao rendimento do colaborador na empresa e que com uma boa gestão é possível também contornar diversas situações de conflito dentro da organização. Inicialmente buscou-se constatar como o controle reflexivo das emoções está relacionado ao crescimento emocional e intelectual. Atualmente, as organizações buscam cada vez mais profissionais que sejam, além de tecnicamente qualificados, emocionalmente desenvolvidos, fazendo assim, com que o desenvolvimento organizacional assuma um caráter estratégico usando o controle emocional junto ao intelectual. Verificou-se que uma importante forma de trazer maior controle das emoções nas organizações é por meio de campanhas e seminários oferecidos e patrocinados pela empresa, para que seu funcionário compareça e adquira o conhecimento a fim de obter autocontrole de suas emoções. Notou-se que indivíduos que não trabalham suas competências de inteligência emocional apresentam dificuldade de relacionamento, de lidar com situações imprevistas e intolerância. Concluiu-se que Inteligência Emocional deve ser vista como estratégia empresarial e deve estar inserida na gestão do clima organizacional.

<sup>1</sup> Trabalho de Conclusão de Curso do curso de Administração de Empresas pela Faculdade Capixaba da Serra – Multivix

<sup>1</sup> Graduanda do Curso de administração de Empresas pela Faculdade Capixaba da Serra – Multivix

---

<sup>5</sup> Graduanda do Curso de administração de Empresas pela Faculdade Capixaba da Serra – Multivix

<sup>6</sup> Graduando do Curso de administração de Empresas pela Faculdade Capixaba da Serra – Multivix

<sup>7</sup> Prof. Dr. Oscar Omar Carrasco Delgado da Faculdade Capixaba da Serra – Multivix

## O PAPEL DO ADMINISTRADOR JUDICIAL NO PROCESSO DE RECUPERAÇÃO JUDICIAL DE EMPRESAS E FALÊNCIAS

Mariele Andrade Peixoto<sup>8</sup>

Ester Motta Câmara<sup>9</sup>

José Carlos Pereira Júnior<sup>10</sup>

### RESUMO

O presente artigo possui como objetivo geral demonstrar qual é o papel do administrador judicial nos processos de recuperação judicial e falência. Como objetivos específicos foram apresentadas as origens históricas da legislação falimentar global e brasileira, os conceitos pertinentes a recuperação judicial através da Lei 11.105/2005, seus princípios, sua aplicação e como o administrador judicial se tornou atualmente um profissional primordial no sucesso da recuperação de empresas e falências. Com uma perspectiva teórica, sob uma pesquisa bibliográfica, foram analisados estudos já realizados sobre o tema dos principais autores de direito empresarial, comentários e artigos eletrônicos, que embasaram tal afirmativa. Outrossim, em um contexto de crise econômica e política no Brasil, pretendeu-se neste trabalho demonstrar como este profissional se tornou capaz de contribuir para reestruturação de uma empresa em situação de crise e conseqüentemente o fomento da economia nacional com o uso de uma ferramenta privada mais apropriada, o pedido de recuperação judicial ou falência, que necessita da atuação do administrador judicial, afim de obter sucesso ao final de todo o processo, para que esta não seja revertida em falência ou que seja tomada a melhor decisão para que a empresa não perca ainda mais valor de mercado.

**Palavras-chave:** falência; administrador; recuperação judicial; Lei 11.101/05.

---

<sup>8</sup> Graduando/a em Administração pela Faculdade Capixaba da Serra – Multivix

<sup>9</sup> Graduando/a em Administração pela Faculdade Capixaba da Serra – Multivix

<sup>10</sup> Graduado em Direito pela Faculdade Brasileira - UNIVIX. Pós-Graduado em Direito Civil e Processual Civil pelo Centro Universitário do Espírito Santo - UNESC. Professor dos Cursos de Administração, Ciências Contábeis e Direito das Faculdades MULTIVIX Serra e MULTIVIX Cariacica. Graduando em Letras Português pela Faculdade Estácio de Sá.

## **GESTÃO ESTRATÉGICA EM VENDAS E A QUALIDADE DO ATENDIMENTO AO CLIENTE**

*Thais de Oliveira Carvalho*<sup>2</sup>

*Vanessa da Silva Passos*<sup>3</sup>

*Prof. Orientador: Omar Carrasco Delgado*<sup>4</sup>

### **RESUMO**

Este trabalho tem como objetivo principal contribuir para melhoria na excelência do atendimento ao cliente, visando desenvolver estratégias para que as metas de vendas sejam atingidas, identificando o que falta no atendimento do mercado de varejo e definindo a importância da capacitação de profissionais da área de vendas, podendo assim obter resultados satisfatórios. Acerca da competitividade, cada vez mais acirrada entre as empresas, os gestores devem ficar atentos especialmente sobre alterações no cenário econômico global e local, de modo a propor estratégias e favorecer a sua execução, visando à manutenção de resultados satisfatórios para a organização. A qualidade no atendimento é um dos aspectos mais importantes, sendo que o cliente é o principal objetivo do negócio. Este estudo se caracteriza em uma revisão bibliográfica do tipo qualitativa. Portanto, este trabalho evidenciou que a base de um atendimento de qualidade ao cliente é uma gestão estratégica diferenciada, que busque a satisfação do cliente e a sua fidelização. Conclui-se que as empresas devem estar atentas de que é preciso oferecer qualidade contínua em todos os seus processos, principalmente, no atendimento ao cliente. É necessário que as empresas criem um relacionamento de respeito com o cliente, que busque atendê-lo da melhor forma possível, para atraí-los cada vez mais. Este trabalho

1 Artigo apresentado ao curso de Administração da Faculdade Multivix – Serra, como requisito final para conclusão do curso de Bacharelado em Administração, sob orientação do Prof. Dr. Omar Carrasco Delgado.

2 Graduanda do Curso de Administração da Faculdade Multivix de Serra-ES, E-mail: tha\_is\_oliver@hotmail.com

3 Graduanda do Curso de Administração da Faculdade Multivix de Serra-ES, E-mail: melissa\_lindona@hotmail.com

4 Professor da Faculdade Multivix e orientador desse trabalho. É doutor e mestre em Educação. E-mail: omardcarrasco@gmail.com

## O LÍDER E OS FATORES DE ESTÍMULO À MOTIVAÇÃO INFLUENCIANDO A PRODUTIVIDADE NAS ORGANIZAÇÕES

Fernanda Santos<sup>2</sup>

Gabriela Feitosa<sup>3</sup>

Jéssica Velten<sup>4</sup>

Oscar Omar

### RESUMO

Encontrar profissionais que tenha foco em resultados, comprometido e produtivo tem sido um grande desafio para as empresas. Para obter esse sucesso, é necessário treinamento, benefícios, capacitação e principalmente desenvolvimento pessoal e motivação. Ter um motivo ou aquele gás para obter um bom desempenho não tem sido uma tarefa fácil, quando estão sob a liderança de um líder que preze pelo bem estar do profissional e pelo bom funcionamento da empresa, o resultado não seria diferente, colaborador com prazer e afinco é igual rendimento e é o combustível para se dedicarem e darem o seu melhor em suas tarefas diárias e atingir seus objetivos. Alguns sinais podem ser notados quando o rendimento não anda muito bem, se o funcionário se mostra desmotivado, sem dúvida irá gerar consequências negativas e prejuízos para empresa, como a indisposição para executar tarefas diárias, uso excessivo de palavras negativas, isolamento dos demais colegas de equipe, rendimento notoriamente baixo e mal ver a hora para o fim do expediente; detectado esses sinais, já é a hora de pensar em uma estratégia para mudar esse quadro. Há atitudes que mudem e motive toda equipe, basta ter a dedicação e o prazer de ensinar e mostrar para cada colaborador ou o que seja que existe uma maneira melhor de fazer um bom trabalho. O sucesso da empresa é baseado nas pessoas que estão nela.

**PALAVRAS-CHAVE:** Motivação, liderança, organização, empresa, colaboradores, desmotivação e resultado.

---

**AFINCO** - uma ação ou efeito de afinçar-se, empenhar-se ou dedicar-se a algo ou alguma coisa.

## A RELEVÂNCIA DA LIDERANÇA HUMANIZADA NA RECIPROCIDADE ENTRE PESSOAS E ORGANIZAÇÕES.

Igor Vaz Fracalossi<sup>1</sup>

Kelly Cristina Nascimento<sup>2</sup>

Nathália Mércia Vasconcelos da Silva<sup>3</sup>

Hannah Nicchio Loriato<sup>4</sup>

### RESUMO

O trabalho proporciona esclarecimentos sobre as empresas e lideranças humanizadas junto ao novo método de gestão de pessoas. O objetivo da pesquisa foi conhecer o novo método de liderança de pessoas por meio das empresas humanizadas, o movimento empresas humanizadas existente no estado do Espírito Santo, e analisar como a liderança humanizada valoriza os colaboradores, identificando como ter sucesso através desse novo método de gestão. Portanto, para ter o entendimento do objetivo do trabalho, as informações foram coletadas através de pesquisas bibliográficas e pesquisas de campo. Entende-se como empresas humanizadas, àquelas que se preocupam com todos os seus stakeholders, possuem responsabilidade social e com propósito além de gerar lucros. *Ter o sucesso através desse novo método é compreender as diversidades dentro da própria empresa, com líderes humanizados que valorizam os colaboradores e tem estratégias inteligentes, desenvolve o bem-estar nas relações de trabalho.*

**PALAVRAS CHAVE:** Liderança Humanizada, Gestão de pessoas, relações de trabalho, empresas humanizadas.

### ABSTRACT

The work provides clarifications into companies and humanized leaders with the new method of people management. The objective of the research was to know the new method of leadership of people through humanized companies, the existing humanized companies movement in the state of Espírito Santo, and to analyze how humanized leadership values employees, identifying how to succeed through this new management method. Therefore, to have an understanding of the objective of the work, the information was collected through bibliographic research and field research. Humanized companies are those that care about all their stakeholders, have social responsibility and purpose in addition to generating profits. To succeed through this new method is to understand diversity within the company, with humanized leaders who value employees and have smart strategies, develop well-being in working relationships.

**KEYWORDS:** Humanized leadership, people management, labor relations, humanized companies.

<sup>1</sup> Graduando em Administração pela Faculdade Capixaba da Serra – MULTIVIX.

<sup>2</sup> Graduando em Administração pela Faculdade Capixaba da Serra – MULTIVIX.

<sup>3</sup> Graduando em Administração pela Faculdade Capixaba da Serra – MULTIVIX.

<sup>4</sup> Mestre Hannah Nicchio Loriato, Professora do Curso de Administração da Faculdade Capixaba da Serra – MULTIVIX.

## O PODER DAS MÍDIAS SOCIAIS NA INFLUÊNCIA DO COMPORTAMENTO DE COMPRA DO CONSUMIDOR

Julio Cezar Martins dos Santos<sup>1</sup>

Rennan Samora Passos<sup>1</sup>

Wesley Rodrigues Moreira<sup>1</sup>

Hannah Nicchio Loriato

### RESUMO

Esta pesquisa trouxe em linhas gerais conceitos da administração de marketing, marketing digital e a influência direta das mídias sociais no comportamento de compra do consumidor. O objetivo foi observar a influência que as mídias sociais têm no comportamento do consumidor no momento da compra de produtos ou serviços na região da Grande Vitória, especificamente nas cidades de Serra, Vitória, Vila Velha e Cariacica no Espírito Santo, Brasil. O estudo foi desenvolvido através da pesquisa bibliográfica e pesquisa de campo, onde 223 pessoas responderam a um questionário online. Por meio da pesquisa foi possível observar como as redes sociais fazem parte do cotidiano das pessoas e sua alta influência no comportamento de consumo. Como o avanço da tecnologia e da internet esse é um caminho cada vez mais aberto para consumidores e empresas, movimentando e incentivando o crescimento da economia global.

**Palavras chave:** marketing; redes sociais; marketing digital; influenciadores digitais.

### ABSTRACT

This research outlined concepts of marketing management, digital marketing, and the direct influence of social media on consumer buying behavior. The objective was to observe the influence that social media have on consumer behavior when buying products or services in the Greater Vitoria region, specifically in the cities of Serra, Vitoria, Vila Velha and Cariacica in Espirito Santo, Brazil. The study was developed through bibliographic research and field research, where 223 people answered an online questionnaire. Through the research it was possible to observe how social networks are part of people's daily lives and their high influence on consumer behavior. With the advancement of technology and the internet, this is an increasingly open path for consumers and businesses, driving and encouraging the growth of the global economy.

**Keywords:** marketing; social networks; digital marketing; digital influencers.

---

1 Graduando em administração pela Faculdade Multivix Serra.

2 Orientadora, professora da Faculdade Multivix Serra, Mestra em Administração – PPGADM/UFES.

## **GESTÃO DE PESSOAS: A IMPORTÂNCIA DA ÁREA DE GESTÃO DE PESSOAS PARA O SUCESSO DAS ORGANIZAÇÕES**

Fernanda Salles dos Santos<sup>11</sup>

Renzo Cola Vianna<sup>12</sup>

Vitor Zanni Marcelino<sup>13</sup>

Genivaldo Felix Soares<sup>14</sup>

### **RESUMO**

Esse estudo pretende abordar um tema de suma relevância dentro do mundo corporativo: a gestão de pessoas. Nesse contexto, essa temática apresenta-se como elemento fundamental para o desenvolvimento pessoal das empresas diante de um mercado exigente e competitivo. Sob esse viés, é válido abordar como o auxílio de um profissional qualificado e com foco nas equipes é crucial dentro das organizações para garantir resultados concretos. Uma organização de sucesso precisa olhar com mais atenção para essa área, visto que a mesma vem sendo negligenciada por muitos anos, mesmo sendo primordial no desenvolvimento da empresa. Diante disso, por meio dos processos de gestão de pessoas desdobra-se o direcionamento que toda organização bem-sucedida precisa. Vê-se que a grande preocupação de algumas empresas está no capital financeiro, e por meio deste artigo será possível analisar que o capital humano é o ativo mais importante da organização, além de ser o mais barato de se administrar e investir. Dessa forma, esse estudo visa demonstrar, de maneira abrangente, que o colaborador não é um custo em excesso, mas, sim, uma grande jogada de Marketing para o sucesso organizacional.

---

<sup>11</sup> Graduando/a em Administração pela Faculdade Capixaba da Serra – Multivix

<sup>12</sup> Graduando/a em Administração pela Faculdade Capixaba da Serra – Multivix

<sup>13</sup> Graduando/a em Administração pela Faculdade Capixaba da Serra – Multivix

<sup>14</sup> Graduado em Administração, Pedagogia e Recursos Humanos, profissional coach, life coach e analista DISC. Master Business Administration em Gestão Empresarial, Docência Superior, Pedagogia Empresarial, Gestão Educacional com habilitação em ADM, Supervisão e Inspeção Escolar e Designer Instrucional. Atualmente atua como professor e coordenador de cursos.



## A REPRESENTATIVIDADE DO CONTROLE DE ESTOQUE DENTRO DO PROCESSO LOGÍSTICO COMO FATOR COMPETITIVO PARA A ORGANIZAÇÃO

Phelipy Miranda da Silva<sup>2</sup>  
Silvano Santos de Jesus<sup>3</sup>  
Thiago Barbosa Pereira<sup>4</sup>  
Omar Carrasco Delgado

### RESUMO

Pretende-se por meio desta pesquisa apresentar a representatividade do controle de estoque dentro do processo logístico e o que ele agrega como fator competitivo para a organização, entendendo que num mercado cada vez mais competitivo, mais globalizado e de consumidores mais exigentes e mais bem informados, as empresas precisam responder a esta demanda, o que se faz cada vez mais necessário á adequação a esse novo mercado, mediante a necessidade de novas tecnologias e de investimento em seus processos logísticos, de maneira a reduzir seus custos operacionais e melhorar sua rentabilidade. A pesquisa tem por objetivo apresentar a evolução da logística empresarial e a participação da cadeia de suprimento, enfatizando o papel do controle de estoque dentro desse processo. Com o intuito de aumentar a abrangência sobre o assunto, a pesquisa bibliográfica contou em sua composição com a obra de autores renomados dentro desta temática, sendo ainda complementada por meio de um estudo de caso realizado junto à empresa Wine, situada no município de Serra - ES, mediante realização de entrevista ao supervisor logístico e acompanhamento in loco das atividades realizadas. Dentro das considerações finais, conclui-se que dentro do processo logístico, o controle de estoque exerce um importante papel por dinamizar toda a operação logística da empresa, facilitando com isso todo o processo de armazenamento e de saída de mercadoria para o consumidor final, o que faz do controle de estoque um dos pilares de sustentação de todo o processo logístico da empresa, contribuindo para a redução de custos, favorecendo a agilidade dos processos e conseqüentemente melhorando seus resultados.

**Palavras chave:** Organização. Logística empresarial. Cadeia de suprimentos. Controle de estoque. Fator competitivo.

1 Artigo desenvolvido para fins de conclusão do Curso de Administração de Empresa da Faculdade

Multivix --Serra sob a Orientação do Professor Dr. Omar Carrasco Delgado

2 Formando do curso de Administração da Faculdade Capixaba da Serra – Multivix

3 Formando do curso de Administração da Faculdade Capixaba da Serra – Multivix

4 Formando do curso de Administração da Faculdade Capixaba da Serra – Multivix

## A RESPONSABILIDADE CIVIL DO ADMINISTRADOR NAS SOCIEDADES LIMITADAS

Kézia Lira de Oliveira<sup>1</sup>  
Thaynnan Santana de Souza<sup>2</sup>  
Thiago Lima dos Santos Ramos<sup>3</sup>  
José Carlos Pereira Junior<sup>4</sup>

### RESUMO

O presente artigo trata em específico da responsabilidade civil do administrador, uma vez que pode responder individualmente ou solidariamente à sociedade, pelos atos danosos a terceiros e também quando houver dano a própria sociedade. Inicia-se identificando de forma conceitual a responsabilidade civil, assim como a sua história no Brasil e tipificando os tipos de administradores que gerem as organizações. Na sequência verifica no que se refere à responsabilidade civil, as determinações cabíveis em Lei, os motivos causadores de infrações e as possíveis sanções mediante à ilicitude. Nesse sentido define deveres, normas e condutas administrativas que corroboram para uma gestão responsável. A metodologia usada neste trabalho foi baseada em uma pesquisa bibliográfica, elaborada a partir de material já publicado constituído em livros, artigos, revistas e material disponibilizado na internet. A motivação a realização desse artigo é entender sobre as possíveis responsabilizações do administrador nas sociedades empresariais limitadas.

**Palavras-chave:** responsabilidade civil; administrador; sócio; deveres; direito; jurisprudência.

1 Graduanda em Administração pela Faculdade Capixaba da Serra – Multivix  
2 Graduando em Administração pela Faculdade Capixaba da Serra – Multivix  
3 Graduando em Administração pela Faculdade Capixaba da Serra – Multivix  
4 Graduado em Direito pela Faculdade Brasileira - UNIVIX. Pós Graduado em Direito Civil e Processual Civil pelo Centro Universitário do Espírito Santo - UNESC. Professor dos Cursos de Administração, Ciências Contábeis e Direito das Faculdades MULTIVIX Serra e MULTIVIX Cariacica. Graduando em Letras Português pela Faculdade Estácio de Sá.

## O CONTEXTO DA INTELIGÊNCIA EMOCIONAL NO PAPEL DA LIDERANÇA COMO ESTRATÉGIA ORGANIZACIONAL

Bruna Ferreira dos Santos<sup>1</sup>  
Omar Carrasco Delgado<sup>2</sup>

### RESUMO

O presente artigo teve como escopo pesquisar se a inteligência emocional interfere nos resultados da organização. Para tanto foram elaborados quatro objetivos, o primeiro objetivo, I - Descrever as características da inteligência emocional, foi contemplado no referencial teórico onde foram apresentadas a Teoria das Inteligências Múltiplas e a Inteligência Emocional, os demais objetivos, II - Verificar se a inteligência emocional interfere no resultado; III - Reconhecer o tipo de estratégias da gestão para melhoria do relacionamento interpessoal; IV - Analisar o grau de influência das emoções nas tomadas de decisão; foram contemplados na análise dos resultados e tiveram o intuito de responder a questão de pesquisa que era: A Inteligência Emocional interfere nos resultados da organização? Para responder a questão de pesquisa e atingir os objetivos específicos, foi feito um questionário com onze perguntas fechadas que foram enviadas por email para os respondentes. A metodologia de pesquisas foi a quantitativa e a pesquisa foi realizada nas agências do Itaú Unibanco situadas no município de Serra-ES, o universo era composto por 62 colaboradores, 22 colaboradores responderam o questionário. A primeira parte do questionário caracterizou o perfil das amostras, sendo que a amostra tinha maior representatividade de pessoas do sexo feminino e que ocupavam cargos no nível operacional. A segunda parte do questionário trouxe perguntas que envolviam questões do cotidiano e que estavam voltadas para o uso da inteligência emocional. Os resultados apresentaram que os colaboradores têm utilizado a inteligência emocional para atingir os objetivos e as estratégias da organização.

**Palavras Chave** - Inteligência Emocional; Liderança; Estratégias.

1 Graduando/a em Administração pela Faculdade Capixaba da Serra – Multivix  
2 Doutor Em Ciência da Educação, Mestre em Educação, Professor Orientador  
- Multivix

## **OS IMPACTOS DAS TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO NO CONTEXTO DA COMPETITIVIDADE DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS**

Henrique de Martin<sup>1</sup>

Patrícia Rodrigues<sup>2</sup>

Rafaela Marques<sup>3</sup>

Prof. Orientador: Omar Carrasco<sup>4</sup>

### **RESUMO**

O objetivo deste artigo é apresentar os impactos que as tecnologias da informação e comunicação trouxeram para o mercado, identificando como as empresas estão lidando com este fenômeno, e como as micro e pequenas empresas podem usufruir também destes recursos valiosos no seu dia a dia, para se manterem competitivas. A tecnologia surgiu juntamente com o evento da Segunda Revolução Industrial, provocada pela cibernética e informática. No final dos anos 90, a internet chegou e revolucionou o mundo, trazendo consigo uma nova maneira de fazer negócios e mudando a vida do consumidor. Para avaliar os impactos das tecnologias da informação e comunicação sobre a competitividade das pequenas e microempresas, a metodologia da pesquisa utilizou dados bibliográficos de livros e sites que contribuíram para o desenvolvimento do artigo. A análise qualitativa indicou que as tecnologias digitais ocasionaram uma nova proporção dos produtos, da transmissão, arquivo e acesso à informação alterando o cenário econômico, político e social. Entre os impactos mais relevantes, está a utilização da internet no mundo dos negócios, que alterou a tradicional economia. Novas tecnologias sempre vão gerar impactos no meio ambiente social de uma organização, cabe a empresa se preparar para os novos desafios e mudanças que o mercado impõe, a organização que não se manter atualizada, corre risco de ser passada para trás por empresas que se atualizam.

**PALAVRAS-CHAVE:** Impactos. Tecnologias. Comunicação. Competitividade. Internet.

1 Graduando do curso de administração na Instituição de Ensino Capixaba - Multivix

2 Graduando do curso de administração na Instituição de Ensino Capixaba - Multivix

3 Graduando do curso de administração na Instituição de Ensino Capixaba - Multivix

4 Professor na instituição de ensino capixaba – Multivix

## A REPRESENTATIVIDADE DO CONTROLE DE ESTOQUE DENTRO DO PROCESSO LOGÍSTICO COMO FATOR COMPETITIVO PARA A ORGANIZAÇÃO

Phelipy Miranda da Silva<sup>15</sup>

Silvano Santos de Jesus<sup>16</sup>

Thiago Barbosa Pereira<sup>17</sup>

Sheila de Souza Muritiba

### RESUMO

Pretende-se por meio desta pesquisa apresentar a representatividade do controle de estoque dentro do processo logístico e o que ele agrega como fator competitivo para a organização, entendendo que num mercado cada vez mais competitivo, mais globalizado e de consumidores mais exigentes e mais bem informados, as empresas precisam responder a esta demanda, o que se faz cada vez mais necessário á adequação a esse novo mercado, mediante a necessidade de novas tecnologias e de investimento em seus processos logísticos, de maneira a reduzir seus custos operacionais e melhorar sua rentabilidade. A pesquisa tem por objetivo apresentar a evolução da logística empresarial e a participação da cadeia de suprimento, enfatizando o papel do controle de estoque dentro desse processo. Com o intuito de aumentar a abrangência sobre o assunto, a pesquisa bibliográfica contou em sua composição com a obra de autores renomados dentro desta temática, sendo ainda complementada por meio de um estudo de caso realizado junto à empresa Wine, situada no município de Serra - ES, mediante realização de entrevista ao supervisor logístico e acompanhamento in loco das atividades realizadas. Dentro das considerações finais, conclui-se que dentro do processo logístico, o controle de estoque exerce um importante papel por dinamizar toda a operação logística da empresa, facilitando com isso todo o processo de armazenamento e de saída de mercadoria para o consumidor final, o que faz do controle de estoque um dos pilares de sustentação de todo o processo logístico da empresa, contribuindo para a redução de custos, favorecendo a agilidade dos processos e conseqüentemente melhorando seus resultados.

**Palavras chave:** Organização. Logística empresarial. Cadeia de suprimentos. Controle de estoque. Fator competitivo.

---

<sup>15</sup> Formando do curso de Administração da Faculdade Capixaba da Serra – Multivix

<sup>16</sup> Formando do curso de Administração da Faculdade Capixaba da Serra – Multivix

<sup>17</sup> Formando do curso de Administração da Faculdade Capixaba da Serra – Multivix

## **O LÍDER E OS FATORES DE ESTÍMULO À MOTIVAÇÃO INFLUENCIANDO A PRODUTIVIDADE NAS ORGANIZAÇÕES**

Fernanda dos  
Santos de Oliveira <sup>2</sup>

Gabriela Feitosa de Melo <sup>3</sup>

Jéssica Velten Guedes <sup>4</sup>

Oscar Omar Carrasco Delgado <sup>5</sup>

### **RESUMO**

Encontrar profissionais que tenha foco em resultados, comprometido e produtivo tem sido um grande desafio para as empresas. Para obter esse sucesso, é necessário treinamento, benefícios, capacitação e principalmente desenvolvimento pessoal e motivação. Ter um motivo ou aquele gás para obter um bom desempenho não tem sido uma tarefa fácil, quando estão sob a liderança de um líder que preze pelo bem estar do profissional e pelo bom funcionamento da empresa, o resultado não seria diferente, colaborador com prazer e afimco é igual rendimento e é o combustível para se dedicarem e darem o seu melhor em suas tarefas diárias e atingir seus objetivos. Alguns sinais podem ser notados quando o rendimento não anda muito bem, se o funcionário se mostra desmotivado, sem dúvida irá gerar consequências negativas e prejuízos para empresa, como a indisposição para executar tarefas diárias, uso excessivo de palavras negativas, isolamento dos demais colegas de equipe, rendimento notoriamente baixo e mal ver a hora para o fim do expediente; detectado esses sinais, já é a hora de pensar em uma estratégia para mudar esse quadro. Há atitudes que mudem e motive toda equipe, basta ter a dedicação e o prazer de ensinar e mostrar para cada colaborador ou o que seja que existe uma maneira melhor de fazer um bom trabalho. O sucesso da empresa é baseado nas pessoas que estão nela.

---

<sup>1</sup> Artigo apresentado ao curso de Administração da Faculdade Multivix – Serra, como requisito final para conclusão do curso de Bacharelado em Administração, sob orientação do Prof. Dr. Omar Carrasco Delgado.

<sup>2</sup> Graduanda do curso de Administração da Faculdade Multivix de Serra-ES, E-mail: guividolin@gmail.com

<sup>3</sup> Graduanda do curso de Administração da Faculdade Multivix de Serra-ES, E-mail: go-feitosa@hotmail.com

<sup>4</sup> Graduanda do curso de Administração da Faculdade Multivix de Serra-ES, E-mail: jessicavelten@outlook.com

<sup>5</sup> Professor da Faculdade Multivix e orientador desse trabalho. É doutor e mestre em Educação. E-mail: omardcarrasco@gmail.com

**PALAVRAS-CHAVE: Motivação, liderança, organização, empresa, colaboradores, desmotivação e resultado.**

## **OS IMPACTOS DAS TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO NO CONTEXTO DA COMPETITIVIDADE DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS**

Henrique de Martin<sup>1</sup>

Patrícia Rodrigues<sup>2</sup>

Rafaela Marques<sup>3</sup>

Prof. Orientador: Omar Carrasco<sup>4</sup>

### **RESUMO**

O objetivo deste artigo é apresentar os impactos que as tecnologias da informação e comunicação trouxeram para o mercado, identificando como as empresas estão lidando com este fenômeno, e como as micro e pequenas empresas podem usufruir também destes recursos valiosos no seu dia a dia, para se manterem competitivas. A tecnologia surgiu juntamente com o evento da Segunda Revolução Industrial, provocada pela cibernética e informática. No final dos anos 90, a internet chegou e revolucionou o mundo, trazendo consigo uma nova maneira de fazer negócios e mudando a vida do consumidor. Para avaliar os impactos das tecnologias da informação e comunicação sobre a competitividade das pequenas e microempresas, a metodologia da pesquisa utilizou dados bibliográficos de livros e sites que contribuíram para o desenvolvimento do artigo. A análise qualitativa indicou que as tecnologias digitais ocasionaram uma nova proporção dos produtos, da transmissão, arquivo e acesso à informação alterando o cenário econômico, político e social. Entre os impactos mais relevantes, está a utilização da internet no mundo dos negócios, que alterou a tradicional economia. Novas tecnologias sempre vão gerar impactos no meio ambiente social de uma organização, cabe a empresa se preparar para os novos desafios e mudanças que o mercado impõe, a organização que não se manter atualizada, corre risco de ser passada para trás por empresas que se atualizam.

**PALAVRAS-CHAVE:** Impactos. Tecnologias. Comunicação. Competitividade. Internet.

1 Graduando do curso de administração na Instituição de Ensino Capixaba - Multivix

2 Graduando do curso de administração na Instituição de Ensino Capixaba - Multivix

3 Graduando do curso de administração na Instituição de Ensino Capixaba - Multivix

4 Professor na instituição de ensino capixaba - Multivix



## OS IMPACTOS DA ERA DIGITAL NAS EMPRESAS EM UMA PERSPECTIVA CONTEMPORÂNEA

Leonardo dos Santos Freitas<sup>18</sup>

Lucas Rouxinol Lazarini<sup>19</sup>

Rodrigo Padrão Fonseca<sup>20</sup>

Prof. Dr. Omar Carrasco Delgado<sup>21</sup>

### RESUMO

Nos dias de hoje é observado no âmbito empresarial que os clientes estão se tornando mais exigentes em relação aos produtos, serviços e atendimento. Torna-se necessário uma nova abordagem comercial de fidelização do consumidor. Neste cenário a utilização de ferramentas e suas estratégias vinculadas vêm ganhando destaque para compreender as necessidades e desejos dos clientes. A internet e o marketing digital se estabeleceram como principais novas ferramentas da era digital, sendo adotadas por organizações para atrair consumidores. A internet serve como um instrumento fundamental de comunicação e vendas e o marketing digital é fundamental nas estratégias comerciais. Essas tecnologias são essenciais para a evolução empresarial em um cenário de mercado altamente competitivo alicerçado em tecnologia e inovação. O objetivo principal do presente trabalho é estudar a relevância da era digital na perspectiva atual e como o surgimento da internet e do marketing digital impactou esse cenário. A fundamentação teórica aborda as concepções e o breve histórico do marketing digital, assim como os impactos da era tecnológica como diferencial para as empresas. São apresentados neste tópico gráficos com dados quantitativos que complementam a fundamentação teórica. Como resultado foi verificado que os investimentos em marketing digital tendem a aumentar de forma expressiva. A adoção dessa estratégia ocasiona um diferencial na superioridade da média de visitas das empresas que adotam o marketing digital em relação àquelas que não adotam. Utilizou-se como metodologia de pesquisa, a abordagem bibliográfica e qualitativa.

**Palavras-chave:** Era Digital; Marketing; Marketing Digital; Internet.

---

<sup>18</sup> Graduando do curso de Administração da Faculdade Capixaba da Serra – Multivix de Serra / ES. E-mail: leonardo.santos.freitas@hotmail.com

<sup>19</sup> Graduando do curso de Administração da Faculdade Capixaba da Serra – Multivix de Serra / ES. E-mail: lucasrouxinol@outlook.com

<sup>20</sup> Graduando do curso de Administração da Faculdade Capixaba da Serra – Multivix de Serra / ES. E-mail: rodrigopadraof98@hotmail.com

<sup>21</sup> Professor da Faculdade Multivix e orientador desse trabalho. É Doutor e mestre em Educação. E-mail: omardcarrasco@gmail.com

## **MERKETING DIGITAL: A DIFICULDADE DAS PEQUENAS EMPRESAS EM DIVULGAR O SEU PRODUTO NA INTERNET**

Elieni Batista Buzatto <sup>1</sup>

Karla Sthefani Rodrigues Pereira <sup>2</sup>

José Carlos Pereira Junior <sup>3</sup>

### **RESUMO**

O Marketing na rede é a nova tendência do mundo digital que vivemos, ele se tornou essencial para divulgação tanto de novos negócios como no surgimento de produtos inovadores. Em suma, para o desenvolvimento e sobrevivência de uma empresa recém-criada é necessário que ela utilize as novas ferramentas que a internet trouxe consigo. Contudo estas organizações ao ingressarem no meio digital encontram dificuldades no manuseio desses mecanismos de divulgação de produtos/serviços. O artigo aqui exposto tem o objetivo de analisar as dificuldades que pequenos comerciantes enfrentam para a divulgação e comercialização de seus produtos, tanto nas lojas físicas como na rede e como os avanços tecnológicos que vem surgindo auxiliaram no seu desenvolvimento.

**Palavras chave:** Marketing Digital; Negócios; Internet; Dificuldade.

<sup>1</sup> Graduanda em Administração pela Faculdade Capixaba da Serra – Multivix.

<sup>2</sup> Graduanda em Administração pela Faculdade Capixaba da Serra – Multivix.

<sup>3</sup> Graduado em Direito pela Faculdade Brasileira - UNIVIX. Pós-Graduado em Direito Civil e

Processual Civil pelo Centro Universitário do Espírito Santo - UNESC. Professor dos Cursos de

Administração, Ciências Contábeis e Direito das Faculdades MULTIVIX Serra e MULTIVIX

Cariacica. Graduando em Letras Português pela Faculdade Estácio de Sá.

## **MARKETING DIGITAL: A DIFICULDADE DAS PEQUENAS EMPRESAS EM DIVULGAR O SEU PRODUTO NA INTERNET**

Elieni Batista Buzatto <sup>1</sup>

Karla Sthefani Rodrigues Pereira <sup>2</sup>

José Carlos Pereira Junior <sup>3</sup>

### **RESUMO**

O Marketing na rede é a nova tendência do mundo digital que vivemos, ele se tornou essencial para divulgação tanto de novos negócios como no surgimento de produtos inovadores. Em suma, para o desenvolvimento e sobrevivência de uma empresa recém-criada é necessário que ela utilize as novas ferramentas que a internet trouxe consigo. Contudo estas organizações ao ingressarem no meio digital encontram dificuldades no manuseio desses mecanismos de divulgação de produtos/serviços. O artigo aqui exposto tem o objetivo de analisar as dificuldades que pequenos comerciantes enfrentam para a divulgação e comercialização de seus produtos, tanto nas lojas físicas como na rede e como os avanços tecnológicos que vem surgindo auxiliaram no seu desenvolvimento.

**Palavras chave:** Marketing Digital; Negócios; Internet; Dificuldade.

## MELHORIA DE UM SISTEMA OPERACIONAL PARA GESTÃO DE SERVIÇOS EM UMA DISTRIBUIDORA DE ENERGIA ELÉTRICA

Alúzia França Freire<sup>22</sup>

Izabela Oliveira Eduardo<sup>1</sup>

Mônica Bastos Pinotti<sup>1</sup>

Hannah Nicchio Loriato<sup>23</sup>

### RESUMO

O presente artigo desenvolveu um levantamento de dados junto aos colaboradores de uma empresa de Distribuição de Energia Elétrica do Estado do Espírito Santo, acerca de melhorias propostas em uma ferramenta de gestão de processo de atendimento, objetivando identificar as deficiências do programa vigente em decorrência dos trâmites internos e analisado isso, propor possíveis melhorias do mesmo. No Brasil a Energia Elétrica é trabalhada em alta, média e baixa tensão e passa por três processos; processo de geração, transmissão e comercialização. Este estudo focou no processo de transmissão ao qual se preocupa com a distribuição que é diretamente ligado ao consumidor final. A pesquisa traz como base de seu estudo no referencial teórico o Sistema de Informação Gerencial – SIG –, posto a forte tendência de as empresas buscarem processos automatizados a fim de economizar tempo e agilizar processos. Trata-se de uma pesquisa de campo de caráter exploratório, qualitativa e quantitativa, portanto, é mista, dividida em 2 etapas, sendo a primeira etapa constituída pela coleta de dados, questionário, e a segunda fase análise de custos de atualização e os retornos que trariam com a aplicação das melhorias. O trabalho se delimitou a fase de teste. A pesquisa trouxe como resultado um melhor engajamento de informações, onde o cliente poderá acompanhar o andamento de suas solicitações e os colaboradores terão mais agilidade para realizar suas tarefas diárias, caso seja aplicado as melhorias apontadas e, verificou ainda, uma economia nos custos que reduziria em 54,86% os custos em sua aplicação no seu primeiro ano. Isso em valores monetários seria equivalente a custos totais de R\$28.890,00 mediante as atualizações contra R\$72.000,00 de custos com a ferramenta atual.

**Palavras-chave:** energia elétrica; melhorias; distribuição; automatização; sistema de informação.

---

<sup>22</sup> Graduanda do curso de Administração da Faculdade Multivix – Serra.

<sup>23</sup> Professora na faculdade Multivix - Serra e Mestre em Administração.

## O PAPEL FUNDAMENTAL DA LOGÍSTICA APLICADA AO E-COMMERCE

*Maísa Cristine dos Santos<sup>1</sup>,  
Giselly Tranhagno Rocha<sup>1</sup>.  
Carlos Alberto Pasti Motta<sup>2</sup>*

### RESUMO

A intensa globalização e evolução da internet transforma e provoca grandes impactos nos processos de distribuição e relações comerciais, proporcionando o avanço e surgimento de novos meios de desenvolver o processo logístico. A logística é entendida como o processo de implementar, desenvolver, controlar, visando redução de custos, o fluxo e armazenagem de matérias primas, etapas da produção, controle do estoque e todo o processo de elaboração e transporte do produto/serviço, desde o início da produção até a chegada no destino do cliente, muitas vezes tornando-se um diferencial competitivo para as empresas que a desenvolvem de forma eficiente e eficaz. Desta forma, as empresas começaram a buscar novas maneiras de atender às necessidades dos clientes e do mercado diante do crescimento do comércio virtual. Visto que o comércio eletrônico, ou, e-commerce, abrange muito mais do que apenas a compra e venda de produtos, serviços e informações realizada por meios eletrônicos, visto que atualmente domina o mercado e a comercialização de produtos. O Magazine Luiza revolucionou o e-commerce brasileiro e hoje, o site é um dos maiores do setor e conta com os mais modernos canais e ferramentas de interação com os clientes, como Facebook, Youtube, podcasts, blogs e twitter.

**Palavras-Chave:** Comércio. Logística. E-commerce. Logística reversa.

1- Discente do curso de administração da Faculdade Capixaba da Serra-Multivix

2- Docente do curso de administração da Faculdade Capixaba da Serra-Multivix

## **OS DESAFIOS PARA INICIAR UM E-COMMERCE NO ESPÍRITO SANTO**

Washington Silas de Assis<sup>1</sup>

Kened Alfredo Rodrigues Barloesius<sup>1</sup>

Professora Ms. Hannah Nicchio Loriato<sup>2</sup>

### **RESUMO**

O presente artigo tem como objetivo mostrar as dificuldades e desafios para iniciar o e-commerce para vendas online no Espírito Santo. A pesquisa é do tipo bibliográfica e qualitativa, tendo como base uma pesquisa de campo descritiva em um determinado Grupo Empresarial de cosméticos, localizado no município da Serra, no estado do Espírito Santo. Os resultados desse estudo demonstram que o principal ponto para iniciar um e-commerce é o planejamento, pois vai serem definidos os principais aspectos para montar a plataforma. O e-commerce pode ser um forte diferencial frente aos concorrentes sem a plataforma do e-commerce, identificando os pontos críticos, os principais erros cometidos no processo de implantação e mais a falta de planejamento e as legislações brasileiras podem tornar o e-commerce uma dificuldade.

**PALAVRAS CHAVE:** E-commerce. Legislação. Vantagem e Desvantagem do E-commerce.

## **EMPREENDEDORISMO FEMININO: UMA ANÁLISE DE CASOS DE SUCESSO NA GRANDE VITÓRIA**

Diéssica Teodoro do Amaral<sup>1</sup>  
Fabiolla Salgado Nunes da Cruz<sup>2</sup>  
Marcella Caetano dos Santos<sup>3</sup>  
Priscila Alves de Freitas<sup>4</sup>

### **RESUMO**

A mulher tem conquistado cada vez mais seu espaço na economia, seja no mercado de trabalho ou em seu próprio negócio. O objetivo do trabalho foi identificar mulheres empreendedoras e os desafios enfrentados na sua trajetória para o alcance do sucesso. A pesquisa é qualitativa, de caráter exploratório, com o método descritivo e fenomenológico, pois descreve as experiências vividas pelas mulheres entrevistadas, foi utilizado questionário aberto. Os sujeitos são mulheres empreendedoras da grande Vitória, que atuam em diferentes ramos de atividades. As entrevistadas consideram importante o relacionamento e o cuidado com o cliente, e que para ser uma empreendedora de sucesso é necessário ter uma visão de mercado, aproveitar as oportunidades, fazer o que gosta e ter força de vontade. Conclui-se que além disso o planejamento estratégico, a qualidade do produto/serviço e parceria com fornecedores são fundamentais para o sucesso do negócio, as opiniões das entrevistadas eram semelhantes quando se tratava do bom relacionamento com o cliente e os desafios que enfrentaram até o negócio ser consolidado.

**Palavras chaves:** Mulheres. Empreendedoras. Negócio. Planejamento. Cliente.

## MELHORIA DE UM SISTEMA OPERACIONAL PARA GESTÃO DE SERVIÇOS EM UMA DISTRIBUIDORA DE ENERGIA ELÉTRICA

Aluízia França Freire<sup>24</sup>

Izabela Oliveira Eduardo<sup>1</sup>

Mônica Bastos Pinotti<sup>1</sup>

Hannah Nicchio Loriato<sup>25</sup>

### RESUMO

O presente artigo desenvolveu um levantamento de dados junto aos colaboradores de uma empresa de Distribuição de Energia Elétrica do Estado do Espírito Santo, acerca de melhorias propostas em uma ferramenta de gestão de processo de atendimento, objetivando identificar as deficiências do programa vigente em decorrência dos trâmites internos e analisado isso, propor possíveis melhorias do mesmo. No Brasil a Energia Elétrica é trabalhada em alta, média e baixa tensão e passa por três processos; processo de geração, transmissão e comercialização. Este estudo focou no processo de transmissão ao qual se preocupa com a distribuição que é diretamente ligado ao consumidor final. A pesquisa traz como base de seu estudo no referencial teórico o Sistema de Informação Gerencial – SIG –, posto a forte tendência de as empresas buscarem processos automatizados a fim de economizar tempo e agilizar processos. Trata-se de pesquisa de campo de caráter exploratório, qualitativa e quantitativa, portanto, é mista, dividida em 2 etapas, sendo a primeira etapa constituída pela coleta de dados – Brainstormig e Questionário – e a segunda fase sugestão de melhorias conforme a análise de dados. O trabalho se delimitou a fase de teste. A pesquisa trouxe como resultado um melhor engajamento de informações, onde o cliente poderá acompanhar o andamento de suas solicitações e os colaboradores terão mais agilidade para realizar suas tarefas diárias caso seja aplicado as melhorias apontadas e, verificou ainda, uma economia nos custos que reduziria em 54,86% os custos em sua aplicação no seu primeiro ano. Isso em valores monetários seria equivalente a custos totais de R\$28.890,00 mediante as atualizações contra R\$72.000,00 de custos com a ferramenta atual.

**Palavras-chave:** energia elétrica; melhorias; distribuição; automatização; sistema de informação.

---

<sup>24</sup> Graduanda do curso de Administração da Faculdade Multivix – Serra.

<sup>25</sup> Professora na faculdade Multivix - Serra e Mestre em Administração.



## **O CLIMA ORGANIZACIONAL NA PERCEPÇÃO DO GESTOR E DOS COLABORADORES DA EMPRESA DE ESTRUTURAS METÁLICAS NA SERRA**

Anderson Casiano Ferreira da Silva<sup>1</sup>  
Anderson Marchioro<sup>2</sup>  
Hannah Nicchio Loriato<sup>3</sup>

### **RESUMO**

As organizações estão sofrendo muitas transformações para se manterem competitivas no mercado, sendo essencial para o melhor desempenho tático e atendimento aos clientes, uma estrutura sólida. Este estudo teve como objetivo identificar o clima organizacional predominante em uma empresa de estrutura metálica. Foram realizadas duas pesquisas, uma quantitativa de natureza descritiva, a qual utilizou a técnica de questionário a aplicação do Google Forms para o levantamento de dados, nesta etapa foi possível coletar 29 questionários sendo de dois setores da empresa. Na pesquisa qualitativa foi entrevistado o coordenador da empresa, onde foi realizada uma entrevista gravada com seu depoimento, onde foi possível concluir que o gestor classifica o clima organizacional bom e os colaboradores se sentem parte da empresa. Constatou-se ainda que, o clima organizacional que perpetua na organização, está ligado em todos os departamentos, missão e objetivo da empresa. É de extrema importância o resultado desse trabalho para os gestores poder melhorar o desenvolvimento no clima organizacional.

**Palavra-Chave:** Desempenho; Clima; Organização; Objetivo.

## OS NOVOS LÍDERES DA ERA 4.0: REFLEXÕES E CONTEXTOS NO MERCADO COMPETITIVO

*Géssika Silva Santos<sup>26</sup>*

*Rodrigo César<sup>27</sup>*

*Ubaldo Souza Sena Filho<sup>28</sup>*

*Prof. Dr. Omar Carrasco Delgado<sup>29</sup>*

### RESUMO

O objetivo, desta pesquisa, é chamar atenção para a relevância do papel da liderança nas organizações, com a visão contemporânea de indústria e comércio nomeada Indústria 4.0, as lideranças tiveram e tem que refletir sobre qual é o seu papel nesta nova visão, e estar cada vez mais capacitado na exigente modernidade capitalista evolutiva. Em meio a crescente modernização e evolução da ciência e da tecnologia as indústrias não podem ficar estagnadas no tempo. Com isso devem a tempo identificar e capacitar líderes 4.0, para que estes possam assistir os gestores e os funcionários das empresas no que tange os funcionários. Sabe-se que funcionários desmotivados podem gerar transtornos gigantescos para as empresas, com isso deve se observar o que leva um funcionário a ficar desmotivado e em decorrência desse conhecimento elaborar estratégias, técnicas para motivá-los. Nisto a pesquisa olha o perfil de um líder, as formas que se pode arguir<sup>30</sup> para conseguir as metas de sua empresa. Descobrir as causas da desmotivação decorrente do setor de trabalho e também a qualidade de vida no local de trabalho. Além disso foi formulado um questionário com 3 perguntas para diversos funcionários / líderes baseado na empresa Afort (Grupo Fortlev).

**Palavras-chave:** Líder. Motivação. Funcionário. Qualidade de vida. Indústrias.

---

<sup>26</sup> Graduanda do curso de Administração da Faculdade Capixaba da Serra – Multivix de Serra / ES. E-mail: gessika\_s.c@hotmail.com

<sup>27</sup> Graduando do curso de Administração da Faculdade Capixaba da Serra – Multivix de Serra / ES. E-mail: rodrigo.cezar.2@hotmail.com

<sup>28</sup> Graduando do curso de Administração da Faculdade Capixaba da Serra – Multivix de Serra / ES. E-mail: ubaldossf@gmail.com

<sup>29</sup> Professor da Faculdade Multivix e orientador desse trabalho. É Doutor e mestre em Educação. E-mail: omardcarrasco@gmail.com

<sup>30</sup> Alegar como prova ou razão.

## **OS DESAFIOS PARA INICIAR UM E-COMMERCE NO ESPÍRITO SANTO: UM ESTUDO DE CASO**

Washington Silas de Assis<sup>1</sup>

Kened Alfredo Rodrigues Barloesius<sup>1</sup>

Professora Ms. Hannah Nicchio Loriato<sup>2</sup>

### **RESUMO**

O presente artigo tem como objetivo mostrar as dificuldades e desafios para iniciar o e-commerce para vendas online no Espírito Santo. A pesquisa é do tipo bibliográfica e qualitativa, tendo como base uma pesquisa de campo descritiva em um determinado Grupo Empresarial de cosméticos, localizado no município da Serra, no estado do Espírito Santo. Os resultados desse estudo demonstram que o principal ponto para iniciar um e-commerce é o planejamento, pois vai serem definidos os principais aspectos para montar a plataforma. O e-commerce pode ser um forte diferencial frente aos concorrentes sem a plataforma do e-commerce, identificando os pontos críticos, os principais erros cometidos no processo de implantação e mais a falta de planejamento e as legislações brasileiras podem tornar o e-commerce uma dificuldade.

**PALAVRAS CHAVE:** E-commerce. Legislação. Vantagem e Desvantagem do E-commerce.

## MARKETING DIGITAL: O IMPACTO QUE AS REDES SOCIAIS E OS INFLUENCIADORES DIGITAIS CAUSAM NA DECISÃO DE COMPRA DOS CONSUMIDORES DA GRANDE VITÓRIA.

Amanda Souza Corrêa<sup>31</sup>

Danielle Miranda Oliveira Xavier<sup>32</sup>

Eveline Santana de Oliveira<sup>33</sup>

Hannah Nicchio Loriato<sup>34</sup>

### RESUMO

O aumento significativo do uso das redes sociais ocasionou no surgimento dos influenciadores digitais, pessoas estas que possuem a capacidade de influenciarem outras a tomarem certas decisões, utilizando as redes sociais para realizar ações de publicidade e marketing. Deste modo, as empresas buscam essas pessoas para disseminação de suas marcas. O presente estudo, analisa a relação dos influenciadores digitais e as redes sociais no processo de decisão de compra dos consumidores da Grande Vitória. Os dados desta pesquisa foram coletados por meio de um questionário fechado disponibilizado em uma plataforma gratuita online, tratando-se de uma pesquisa quantitativa de caráter descritivo, onde foi empregado o método de levantamento *Survey*. Confrontando os dados levantados, concluiu-se que os influenciadores digitais e as redes sociais impactam diretamente no processo de decisão de compra dos consumidores da Grande Vitória.

**Palavras Chave:** Marketing; Marketing digital; Redes sociais; Influenciadores digitais; Comportamento do consumidor.

---

<sup>31</sup> Graduanda do Curso de Administração da Faculdade Capixaba da Serra – Multivix

<sup>32</sup> Graduanda do Curso de Administração da Faculdade Capixaba da Serra – Multivix

<sup>33</sup> Graduanda do Curso de Administração da Faculdade Capixaba da Serra – Multivix

<sup>34</sup> Professora Orientadora Mestra em Administração da Faculdade Capixaba da Serra - Multivix

## AS IMPLICAÇÕES DA LIDERANÇA E MOTIVAÇÃO NO CONTEXTO DO CLIMA ORGANIZACIONAL

*Erique Abreu Macedo*<sup>35</sup>

*Giselle Rosa Bento*<sup>36</sup>

*Thaissa de Jesus Tobias Lima*<sup>37</sup>

*Prof. Dr. Omar Carrasco Delgado*<sup>38</sup>

### RESUMO

Este artigo objetivou verificar as implicações da liderança e da motivação no contexto do clima organizacional, destacando a relevância da valorização do capital intelectual, e como o papel do líder é um referencial para sua equipe e pode trazer melhoria, investimento e produtividade dentro da empresa. Realizado por intermédio de pesquisa bibliográfica e qualitativa baseada em livros, artigos científicos, biblioteca virtual, entre outras fontes para aprofundar os conhecimentos, o estudo dos referenciais teóricos permitiu verificar que necessidades são o combustível que motiva um trabalhador a agir e a sair da zona de conforto em direção à satisfação. A motivação é uma força motriz que faz com que o indivíduo tome determinada atitude ou realize determinada tarefa, gerando assim novas metas e realizações. Este trabalho nos levou a compreender que, mais que simplesmente chefiar, liderar é fazer com que o grupo de colaboradores trabalhe em equipe e gere resultados cada vez mais satisfatórios para a empresa, os líderes são facilitadores para que todos possam colaborar da melhor forma. Que é fundamental proporcionar um ambiente agradável, mais justo, motivador, igualitário, que respeite e valorize as potencialidades de cada pessoa. Na concretização do estudo questionou-se como as motivações dos colaboradores influenciam o ambiente organizacional e, em busca de respostas, ocorreu o diálogo com autores como Chiavenato, Vergara, Maximiano, dentre outros, propondo apresentar as considerações acerca do clima organizacional, papel da liderança e valorização do trabalhador. Neste artigo identificou-se a função da liderança, suas tipificações e concepções, como também o contexto histórico da motivação e suas inferências no clima organizacional. O artigo oportuniza ainda refletir sobre as implicações da liderança e motivação, favorecendo o ser sociável, empático, sustentável e produtivo. A fundamentação teórica adotada neste trabalho afirma que, para que tenham satisfação e produtividade no ambiente de trabalho, cabe ao líder assumir responsabilidades, ser uma pessoa capaz de orientar, incentivar, identificar dificuldades e promover soluções. Quanto à motivação, de acordo com os autores adotados neste estudo, observou-se que esse é um fator intrínseco ao indivíduo, não havendo a possibilidade de uma fonte externa.

**Palavras-Chave:** Liderança, Clima organizacional, Produtividade, Motivação, Colaborador, Organização, Implicações.

---

<sup>35</sup> Graduando do curso de Administração na Faculdade Capixaba da Serra (MULTIVIX Serra).

<sup>36</sup> Graduanda do curso de Administração na Faculdade Capixaba da Serra (MULTIVIX Serra).

<sup>37</sup> Graduanda do curso de Administração na Faculdade Capixaba da Serra (MULTIVIX Serra).

<sup>38</sup> Orientador e Doutor em Ciência da educação, docente na Faculdade Capixaba da Serra (MULTIVIX Serra).

## **A IMPORTÂNCIA DO MARKETING DIGITAL PARA EMPRESAS DE PEQUENO PORTE**

Clayton Hermes Ramos<sup>1</sup>  
Aryelle Braga de Souza<sup>2</sup>  
Hannah Nicchio Loriato<sup>3</sup>

### **RESUMO**

Este estudo teve como objetivo analisar a importância do marketing digital para empresas de pequeno porte, discutindo os efeitos e o alcance em meios digitais. Para a consecução deste objetivo foram selecionadas duas empresas denominadas de A e B, do setor de alimentos, em funcionamento na Grande Vitória, com cerca de dois e seis anos, respectivamente. Para o desenvolvimento deste trabalho, foi realizada como base de estudo, a pesquisa bibliográfica, seguida da pesquisa de campo para coleta de dados por meio de entrevista semiestruturada, o que possibilitou levantar dados e informações das práticas e ações de comunicação via internet pelas empresas alvo da pesquisa. Na discussão dos dados, buscou-se estabelecer conexão do particular para o geral através da comparação, análise e discussão de categorias e padrões coletados à luz dos teóricos pesquisados. O resultado possibilitou destacar algumas vantagens da implantação do marketing digital como ferramenta de comunicação entre empresa e público/consumidores para garantir impactos das marcas ou produtos, significando que o uso do marketing digital pode ser um recurso poderoso e uma estratégia indispensável para empresas de pequeno porte.

**Palavras-chave.** Comunicação. Marketing digital. Internet. Empresa.

## **O PARADIGMA DA GESTÃO DE PESSOAS EM UMA PERSPECTIVA DE MUDANÇAS CORPORATIVAS NO ÂMBITO DE RECURSOS HUMANOS: ESTUDO DE CASO**

*Eidiane Gerônimo<sup>2</sup>*

*Samia dos Reis<sup>3</sup>*

*Sara Amorim<sup>4</sup>*

*Prof. Dr. Omar Carrasco Delgado<sup>5</sup>*

### **RESUMO**

É objetivo deste trabalho, focar por meio de um estudo de caso e por um questionário, o paradigma da gestão de pessoas na empresa IES, que por meio de uma equipe estruturada, o RH está sempre buscando melhorias para o seu time, retratando uma tarefa árdua e contínua. Sobretudo, uma das principais tarefas dos gestores é manter os empregados motivados e solidificar uma cultura que, muitas vezes, pode passar por variações em decorrência dos vários aspectos sofridos pelas organizações e são influenciados por fatores ligados aos ambientes interno e externo. Dessa forma, os gestores criam estratégias e soluções para intervirem junto aos trabalhadores desmotivados, com planos de incentivos, benefícios e méritos referentes a pretensão salarial e com promoções a cargos mais altos. Enfim, busca da melhor forma possível, o bem-estar dos funcionários e principalmente da corporação em geral. Com tudo isso, com a globalização e a velocidade com que a tecnologia progride, da forma com que a

## MARKETING PRODUTOS E SERVIÇOS NA INDÚSTRIA DE COSMÉTICOS

*Maria Simone*

*Rodrigues Gonçalves Jobim*<sup>2</sup>

*Marlon Ribeiro Lopes de Almeida*<sup>3</sup>

*Thamwska Binda Mota*<sup>4</sup>

*Prof. Orientador: Omar Carrasco Delgado*<sup>5</sup>

### RESUMO

No atual mercado cada vez mais competitivo é necessário que as empresas busquem formas de diferenciação, atração e retenção de clientes. Deste modo, o marketing de produtos e serviços destaca - se como uma importante estratégia. Este trabalho tem por objetivo geral identificar as estratégias de marketing adotadas pela empresa Adcos no decorrer dos últimos 15 anos, como forma de alavancar seu crescimento. Utilizou-se como metodologia para realização deste trabalho a pesquisa bibliográfica, qualitativa e quantitativa, seguida por uma pesquisa de campo. Esta pesquisa foi realizada na empresa Adcos e com alguns clientes que utilizam a marca. Foi possível notar que a percepção dos clientes é que a empresa a Adcos investe em qualidade e inovação de seus produtos, é vista como referência no quesito foto proteção. Percebe-se que ela tem investido em ferramentas como a adoção das mídias sociais, *Instagram* e *Facebook*, além do ponto de venda com comunicação visual de altíssima qualidade. Os clientes buscam a Adcos pelo resultado que obtêm, fundamenta o discurso de propaganda informal, a pesquisa identificou que a maioria dos clientes tiveram conhecimento da Adcos por indicação de amigos. Cabe assim investir cada vez mais no marketing de produtos e serviços e disseminar a história da empresa, poucos conheciam conforme a pesquisa apontou. Sobre o e-commerce percebeu-se que a empresa enfrenta alguns desafios em oferecer aos clientes Adcos uma experiência de toda forma parecida com a que eles têm em loja física, no qual o atendimento Adcos é considerado um exemplo, profissionais treinados, capacitados que proporcionam uma experiência única aos seus clientes.

**Palavras-chave:** Diferenciação, Marketing Serviços e Produtos. Experiência, Inovação.



## IMPACTO DO TREINAMENTO NO DESEMPENHO DO COLABORADOR DE UMA AGENCIA BANCÁRIA DO MUNICÍPIO DE SERRA

Bruno Rodrigues<sup>39</sup>

Joceir Rodrigues<sup>40</sup>

Leandro Nascimento Paixão<sup>41</sup>

Hannah Nicchio Loriato<sup>42</sup>

### RESUMO

O presente artigo teve como objetivo pesquisar o Impacto do Treinamento no desempenho do colaborador. Para atingir os objetivos e responder à questão de pesquisa foi feito um questionário com 14 perguntas fechadas em escala likert e 4 perguntas abertas, que foram enviados por e-mail para os respondentes. A pesquisa foi realizada nas agências do “Banco Bravo” situada no município de Serra-ES, o universo era composto por 64 colaboradores, destes 27 colaboradores responderam o questionário. Os resultados apresentaram que o impacto do treinamento contribui para maior motivação, flexibilidade a mudança de rotina, empatia, autoconfiança, e melhor desempenho nas tarefas.

**Palavras chave:** Treinamento, Desempenho, Desenvolvimento

---

<sup>39</sup> Graduando em Administração pela Faculdade Capixaba da Serra – Multivix

<sup>40</sup> Graduando em Administração pela Faculdade Capixaba da Serra – Multivix

<sup>41</sup> Graduando em Administração pela Faculdade Capixaba da Serra – Multivix

<sup>42</sup> Mestra em Administração e Professora Orientadora - Faculdade Capixaba da Serra-Multivix

## O COMPORTAMENTO ESPERADO DOS COLABORADORES EM UMA ORGANIZAÇÃO

Gisely Vasconcelo M. de Castro<sup>43</sup>

John Gevin dos Santos Belicano<sup>44</sup>

Samara Ellen Luiz<sup>45</sup>

Hannah Nicchio Loriato<sup>46</sup>

### RESUMO

Este artigo apresenta estudos que comprovam a importância de entender como o comportamento organizacional é fundamental e qual tipo de comportamento a empresa espera de seus funcionários. Para manifestar a necessidade de melhora no comportamento organizacional, foram utilizadas abordagens como benefícios, lideranças e tecnologia. Foi realizada uma pesquisa de campo em uma empresa de perfuração *offshore*, com finalidade de obter dados por meio de entrevistas. Apesar de a empresa entrevistada passar por dificuldades por conta da crise, a partir da análise de resultados foram descobertos os meios utilizados pela mesma com finalidade de encontrar harmonia entre gestores e colaboradores, assim favorecendo a organização como um todo. Esta pesquisa descobriu que o comportamento mais desejado pelos gestores para os seus funcionários é a proatividade, seguido do comprometimento e do trabalho em equipe.

**Palavras-chave:** Comportamento Organizacional; Comportamento; Gestores; Funcionários

---

<sup>43</sup> Graduando do curso de Administração da Faculdade Capixaba da Serra – Multivix.

<sup>44</sup> Graduando do curso de Administração da Faculdade Capixaba da Serra – Multivix.

<sup>45</sup> Graduando do curso de Administração da Faculdade Capixaba da Serra – Multivix.

<sup>46</sup> Professora mestre orientadora, do curso de Administração da Faculdade Capixaba da Serra – Multivix.

## **PÓS VENDA: GESTÃO DO RELACIONAMENTO COM O CLIENTE COMO ESTRATÉGIA PARA FIDELIZAÇÃO E CONSOLIDALIZAÇÃO DA MARCA.**

*Rose Ribeiro de Oliveira*<sup>47</sup>

*Thiago Biazutti*<sup>48</sup>

*Weldiney Flor*<sup>49</sup>

*Dr. Omar Carrasco Delgado*<sup>50</sup>

### **RESUMO**

A estratégia competitiva é observada há quase duas décadas por vários autores como Porter, Costa, Ferrell, Kotler e outros, que notavam a ascensão da competitividade do mercado. Quais seriam as medidas estratégicas para antecipar as dificuldades e mudanças dinâmicas dos setores? Conforme a observação, notou-se que nem todos os clientes são iguais. E qual o caminho será melhor para traçar como estratégia? Para isso, o cliente foi colocado como centro da análise e o estudo do relacionamento da empresa com o cliente como estratégia competitiva. A tecnologia avançou e as empresas puderam observar o cliente e o seu comportamento perante às compras e preferências. Outra estratégia adotada foi o marketing de relacionamento pós-venda e o resultado foi positivo – observou-se que manter o cliente é menos custoso que trabalhar estratégias para conquistar novos clientes. Todo esse trabalho só tem êxito se desenvolvido em parceria com o marketing de relacionamento e o envolvimento dos colaboradores da empresa. É notável que as estratégias de pós-venda têm potencial de alavancagem e fidelização da marca, mas esse trabalho é realizado a longo prazo e em busca da satisfação do cliente. Para exemplificar a relevância do pós-venda, a pesquisa foi bibliográfica e de campo, com dados quantitativos sobre as informações de setores como banco, comércio varejista, indústria e comércio virtual – na pesquisa, o comércio virtual foi o que se destacou, prova de que o cliente atual tem um novo perfil de compra.

---

<sup>47</sup> Acadêmica do curso de Administração da Faculdade Capixaba da Serra – Multivix.

<sup>48</sup> Acadêmico do curso de Administração da Faculdade Capixaba da Serra – Multivix.

<sup>49</sup> Acadêmico do curso de Administração da Faculdade Capixaba da Serra – Multivix.

<sup>50</sup> Prof.Orientador Doutor em educação no curso de Administração da Faculdade Capixaba da Serra – Multivix.

## **A RELEVÂNCIA DA LIDERANÇA HUMANIZADA NA RECIPROCIDADE ENTRE PESSOAS E ORGANIZAÇÕES.**

Igor Vaz Fracalossi<sup>1</sup>

Kelly Cristina Nascimento<sup>2</sup>

Nathália Mércia Vasconcelos da Silva<sup>3</sup>

Hannah Nicchio Loriato<sup>4</sup>

### **RESUMO**

O trabalho proporciona esclarecimentos sobre as empresas e lideranças humanizadas junto ao novo método de gestão de pessoas. O objetivo da pesquisa foi conhecer o novo método de liderança de pessoas por meio das empresas humanizadas, o movimento empresas humanizadas existente no estado do Espírito Santo, e analisar como a liderança humanizada valoriza os colaboradores, identificando como ter sucesso através desse novo método de gestão. Portanto, para ter o entendimento do objetivo do trabalho, as informações foram coletadas através de pesquisas bibliográficas e pesquisas de campo. Entende-se como empresas humanizadas, àquelas que se preocupam com todos os seus stakeholders, possuem responsabilidade social e com propósito além de gerar lucros. *Ter o sucesso através desse novo método é compreender as diversidades dentro da própria empresa, com líderes humanizados que valorizam os colaboradores e tem estratégias inteligentes, desenvolve o bem-estar nas relações de trabalho.*

**PALAVRAS CHAVE:** Liderança Humanizada, Gestão de pessoas, relações de trabalho, empresas humanizadas.

## A RESPONSABILIDADE CIVIL DO CONTADOR

Alcilene Borges de Souza Botacin<sup>51</sup>

Eliana Pereira da Silva<sup>52</sup>

Rayline Kelly Rodrigues Silva<sup>53</sup>

José Carlos Pereira Júnior<sup>54</sup>

### RESUMO

Este trabalho aborda a responsabilidade civil do contador e tem por objetivo compreender a aplicação da responsabilidade civil a que ele está sujeito. Por meio de uma pesquisa descritiva, de natureza qualitativa, procura interpretar e analisar os aspectos legais pesquisados em fontes bibliográficas e documentais, que se relacionam diretamente à esta temática da contabilidade. O desenvolvimento em tópicos em que são abordados os apontamentos históricos da contabilidade, a ética profissional e a responsabilidade social, a responsabilidade civil, e a responsabilidade civil do contador no exercício de sua profissão, demonstra que o contador sempre teve responsabilidade por seus atos, entretanto, a partir do Código Civil de 2002, esta responsabilidade foi ampliada e passa a ser passível de reparação legal.

**Palavras-chave:** Contador. Responsabilidade Civil. Ética contábil. Danos. Direitos.

---

<sup>51</sup> Graduanda em Ciências Contábeis pela Faculdade Capixaba da Serra – Multivix

<sup>52</sup> Graduanda em Ciências Contábeis pela Faculdade Capixaba da Serra – Multivix

<sup>53</sup> Graduanda em Ciências Contábeis pela Faculdade Capixaba da Serra – Multivix

<sup>54</sup> Graduado em Direito pela Faculdade Brasileira - UNIVIX. Pós Graduado em Direito Civil e Processual Civil pelo Centro Universitário do Espírito Santo - UNESC. Professor dos Cursos de Administração, Ciências Contábeis e Direito das Faculdades MULTIVIX Serra e MULTIVIX Cariacica. Graduando em Letras Português pela Faculdade Estácio de Sá.

## INDICADORES FINANCEIROS EM UMA REDE SUPERMERCADISTA: APLICABILIDADE E VIABILIDADE

Clayton Fernandes Rodrigues<sup>55</sup>

Daniella Miranda Nascimento<sup>56</sup>

Daniella Cristina de Assis Pinto

### RESUMO

A atividade financeira de uma empresa requer acompanhamento permanente de seus resultados, de maneira a avaliar seu desempenho, bem como proceder aos ajustes e correções se necessários. A utilização de ferramentas que possibilitam a coleta de informações mais precisas que favorecem as tomadas de decisões dentro das organizações, chegando-se a números mais reais que possibilitam um direcionamento das ações da empresa que versem melhor sobre seus objetivos no mercado é cada vez mais comum dentro das organizações. Nesse sentido, os chamados KPI (*Key Performance Indicator*), são indicadores utilizados por diversas instituições com a finalidade de medir a performance dos processos da organização para que de posse das informações e dados, os objetivos traçados pela gestão sejam alcançados de forma objetiva e satisfatória. Desse modo, o presente estudo objetiva analisar a aplicabilidade e viabilidade da utilização de indicadores de desempenho em uma rede de supermercados de pequeno porte e para o alcance desse objetivo a pesquisa tem como objetivos específicos apresentar as principais concepções presentes na literatura acerca dos KPI na literatura e, a partir das análises das informações de uma rede de supermercados com matriz em Vila Velha/ES, dialogar sobre a utilização desses indicadores a fim de identificar possíveis melhorias na gestão do negócio. Como método de pesquisa, o estudo possui características de um estudo descritivo, com pesquisa bibliográfica e método quantitativo, além de estudo de caso. As análises dos dados permitiram identificar uma deficiência financeira na organização estudada, reforçando que o uso constante de indicadores favorece o acompanhamento dos quesitos financeiros da empresa, direcionando as tomadas de decisão por parte da gestão e uma mudança positiva do quadro financeiro da empresa.

**Palavras - chave:** Gestão Financeira. Indicadores. KPI.

---

<sup>55</sup> Graduando em Ciências Contábeis pela Faculdade Multivix Serra/ES

<sup>56</sup> Graduanda em Ciências Contábeis pela Faculdade Multivix Serra/ES

## **DETERMINANTES PARA REJEIÇÃO E RESSALVA NOS PARECERES DE AUDITORIA DE CONTROLE EXTERNO NAS PCAS DE 2017 DOS MUNICÍPIOS CAPIXABAS**

Juliana Claudino<sup>57</sup>

Patrícia de Freitas Xavier Ferreira<sup>58</sup>

Silas Adolfo Potin<sup>59</sup>

### **RESUMO**

Cada vez mais a população tem se voltado para uma gestão transparente e honesta, com isso a execução eficiente dos recursos tornou-se um grande desafio ao setor público. O endividamento público descontrolado e os gastos excessivos com os orçamentos estatais marcaram negativamente a Administração Pública Brasileira. Por esse motivo, o controle sobre os gastos públicos tem desempenhado importante missão na busca da eficiência do uso dos recursos públicos. Desse modo, o presente artigo buscou identificar os determinantes para rejeição e ressalva nos pareceres de Auditoria de Controle Externo, em análise de dados de PCAs dos 78 municípios do estado do Espírito Santo, do ano de 2017. Das prestações de contas municipais do ano de 2017 analisadas pelo TCE-ES, observa-se que o item de parecer de ressalva de maior recorrência foram: (i) divergência entre o saldo da dívida ativa flutuante e o saldo do passivo financeiro evidenciado no balanço patrimonial. Em relação ao parecer de rejeição, as infrações mais aplicadas e recorrentes pelos municípios foram relacionadas, respectivamente de acordo com os casos mais recorrentes, seguindo seus índices: valores recebidos a título de compensação financeira pela exploração de petróleo e gás natural não constam em conta bancária e; déficit financeiro em diversas fontes de recursos.

---

<sup>57</sup> Graduanda em Ciências Contábeis pela Faculdade Brasileira da Serra

<sup>58</sup> Graduanda em Ciências Contábeis pela Faculdade Brasileira da Serra

<sup>59</sup> Professor Orientador

## **DESAFIOS ENCONTRADOS PELO SETOR ATACADISTA NA IMPLANTAÇÃO DO BLOCO K DO SPED FISCAL: um estudo com empresas da Grande Vitória.**

Alunos (as): Iandâra Brito\*

Jocemar Frige\*

Regina D. Ferreira\*

Professor (a): Josiane Maria Haese<sup>60</sup>

### **RESUMO**

O Bloco K do Sped Fiscal é uma versão digital do livro de controle de produção e estoque e tem como objetivo principal acabar com a sonegação das empresas que não realizam o controle de produção e dos estoques. A pesquisa tem como objetivo geral identificar os principais desafios encontrados na implantação do Bloco K nas empresas do setor atacadista da região da Grande Vitória do Estado do Espírito Santo no ano de 2019. Em decorrência desta adequação para as empresas do setor atacadista são os desafios enfrentados pelo setor na implantação do Bloco K. Diante deste problema, o objetivo desta pesquisa é analisar as implicações na implantação do Bloco K do SPED Fiscal e os investimentos em sistemas de informação e treinamentos dos colaboradores necessários para a adequação a esta nova obrigação. O método utilizado nesta pesquisa foi descritivo e as respostas foram coletadas através de questionário. Os resultados demonstram que o Bloco K tem importância direta e decisiva nas empresas, as quais encontram dificuldades na adequação, principalmente nos sistemas de informação e treinamento de colaboradores. É nítida a necessidade do investimento financeiro e investimento em treinamento dos colaboradores responsáveis pela geração das informações do Bloco K para o controle do estoque.

**Palavras-chave:** Bloco K; SPED Fiscal; Desafios.

### **ABSTRACT**

The Bloco K of Sped Fiscal a digital version of the production and inventory control book and its main objective is to end the evasion of companies that do not control production and inventory. The general objective of this research is to identify the main challenges encountered in the implementation of Bloco K in the wholesale sector companies in the Grande Vitória region of the state of Espírito Santo in 2019. Due to this suitability for the wholesale sector companies are the challenges faced. By the sector in the implementation of Bloco K. Given this problem, the objective of this research is to analyze the implications on the implementation of Bloco K SPED Fiscal and the investments in information

---

\* Este artigo foi elaborado conjuntamente por estudantes do 8º período da Faculdade Multivix, Campus Serra, do curso de Ciências Contábeis.

<sup>60</sup> Artigo elaborado sob orientação da professora Josiane Maria Haese. da professora Josiane Maria Haese.



systems and training of employees necessary to adapt to this new obligation. The method used in this research was descriptive and the answers were collected through a questionnaire. The results show that Bloco K has direct and decisive importance in companies, which find it difficult to adapt, especially in the information and training systems of employees. There is a clear need for financial investment and investment in training of employees responsible for generating information from Bloco K for inventory control.

**Keywords:** Bloco K; SPED fiscal; Challenges.

## OS REFLEXOS DA REFORMA TRABALHISTA NAS RELAÇÕES DE EMPREGO

Daniele Lopes de Souza<sup>61</sup>  
Patrícia Trindade Amaral Gonçalves<sup>62</sup>  
Jose Carlos Pereira Junior<sup>63</sup>

### RESUMO

A relação entre empregado e empregador, precisou ser regularizada juridicamente, que é quando ocorre o contrato de trabalho entre as partes. Esse foi o principal objetivo do direito do trabalho, tratar normas e princípios para as relações de trabalho sejam reguladas. Nele consta normas a serem regidas pela CLT – Consolidação das Leis do Trabalho. No presente artigo buscou-se descrever e analisar o comportamento, as mudanças e os impactos após a Lei 13.467/2017 referente à reforma trabalhista. Iniciouse a reflexão histórica deste trabalho a partir da temática da evolução histórica e seus princípios do direito do trabalho, criação da Lei 13.4767/2017, principais pontos da reforma trabalhista, mudanças e impactos ocorridos. A análise dos resultados se deu por meio de pesquisa descritiva.

**Palavras-chave:** Direito. Reforma Trabalhista. Reflexos. Normas

---

<sup>61</sup> Graduando/a em Ciências Contábeis pela Faculdade Capixaba da Serra – Multivix

<sup>62</sup> Graduando/a em Ciências Contábeis pela Faculdade Capixaba da Serra – Multivix

<sup>63</sup> Graduado em Direito pela Faculdade Brasileira - UNIVIX. Pós Graduado em Direito Civil e Processual Civil pelo Centro Universitário do Espírito Santo - UNESC. Professor dos Cursos de Administração, Ciências Contábeis e Direito das Faculdades MULTIVIX Serra e MULTIVIX Cariacica. Graduando em Letras Português pela Faculdade Estácio de Sá.

## A PERCEPÇÃO DOS ESTUDANTES DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS SOBRE A CONTRIBUIÇÃO DAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR NO APRENDIZADO PARA A REALIZAÇÃO DO EXAME DE SUFICIÊNCIA: Um estudo de caso em Instituições de Ensino Superior da Grande Vitória.

Alunos (as): Guilherme Louzada Cardoso<sup>64</sup>

Isabela Souza Santos Valente<sup>65</sup>

Ramon Boone da Silva<sup>66</sup>

Professor (a): Josiane Maria Haese<sup>67</sup>

### RESUMO

Mediante as diversas mudanças advindas pelo mercado globalizado, são amplos os impactos para a contabilidade, e assim evidencia-se a disposição por um profissional competente, que possua habilidades básicas no desenvolvimento do exercício da profissão contábil, tornando o Exame de Suficiência uma ferramenta fundamental para estabelecer um padrão de profissional capacitado. Deste modo, a pesquisa tem como objetivo identificar a percepção dos alunos de Ensino Superior de Ciências Contábeis da grande Vitória do 5<sup>o</sup> ao 8<sup>o</sup> período em relação a contribuição das Instituições para a realização do Exame de Suficiência, que tem sido fundamental para a habilitação de exercício profissional. Esta pesquisa trata-se do tipo quantitativa, aplicada através de um questionário elaborado no *Google Forms*, contendo questões sobre o curso de graduação em Ciências Contábeis e o Exame de Suficiência com a participação de 301 respondentes. Após análise, foi apresentado que existe uma carência dos acadêmicos em relação as exigências requeridas na prova, além de um direcionamento para melhorias no que tange a preparação do graduando.

**Palavras-chave:** Exame de suficiência; Contribuição; Percepção; Instituições de Ensino.

### ABSTRACT

Through the various changes arising from the globalized market, the impacts for accounting are broad, and thus it is evidenced the disposition by a competent professional, who has basic skills in the development of the practice of the profession accounting, making the Sufficiency Exam a fundamental tool to establish a standard of qualified professional. Thus, the research aims to identify the perception of higher education students of Accounting Sciences from the great Victory from the 5th to the 8th period in relation to the contribution of

---

<sup>64</sup> Graduando em Ciências Contábeis, na faculdade Multivix Serra.

<sup>65</sup> Graduando em Ciências Contábeis, na faculdade Multivix Serra.

<sup>66</sup> Graduando em Ciências Contábeis, na faculdade Multivix Serra.

<sup>67</sup> Artigo elaborado sob orientação da Prof. Mestre Josiane Maria Haese.

institutions to the realization of the Sufficiency Exam, which has been fundamental qualification for professional practice. This research is the quantitative type, applied through a questionnaire elaborated in Google Forms, containing questions about the undergraduate course in Accounting Sciences and the Sufficiency Exam with the participation of 301 respondents. After analysis it was presented that there is a lack of students in relation to the requirements required in the test, in addition to a direction for improvements regarding the preparation of the undergraduate.

**Keywords:** Sufficiency exam; Contribution; Perception; Accounting

## **A IMPORTÂNCIA DA METODOLOGIA DE CUSTOS PARA A FORMAÇÃO DE PREÇO EM UMA EMPRESA CAPIXABA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL**

Luiz Alberto da Silva Júnior<sup>68</sup>

Miriã da Silva Correa Corcetti<sup>69</sup>

Nayane Vicentini Cardoso Rocha<sup>70</sup>

Sergio Pontes Araújo<sup>71</sup>

### **RESUMO**

O artigo parte da dificuldade em compreender se o proprietário de uma empresa capixaba de pequeno e médio porte do ramo de educação profissional possui um modelo de precificação com base nos custos e se na prática sabe se o negócio é lucrativo, tendo em vista o cenário econômico atual de muita competitividade e onde o mercado de ensino à distância vem ganhando mais espaço. Este artigo tem como objetivo demonstrar a importância da metodologia de custos para a formação de preços em uma empresa de educação profissional que está há 12 (doze) anos no mercado, genuinamente capixaba com a oferta de cursos presenciais na modalidade livre e propor uma metodologia de reestruturação de preço caso se faça necessário. Como método de pesquisa, foi realizada uma entrevista objetiva com o diretor executivo e fundador do negócio, com o intuito de entender os critérios existentes para formação de preço e uma análise do relatório gerencial dos últimos 2 anos (2017 e 2018) para entender se há o alcance da lucratividade prospectada.<sup>72</sup>

**Palavras-chave:** Formação de Preço; Estratégia de Preço; Vantagem Competitiva; Gerenciamento de Lucro; Lucratividade.

### **ABSTRACT**

The article is based on the difficulty to understand if the owner of a small and medium-sized professional education company in Espírito Santo has a cost-based pricing model and if in practice the owner knows if the business is

---

<sup>68</sup> Graduando em Ciências Contábeis pela Faculdade Capixaba da Serra - Multivix

<sup>69</sup> Graduanda em Ciências Contábeis pela Faculdade Capixaba da Serra - Multivix

<sup>70</sup> Graduanda em Ciências Contábeis pela Faculdade Capixaba da Serra - Multivix

<sup>71</sup> Professor Orientador

profitable, given the current economic scenario of great competitiveness and which the distance learning market is gaining more space. This article aims to demonstrate the importance of cost methodology for pricing in a professional education company that is 12 (twelve) years in the market, genuinely capixaba with the offer of face-to-face courses in free modality and propose a methodology of price restructuring if necessary. As a research method, an objective interview was conducted with the executive director and founder of the business, in order to understand the existing criteria for pricing and an analysis of the management report of the last 2 years (2017 and 2018) to understand if there is the scope of prospective profitability.

**Keywords:** Price Formation; Price strategy; Competitive advantage; Profit management; Profitability.

## PERCEPÇÃO DO PROFISSIONAL CONTÁBIL SOBRE A AUDITORIA INTERNA PARA EMPRESAS DE MÉDIO E GRANDE PORTE DA REGIÃO DA GRANDE VITÓRIA-ES

Graciane Silva Ferreira Araújo <sup>73</sup>

Lorrayne Miroto de Melo Vago <sup>74</sup>

Mileny Breda do Nascimento <sup>75</sup>

Silas Adolfo Potin <sup>76</sup>

### RESUMO

O presente artigo apresenta um estudo sobre a percepção do profissional contábil para com o uso da auditoria interna em empresas de médio e grande porte da região da Grande Vitória-ES. O uso da auditoria interna para as empresas, mesmo não estando obrigada por lei a ser auditada, tende a ser eficaz, uma vez que os controles internos nos processos dentro das empresas resultam em benefícios, como redução dos custos, diminuição dos riscos de fraudes, mitigação dos erros não intencionais. Considerando tais fatores e o objetivo geral do trabalho, a pesquisa foi alicerçada em um estudo, junto a profissionais contábeis da Grande Vitória, sendo estes respondentes de questionário de pesquisa elaborado. Constatou-se que os profissionais contábeis pesquisados identificam essa relevância da auditoria interna, entretanto esses serviços são pouco explorados pelos mesmos, podendo representar um acréscimo de portfólio profissional e potencial de exploração deste nicho de mercado, uma vez que foi verificado que a existência de demandas por este serviço.

**Palavras-chave:** Auditoria. Auditoria Interna. Fraudes. Riscos.

### ABSTRACT

This paper presents a study on the accounting professional's perception of the use of internal auditing in medium and large companies in the Greater Vitória-ES region. The use of internal auditing for companies, even though not required by law to be audited, tends to be effective as internal controls on processes within

---

<sup>73</sup> Graduanda em Ciências Contábeis pela Faculdade Brasileira da Serra

<sup>74</sup> Graduanda em Ciências Contábeis pela Faculdade Brasileira da Serra

<sup>75</sup> Graduanda em Ciências Contábeis pela Faculdade Brasileira da Serra

<sup>76</sup> Professor Orientador.

companies result in benefits such as cost reduction, reduced risk of fraud, mitigation of unintentional errors. Considering these factors and the general objective of the study, the research was based on a study with accounting professionals from Greater Vitória, which were the respondents of a research questionnaire elaborated. It was found that the accounting professionals surveyed identify this relevance of internal audit, however these services are little explored by them, and may represent an increase of professional portfolio and potential exploration of this market niche, since it was found that the existence of demands for this service.

**Key words:** Audit. Internal Audit. Fraud. Risk.



## **ESTUDO DO PROCESSO DE CAPTAÇÃO DE SINAIS PELO ATC (AUTOMATIC TRAIN CONTROL) EM FERROVIAS SINALIZADAS**

Flávio dos Santos Rangel<sup>1</sup>

Francisco Márcio Lima Maciel<sup>1</sup>

Júlio Cesar Alves Pereira<sup>1</sup>

Omar Carrasco Delgado<sup>2</sup>

### **RESUMO**

Os sistemas caracterizados com natureza “falha segura” são projetados para apresentarem as menores inconsistências possíveis e que sempre levem o sistema a um estado seguro. Devido a estes fatores, sistema requer uma atenção diferenciada e uma avaliação detalhada. O desenvolvimento deste artigo tem como objetivo propor uma opção para o sistema de sinalização ferroviário utilizado na EFVM – Ferrovia Vitória Minas, bem como as licenças e liberação de tráfego ferroviário. De posse destes conhecimentos, elaborar um estudo que possibilite embasar questionamentos sobre suas funcionalidades em campo e a bordo dos veículos ferroviários. Para sustentar a reprodução de ensaios/testes, este estudo se baseou em conceitos técnicos ferroviários, que contribuiu para uma melhor compreensão assertiva de toda a sua funcionalidade. A pesquisa é baseada em ensaios de campo e laboratório com a finalidade de testar o sistema ATC contra possíveis falhas.

**Palavras-chave:** Sinalização; Falha segura; Ferrovia; Ensaio;

### **ABSTRACT**

Systems characterized with a "fail safe" nature are designed to present the smallest possible inconsistencies and always bring the system to a safe state. Due to these factors, system requires differentiated attention and detailed evaluation. The development of this article aims to propose an option for the railway signaling system used in the EFVM - Vitória Minas Railroad, as well as the licenses and release of rail traffic. With this knowledge, to elaborate a study that allows to base questions about its functionalities in the field and on board the railway vehicles. To support the reproduction of tests / tests, this study was based on technical rail concepts, which contributed to a better assertive understanding of all its functionality. The research is based on field and laboratory trials for the purpose of testing the ATC system against possible failures.

**Keywords:** Signaling; Secure failure; Railroad; Essay

## A UTILIZAÇÃO DE SENSORES DE TRIANGULAÇÃO A LASER COMO FERRAMENTA DE INSPEÇÃO PREDITIVA E CONFIABILIDADE NA MANUTENÇÃO

Thiago Vago de Brito<sup>77</sup>,

Douglas Oliveira Lopes<sup>78</sup>

Rogério Gonçalves Sarmento Junior

### RESUMO

Ao longo do tempo, o processo de produção de coque em uma bateria de fornos traz interferências aos equipamentos ligados a produção, devido a dilatação da parede dos fornos, fazendo com que o *bracing* perca a sua eficiência, causando deslocamento radial de metálicos como o *buckstay* que, por consequência, pode gerar falha no automatismo das extratoras, limpadores de *door-frame* e nivelamento das máquinas dependendo da distância que esse deslocamento percorre. Visando manter os equipamentos operando em automático e os *buckstays* alinhados, a manutenção centrada em confiabilidade será utilizada para solucionar esses desvios antecipando as ocorrências através dos *kpis* e ferramentas como a manutenção preditiva, que será alimentada com dados obtidos de sensores, gerando um perfil longitudinal dos *buckstays* ao longo das baterias de fornos. Sensores com tecnologia de triangulação a laser serão utilizados para fazer as medições *online* e gerar histórico com tendências, que posteriormente irá suprir com dados armazenados e instantâneos a base de parâmetros da manutenção preditiva para implementar ações antecipadas com o objetivo de tornar sistema de *bracing* mais eficiente e manter os equipamentos em automático. Um ganho financeiro é esperado através dessa ferramenta de medição, que busca evitar paradas não planejadas de um equipamento, chamadas de paradas emergenciais e de alto valor econômico, além de trazer mais estabilidade ao processo e menos interferências de manutenção.

---

<sup>77</sup> **Thiago Vago de Brito**, acadêmico no curso de engenharia de controle e automação; matriculado sob o número 4-1512728, na Universidade Brasileira Multivix; e-mail: thiago.vdebrito@outlook.com.

<sup>78</sup> **Douglas**, acadêmico no curso de engenharia de controle e automação; matriculado sob o número 4-1512728, na Universidade Brasileira Multivix; e-mail: thiago.vdebrito@outlook.com.

## **ABSTRACT**

Over time, coke batteries production process brings interference to the production equipment due to the dilation of the furnace wall, causing bracing to lose its efficiency, causing radial displacement of metals such as the buckstay , which, as a consequence, can lead to the automation failure of the pullers, door-frame wipers and leveling of the machines depending on the distance that this displacement travels. In order to keep the equipment operating in automatic and the buckstays aligned, the reliability centered maintenance will be used to solve these deviations anticipating the occurrences through the kpis and tools as the predictive maintenance, which will be fed with data obtained from sensors, generating a longitudinal profile of the devices over the Coke batteries. Laser triangulation technology sensors will be used to make measurements online and generate trend history, which will later supply stored data and snapshots with the predictive maintenance parameter base to implement early actions to make bracing more efficient. and keep the equipment in automatic. Financial gain is expected through this measurement tool, which seeks to prevent unplanned equipment downtime, emergency stop calls and high economic value, as well as providing more process stability and less maintenance interference.

Key words: Buckstay; Predictive maintenance; Triangulation laser measuring sensor.

## **AUTOMATIZAÇÃO DO SISTEMA DE ILUMINAÇÃO**

Breno Gaiba Vettorazzi

Filipe Ferreira De Rezende

### **RESUMO**

O presente trabalho de conclusão de curso promovido pelos presentes alunos realiza o estudo e implementação de uma automatização do funcionamento do sistema de iluminação sem grandes modificações na indústria siderúrgica, na área de Tratamento de Gás. Sendo que foi elaborado para fins de obtenção de título e graduação a ser promovido pelo Curso de Engenharia de Controle e Automação Industrial, sob a ótica da Faculdade Brasileira Multivix-Serra/ES. O método de pesquisa consiste em apresentar a área siderúrgica ou qualquer planta industrial e seus campos de produção, bem como o procedimento a ser realizado para melhor eficiência quanto ao produto oferecido por meio de tal. Entretanto há divergências sobre os mecanismos utilizados relativamente a sua destreza, ou seja, para melhor agilidade de produção, fundamenta-se tal estudo a fim de contribuir e fornecer argumentos que possam auxiliar nas presentes propostas de atualizações. Ressalta-se que foi elaborado projeto científico (documentos em anexo), do qual se expõe um plano em relação ao presente tema, visando a complementação de convicções a serem analisadas e exploradas, oferecendo ao presente artigo de conclusão de curso, um fechamento teórico e prático sobre os questionamentos apresentados. Considerando todo exposto, os alunos dando prioridade à pesquisa, pretendem ampliar e atualizar tecnologicamente o controle do sistema de iluminação utilizando já projetado, utilizando a infraestrutura já existente e em operação, sem a necessidade de grandes modificações e grandes investimentos.<sup>79</sup>

Palavras-chave: Automatização, Iluminação, Sistema de Iluminação.

---

<sup>79</sup>Resumo extraído do trabalho científico de conclusão de curso apresentado pelos alunos matriculados no curso de Engenharia de Controle e Automação Industrial, na Faculdade Brasileira - Multivix, Serra-ES.

## O USO DO LIVRO DIDÁTICO NAS AULAS DE EDUCAÇÃO FÍSICA: UM ESTUDO EXPLORATÓRIO

Matheus Santos Lorençon<sup>80</sup>

Ezequiel Moreira<sup>81</sup>

Donaldson Rodrigues Thompson<sup>82</sup>

### RESUMO

Trata-se de uma pesquisa de campo com caráter exploratório, com o objetivo de compreender o uso do Livro Didático como instrumento norteador do professor de educação física. O livro didático é uma fonte de conhecimento e transmissão de saberes utilizados como instrumento no processo de ensino aprendizagem do professor-aluno em todas as disciplinas, porém, na educação física seu uso ainda é tímido e não é consenso entre profissionais. Após entrevista com 03 (três) professores de educação física, concluiu-se que a utilização do livro didático pelos professores e alunos é considerado mais um instrumento didático para dinamização das aulas, porém, não é indispensável a atuação do professor, que aponta pontos positivos e negativos de sua utilização, podendo ser um instrumento norteador da prática, mas também um limitador do professor, principalmente se não estiver em consonância com a realidade da comunidade onde é trabalhado.

**Palavras Chaves:** Professor. Livro didático. Educação Física.

### ABSTRACT

This is an exploratory field research, with the objective of understanding the use of the Textbook as a guiding instrument of the physical education teacher. The textbook is a source of knowledge and transmission of knowledge used as an instrument in the teaching-learning process of teacher-student in all subjects, however, in physical education its use is still shy and is not a consensus among professionals. After an interview with 03 (three) teachers of physical education, it was concluded that the use of the textbook by teachers and students is considered another didactic instrument to stimulate the classes, however, the teacher's performance, which points positive points, is not indispensable. and negatives of its use, which can be a guiding instrument of the practice, but also a limiting of the teacher, especially if it is not in line with the reality of the community where it is worked.

**Key Words:** Teacher. Textbook. Physical Education.

---

<sup>80</sup> Aluno do Curso de Educação Física da Faculdade Capixaba da Serra – Multivix Serra.

<sup>81</sup> Aluno do Curso de Educação Física da Faculdade Capixaba da Serra – Multivix Serra.

<sup>82</sup> Professor e Coordenador do Curso de Educação Física da Faculdade Capixaba da Serra – Multivix Serra.

## AS CONTRIBUIÇÕES DA EDUCAÇÃO FÍSICA PARA A INCLUSÃO DE CRIANÇAS COM DEFICIÊNCIA EM UMA ESCOLA DE VITÓRIA-ES

<sup>83</sup>VIEIRA, Patrícia de Souza

<sup>84</sup>BARBOSA, Thiago Cassimiro

<sup>3</sup>DA SILVA, Ulisses Santos

<sup>85</sup> FERREIRA, Lorena Nascimento

### RESUMO

Este estudo vem analisar a realidade dos alunos com necessidades especiais na escola pública, a partir da nossa visão de estudantes de licenciatura em educação física, focando na convivência com a educação especial, entendendo, assim, como funciona na prática o processo de inclusão desses alunos nas aulas. Refletir sobre as práticas corporais que se adequam às capacidades de cada um. A pesquisa se caracteriza como qualitativa e exploratória, tendo como foco principal apresentar um levantamento através das entrevistas com as mães dos alunos e as professoras, averiguando suas opiniões sobre o que pensam a respeito da deficiência e normalidade, relatando qual a visão que tem sobre a educação física e seu auxílio no processo de alfabetização e socialização dos alunos especiais.

**Palavras Chave:** Deficientes; Inclusão; Educação Física; Escola.

### ABSTRACT

This study analyzes the reality of students with special needs in school, from our view of undergraduate physical education students and living with special education, understand how the process of inclusion of these students in practice works. Reflect on the body practices that fit the capabilities of each. The research is characterized as qualitative and exploratory, having as its main focus to present a survey through interviews with students' mothers and teachers, analyze their opinions about what they think about disability and normality and what view they have about education. Physics, assisting in the process of literacy and socialization of special students.

**Keywords:** Disabled; Inclusion; Physical Education; School.

---

<sup>83</sup> Aluno do Curso de Educação Física da Faculdade Multivix Serra

<sup>84</sup> Aluno do Curso de Educação Física da Faculdade

Multivix Serra <sup>3</sup> Aluno do Curso de Educação Física da

Faculdade Multivix Serra

<sup>85</sup> Professora Orientadora.

## **A INSERÇÃO DO LUDICO NO PROCESSO DE ENSINO E APRENDIZAGEM: Uma perspectiva com alunos do Ensino Fundamental I.**

*Kyssela Deoclécio Nogueira<sup>1</sup>*

*Natália Marques da Silva<sup>2</sup>*

*Renata Carla dos Santos Gonzaga Andrade<sup>3</sup>*

*Pro. Orientador: Omar Carrasco Delgado<sup>4</sup>*

### **RESUMO**

A presente pesquisa objetivou entender e compreender os impactos da inserção do lúdico no processo de ensino e aprendizagem do Ensino Fundamental. A pesquisa é de natureza qualitativa, com caráter descritivo, tendo sido realizada por meio de uma pesquisa de campo em uma escola pública da cidade de Serra/ES. Buscou-se embasamento teórico em obras que abordam o tema pertinente a esta pesquisa entre eles Piaget (1971), Kishimoto (1994), Santos (1995) e Vygotsky (1999). Utilizamos como instrumentos de coleta de dados a observação participante e entrevistas semiestruturadas.

**PALAVRAS-CHAVE:** Lúdico, Ensino Fundamental, Processo de Ensino, Processo de Aprendizagem.

### **ABSTRAC**

This research aimed to understand and understand the impacts of the inclusion of playfulness in the teaching and learning process of elementary school. The research is qualitative, descriptive in nature, having been conducted through a field research in a public school in the city of Serra / ES. Theoretical grounding in works was sought and I approach the pertinent theme to this research among them Piaget (1971), Kishimoto (1994), Santos (1995) and Vygotsky (1999). We used participant observation and semi-structured interviews as data collection instruments.

**KEYWORDS:** Playful, Elementary School, Teaching Process, Learning Process.

## O CONTEXTO DA EDUCAÇÃO DE JOVENS E ADULTOS EM UMA PERSPECTIVA DE INCLUSÃO SOCIAL

*Carolai Souza*<sup>86</sup>  
*Ellen Cristina Nunes*<sup>87</sup>  
*Jocilene Santos Oliveira*<sup>88</sup>  
*Omar Carrasco Delgado*<sup>89</sup>

### RESUMO

Esta pesquisa tem por objetivo conhecer e refletir sobre o contexto da educação de jovens e adultos em uma perspectiva de inclusão social. A justificativa está pautada na necessidade de compreensão da realidade do aluno da EJA e sua inclusão social. A metodologia adotada, foi de caráter qualitativo a partir de observação e entrevista, onde pode-se perceber que a EJA se constitui numa modalidade de ensino com condições para contemplar a necessidade educacional de indivíduos para a vida com significado. A pesquisa mostrou a importância da EJA sobre a vida dos alunos que resolveram dar continuidade aos estudos, uma vez que não tiveram a oportunidade de os concluírem na idade certa e sua contribuição para a inclusão social de seus educandos.

**Palavras-chave:** Educação; Jovens e adultos; Sociedade; Inclusão.

### ABSTRACT

This research aims to know and reflect on the context of youth and adult education from a social inclusion perspective. The justification is based on the need to understand the reality of the student of the EJA and its social inclusion. The methodology adopted was of a qualitative character, where it can be seen that the EJA constitutes a teaching modality with conditions to contemplate the educational need of individuals for meaningful life. The research showed the importance of EJA in the lives of students who decided to continue their studies, since they did not have the opportunity to complete at the right age and their contribution to the social inclusion of their students.

**Keywords:** Education; Youth and adults; Society; Inclusion.

---

<sup>86</sup> Graduanda do Curso de Pedagogia da Faculdade Capixaba da Serra – MULTIVIX. E-mail: Carolaisouza@hotmail.com

<sup>87</sup> Graduanda do Curso de Pedagogia da Faculdade Capixaba da Serra – MULTIVIX. E-mail: Ellen cristina2019@hotmail.com

<sup>88</sup> Graduanda do Curso de Pedagogia da Faculdade Capixaba da Serra – MULTIVIX. E-mail: josi.santos1989@hotmail.com

<sup>89</sup> Professor da Faculdade Multivix e orientador desse trabalho. É doutor em Educação. E-mail: omardcarrasco@gmail.com



## DESENVOLVIMENTO DO ALUNO POR MEIO DA LITERATURA NA EDUCAÇÃO INFANTIL

*Sirlanda Ferreira Flores*<sup>90</sup>  
*Omar Carrasco Delgado*<sup>91</sup>

**RESUMO:** O tema escolhido, O desenvolvimento do aluno através da Literatura na Educação Infantil, foi adquirido em meio a curiosidade, promovida pela própria instituição Multivix, em conhecer a grande relevância da literatura na educação infantil e quais as suas contribuições para a vida do aluno. Este presente estudo objetiva compreender as particularidades das práticas pedagógicas na Educação Infantil que visam estimular o aprendizado com foco na literatura na educação infantil e ressalta as complicações em trabalhar tal conteúdo. A metodologia utilizada neste artigo a fim de obter as informações, com veracidade dos fatos, foi bibliográfica, reunindo dados e informações de autores diversos, expondo seus estudos e contribuições a respeito do trabalhar a literatura infantil. Esta pesquisa explicita que a leitura não deve ser praticada somente no âmbito escolar, mas que ela reúne outras áreas que depende de sua contribuição intelectual, motivacional e tecnológica. A leitura traz características fundamentais que se espera desse aluno como ser, a fim de desenvolver sua interpretação acerca das coisas a sua volta, criticidade, criatividade, capacidade de raciocínio lógico e outras.

**Palavras-chave:** Literatura, Educação infantil, Identidade, Pedagogia.

---

<sup>90</sup> Licencianda do Curso de Pedagogia da Faculdade Capixaba da Serra – Multivix Serra.

<sup>91</sup> Prof. Dr. Omar Carrasco Delgado orientador do Curso de Pedagogia da Faculdade Capixaba da Serra – Multivix Serra.

## **A PRÁTICA DAS INTELIGÊNCIAS MÚLTIPLAS NO PROCESSO DA APRENDIZAGEM NO CONTEXTO DA EDUCAÇÃO INFANTIL**

Daniella Navega da Silva<sup>2</sup>  
Maria Terezinha Sorteio da Silva<sup>3</sup>  
Sandra Mara Coutinho da Silva<sup>4</sup>  
Prof: Omar Carrasco Delgado<sup>5</sup>

### **RESUMO**

Este trabalho tem como objetivo abordar a teoria das inteligências múltiplas, e relatar estudos da área, que expressam a teoria das sete inteligências múltiplas no desenvolvimento humano em geral, além da sua aplicabilidade no contexto educacional, comprovando que cada indivíduo tem seu próprio potencial. Segundo os relatos da pesquisa o ser humano é capaz de desenvolver seu próprio pensamento, pois sua capacidade em resolver problemas independe de estudos ou escolaridade. A partir da década de 80 Gardner, desenvolve e comprova uma lista de sete inteligências múltiplas. Desde então, o tema tem ganhado espaço em áreas das ciências humanas como psicologia, administração e pedagogia em questão. A característica dessa metodologia foi realizada por meio de uma coleta de dados levantados por trabalhos, reportagens, revistas, filmes, entre outros recursos como, os questionários teste que identificam a inteligência de maior potencial do aluno. Bibliograficamente esse estudo se baseia em pesquisas com métodos, conteúdos e teorias sobre os conceitos de inteligências múltiplas, desmitificando as inteligências de forma isolada. Garantindo que trabalhando pedagogicamente essa inteligência por meio de brincadeiras, músicas, teatros e recursos para auxiliar o desenvolvimento da criança de educação infantil, levando esse aluno a aprendizagem individual e conseqüentemente um maior aproveitamento da aprendizagem.

**Palavras-chave:** Inteligências múltiplas; educação; indivíduo; conhecimento; pesquisa; potencialidade.

## PROJETOS DIDÁTICOS: A ALTERNATIVA PARA UMA PRÁTICA EFICAZ

Evelyn de Melo da Silva Bortolini <sup>2</sup>

Milena Almeida dos Santos Bastos <sup>3</sup>

Valéria Damacena Ferreira <sup>4</sup>

Oscar Omar Carrasco Delgado

### RESUMO

O

presente artigo apresenta uma discursão sobre a pedagogia de projetos, trazendo uma visão diferenciada do conceito de currículo e conhecimento, apresentando uma nova possibilidade de organizar o trabalho escolar. Caracterizam-se pela abordagem de um assentado conhecimento ou tema, possibilitando uma justaposição das características individuais dos alunos e das suas respectivas experiências, criando uma conexão entre os conhecimentos formais, sendo aqueles ofertados pelas instituições escolares e o conhecimento dos saberes do senso comum, que são adquiridos através do meio social onde os alunos estão inseridos, valorizando a cultura das regiões, juntamente com os problemas emergentes. De certo modo, a pedagogia de projetos ultrapassa as fronteiras das áreas da abordagem dos conteúdos curriculares trabalhados de forma tradicional pelas escolas, abordando as novas práticas e estratégias, pela busca de novas fontes de informações, visando às práticas curriculares: Interdisciplinaridade, multidisciplinaridade, transdisciplinaridade, pluridisciplinaridade, e contextualização, valorizando os interesses e necessidades dos alunos, apropriando-se da nova Base Nacional Comum Curricular tendo em vista que um dos seus principais objetivos é criar orientações para o processo de ensino aprendizagem, dos estudantes da educação básica, que compõem a educação infantil, ensino fundamental e o ensino médio. A pesquisa optou por uma metodologia de caráter essencialmente bibliográfica e qualitativa.

**Palavras- Chave:** Base Nacional Comum Curricular, Pedagogia de Projetos, Práticas Curriculares.

### ABSTRACT

This article presents a discussion about the pedagogy of projects, bringing a different vision of the concept about curriculum and knowledge, presenting a new possibility to organize the school work. They're characterized by the approach of a settled knowledge or theme, enabling a juxtaposition of the students' individual characteristics and their respective experiences, creating a connection between formal knowledge, being those offered by school institutions and the knowledge of common sense, that are acquired through the social environment where the students are inserted, valuing the culture of the regions, along with emerging problems. In a way, pedagogy of projects goes beyond the boundaries of the areas of approach to curriculum content traditionally worked by schools, addressing new practices and strategies, through the search for new sources of information, aiming at curricular practices: Interdisciplinarity, multidisciplinary, transdisciplinarity, pluridisciplinarity, and contextualization, valuing students' interests and needs, appropriating the new Common National Curriculum Base considering that one of its main objectives is to create guidelines for the teaching-learning process, of the students of basic education, that compose the kindergarten, elementary school and the high school. The research opted for an essentially bibliographical and qualitative methodology.

**Keywords:** Common National Curriculum Base, Pedagogy of Projects, Curricular Practices

## **A INCLUSÃO DOS ALUNOS COM NECESSIDADES ESPECIAIS NO CONTEXTO DO ENSINO REGULAR**

*Graziella Dias<sup>2</sup>*

*Joana Angelica<sup>3</sup>*

*Thaicyane Alvarenga<sup>4</sup>*

*Prof. Orientador: Omar Carrasco<sup>5</sup>*

### **RESUMO**

O presente artigo aborda a compressão sobre a inclusão de alunos com necessidades especiais no âmbito escolar, no qual é apresentado um breve contexto histórico da inclusão, os avanços com chegada da legislação e assim a aceitação da matrícula e a permanência dos alunos no ensino regular. Disserte busca refletir a grande significância das práticas pedagógicas, a fim de garantir o acesso igualitário a todos com intuito de promover a aceitação das diversidades, desse modo, promovendo a interação entre todos os alunos. O objetivo principal é a inclusão dos alunos com síndrome de Rett, onde o artigo apresenta o conceito, a importância do trabalho multidisciplinar, a utilização de estratégias, metodologias e práticas, para um desenvolvimento satisfatório. Destarte o artigo expõe a necessidade de ultrapassar barreiras, rompendo paradigmas de modo que respeite a especificidade de cada aluno, no qual o educador desenvolve de forma lúdica o potencial dos alunos com síndrome de Rett e sempre respeitando o tempo de aprendizagem dos alunos onde o educador trabalha de forma específica com cada aluno e assim promovendo o contato com o meio social. O artigo aludiu à metodologia de caráter bibliográfico qualitativo no qual obteve compreender a inclusão dos alunos com necessidades especiais no contexto do ensino regular.

**PALAVRAS-CHAVE:** Inclusão. Educação Especial. Síndrome de Rett. Ensino Regular.

### **ABSTRACT**

This article deals with the compression on the inclusion of students with special needs in the school context, in which a brief historical context of inclusion is presented, the advances with the arrival of legislation and thus the acceptance of enrollment and the permanence of students in regular education. Dissertation seeks to reflect the great significance of pedagogical practices in order to ensure equal access to all in order to promote acceptance of diversity, thereby promoting interaction among all students. The main objective is the inclusion of students with Rett syndrome, where the article presents the concept, the importance of multidisciplinary work, the use of strategies, methodologies and practices for a satisfactory development. Thus the article exposes the need to overcome barriers, breaking paradigms so that respects the specificity of each student, in which the educator develops in a playful way the potential of students with Rett syndrome and always respecting the learning time of students where the educator works specifically with each student and thus promoting contact with the social environment. The article alluded to the qualitative bibliographical methodology in which it was possible to understand the inclusion of students with special needs in the context of regular education.

**KEYWORDS:** Inclusion. Special education. Rett's syndrome. Regular education.

## **A EDUCAÇÃO DE JOVENS E ADULTOS, UM OLHAR SOBRE OS DESAFIOS E SUAS TRANSFORMAÇÕES SOCIAIS**

*Juliana Celia<sup>2</sup>*

*Lilian Vieira Barbosa<sup>3</sup>*

*Marcia Hoffmann<sup>4</sup>*

*Orientador: prof. Omar Carrasco<sup>5</sup>*

### **RESUMO**

O papel da Educação de Jovens e Adultos (EJA) seus desafios e transformações sociais, bem como suas potencialidades, nesta pesquisa tem por objetivo discorrer sobre a contextualização e formação da EJA como modalidade de ensino, trazendo suas lutas e conquistas, atualizando sua participação nos dias atuais, com a observância na Lei de Diretrizes e Bases da Educação Brasileira vigente, focando na importância dos seus precursores e protagonistas de sua constituição e continuidade, proporcionando uma avaliação de seus avanços e retrocessos tanto para o indivíduo como para a educação brasileira. No intuito de dar maior embasamento ao conteúdo pesquisado, buscou-se referenciá-lo por meio de pesquisa bibliográfica extraída das obras de autores renomados dentro desta temática. No entanto, a partir das considerações apresentadas, compreende-se que os crescimentos obtidos por meio da EJA, propicia o aprendizado de mais saberes de seus discentes, porém requer uma atenção quanto aos fatores de redução que ela pode proporcionar, tanto na qualidade, quanto na prática pedagógica. Espera-se, com essa pesquisa, acrescentar mais saber e reflexões acerca da temática EJA para pesquisas futuras.

**Palavras-chave:** Desafios, EJA, educação, inclusão, transformação, NTCIs.

### **ABSTRACT**

The role of Youth and Adult Education (EJA) its challenges and social transformations, as well as its potentialities, in this research aims to discuss the contextualization and formation of EJA as a teaching modality, bringing their struggles and achievements, updating their participation in Today, with the observance of the Law of Guidelines and Bases of Brazilian Education in force, focusing on the importance of its precursors and protagonists of its constitution and continuity, providing an assessment of its advances and setbacks for both the individual and Brazilian education. In order to give greater basis to the researched content, we sought to refer to it through bibliographic research extracted from the works of renowned authors on this theme. However, from the considerations presented, it is understood that the growth obtained through the EJA, allows the learning of more knowledge of its students, but requires attention to the reduction factors that it can provide, both in quality, as well as in pedagogical practice. It is hoped, with this research, to add more knowledge and reflections on the EJA theme for future research.

**Key-words:** Challenges, EJA, education, inclusion, transformation, NTCIs



# MULTIVIX

---

SERRA

**MULTIVIX.EDU.BR**