

Anais do I Congresso Brasileiro de Empreendedorismo

I Prêmio Omnis de
Empreendedorismo Sustentável



**I Congresso Brasileiro de
Empreendedorismo**
(On-line)

Anais do I Congresso Brasileiro de Empreendedorismo

I Prêmio Omnis de
Empreendedorismo Sustentável



I Congresso Brasileiro de
Empreendedorismo
(On-line)

Editora Omnis Scientia

**ANAIS DO I CONGRESSO BRASILEIRO DE EMPREENDEDORISMO (ON-LINE) –
I COBREM – RESUMOS SIMPLES**

Volume 1

1ª Edição

RECIFE - PE
2024

Coordenadora do Evento

Nhatallia Laranjeira Amorim

Coordenador de Publicação

Daniel Luís Viana Cruz

Comissão Organizadora

Integrantes da Editora Omnis Scientia

Comissão Avaliadora

Integrantes da Editora Omnis Scientia

Palestrantes

Ana Campos

Francisco Matheus Barros das Chagas

Irapuan Glória Júnior

José Muriel Oliveira Alves

Luiz Carlos Francisco Junior

Editor-Chefe

Me. Daniel Luís Viana Cruz

Organizadora

Nhatallia Laranjeira Amorim

Conselho Editorial

Dr. Amâncio António de Sousa Carvalho - ESS-UTAD - Portugal

Dr. Cássio Brancalone - UFFS - Brasil

Dr. Marcelo Luiz Bezerra da Silva – UEPa – Brasil

Dra. Pauliana Valéria Machado Galvão - UPE - Brasil

Dr. Plínio Pereira Gomes Júnior - UFRPE - Brasil

Dr. Walter Santos Evangelista Júnior - UFRPE - Brasil

Dr. Wendel José Teles Pontes - UFPE - Brasil

Editores de Área - Ciências Sociais Aplicadas

Dra. Helga Midori Iwamoto

Dr. Marcelo Luiz Bezerra da Silva

Dra. Milena Nunes Alves de Sousa

Dr. Thiago Barbosa Soares

Assistente Editorial

Thialla Larangeira Amorim

Imagem de Capa

Freepik

Edição de Arte

Vileide Vitória Larangeira Amorim

Revisão

Os autores



Este trabalho está licenciado com uma Licença Creative Commons – Atribuição-NãoComercial-SemDerivações 4.0 Internacional.

O conteúdo abordado nos artigos, seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores.

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Lumos Assessoria Editorial

C749 Congresso Brasileiro de Empreendedorismo (1. : 2024 : Online).
Anais do I Congresso Brasileiro de Empreendedorismo :
I COBREM : resumos simples : volume 1 [recurso eletrônico] / organizadora Nhatalia Laranjeira Amorim. — 1. ed. — Recife : Omnis Scientia, 2024.
Dados eletrônicos (pdf).

ISBN 978-65-6036-424-0
DOI: 10.47094/978-65-6036-424-0

1. Empreendedorismo - Inovações tecnológicas.
2. Desenvolvimento sustentável. 3. Inteligência artificial - Aplicações industriais. 4. Gestão industrial - Aspectos ambientais. I. Amorim, Nhatalia Laranjeira. II. Título. III. Evento.

CDD23: 658.421028563

Bibliotecária: Priscila Pena Machado – CRB-7/6971

Editora Omnis Scientia

Av. República do Líbano, nº 251, Sala 2205, Torre A,
Bairro Pina, CEP 51.110-160, Recife-PE.

Telefone: +55 87 99914-6495

editoraomnisscientia.com.br

contato@editoraomnisscientia.com.br



EDITORIAL

O **I Congresso Brasileiro de Empreendedorismo (On-line) - I COBREM** foi um evento inovador, que reuniu empreendedores, pesquisadores e estudantes desta área para discutir tendências, compartilhar insights e promover *networking*, abordando temas relevantes para o cenário empreendedor brasileiro. Além disso, os participantes tiveram a oportunidade de submeter número ilimitado de trabalhos, totalmente gratuito, pela **Editores Omnis Sicentia**. Todos os resumos simples aprovados pelos avaliadores foram inseridos nos **Anais do I Congresso Brasileiro de Empreendedorismo**.

Foram escolhidos três resumos simples que se destacaram e, portanto, receberam menção honrosa, cujos títulos constam abaixo:

- A IMPORTÂNCIA DA ANÁLISE DE SWOT PARA O PLANO ESTRATÉGICO DE MARKETING TURÍSTICO DE SALVADOR-BA
- EMPREENDEDORISMO INOVADOR: CONCEPÇÕES ACERCA DOS NOVOS NEGÓCIOS
- ÉTICA: O COMPROMETIMENTO NA PESQUISA DE MARKETING PARA INSERÇÃO DO NOVO PROJETO DE “PET MÓVEL” DE UMA EMPRESA FICTÍCIA EM BRASÍLIA DE MINAS-MG

Boa leitura!

SUMÁRIO - RESUMOS SIMPLES

DIREITO EMPRESARIAL

PROCEDIMENTOS DE VERIFICAÇÃO DE CRÉDITOS NA LEI DE RECUPERAÇÃO DE EMPRESAS E FALÊNCIA.....	13
--	----

EMPREENDEDORISMO

A IMPORTÂNCIA DO SETOR DE ALIMENTOS PARA O EMPREENDEDORISMO E PARA A ECONOMIA BRASILEIRA.....	14
---	----

EMPREENDEDORISMO DIGITAL: NAVEGANDO PELOS DESAFIOS E OPORTUNIDADES DO E-COMMERCE.....	15
---	----

DESENVOLVENDO HABILIDADES SOCIOEMOCIONAIS E IDEIAS EMPREENDEDORAS EM AMBIENTE ESCOLAR.....	16
--	----

EMPREENDEDORISMO INOVADOR: CONCEPÇÕES ACERCA DOS NOVOS NEGÓCIOS.....	17
--	----

BARBIELAND O FILME: A ONDA ROSA QUE TOMOU CONTA DO COMÉRCIO.....	18
--	----

ÉTICA E SUSTENTABILIDADE

DO PÚBLICO AO PRIVADO: AVALIANDO OS RUMOS DA PRIVATIZAÇÃO NO SETOR DE SANEAMENTO BÁSICO BRASILEIRO.....	19
---	----

GESTÃO DE INOVAÇÃO

IMPLANTAÇÃO DE PRÁTICAS INOVADORAS EM EMPRESAS: UM ESTUDO DE CASO.....	20
A INTERAÇÃO UNIVERSIDADE-GOVERNO-INDÚSTRIA NO CONTEXTO DA TERCEIRA MISSÃO DA UNIVERSIDADE: UMA ANÁLISE SOB A ÓTICA DA HÉLICE TRÍPLICE.....	21
GOVERNANÇA DE DADOS, TRANSFORMAÇÃO DIGITAL E INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL: ABORDAGENS MULTIDISCIPLINARES PARA DESAFIOS CONTEMPORANEOS.....	22
STARTUPS SUSTENTÁVEIS: INOVAÇÃO TECNOLÓGICA E SOLUÇÕES AMBIENTAIS.....	23
GOVERNOS MUNICIPAIS E O PROCESSO INOVATIVO: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA SOB A ÓTICA DA HÉLICE TRÍPLICE.....	24

GESTÃO DE NEGÓCIOS

USO DO BUSINESS INTELLIGENCE PARA A TOMADA DE DECISÃO.....	25
PROMOVENDO SUSTENTABILIDADE: PARCERIA ENTRE ALPARGATAS E INSTITUTO DE PESQUISAS ECOLÓGICAS.....	26
GESTÃO DE ESTOQUE EM UMA LOJA DE MAQUIAGEM.....	27
ECONOMIA VERDE: DESENVOLVIMENTO, SUSTENTABILIDADE E INOVAÇÃO NOS PROCESSOS ECONÔMICOS.....	28

BARBIELAND: UMA JORNADA DE SUCESSO NA REVITALIZAÇÃO DO MERCADO DA MATTEL.....	29
---	----

LIDERANÇA NO SÉCULO XXI: DESVENDANDO OS SEGREDOS PARA INSPIRAR E CONDUZIR.....	30
--	----

GESTÃO DE PESSOAS

CAPACITAÇÃO DE SERVIDORES NA SECRETARIA ESCOLAR: EXPERIÊNCIAS DE ESTÁGIO EM CARPINA.....	31
--	----

GESTÃO DE PESSOAS: MAXIMIZANDO O POTENCIAL HUMANO.....	32
--	----

AS IMPLICAÇÕES NO PROCESSO DE RECRUTAMENTO, SELEÇÃO E AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO DOS ESTAGIÁRIOS DE UMA UNIVERSIDADE SOB A PERSPECTIVA DA LEI DOS ESTÁGIOS.....	33
--	----

GESTÃO DE ESTRATÉGIAS

A IMPORTÂNCIA DA ANÁLISE DE SWOT PARA O PLANO ESTRATÉGICO DE MARKETING TURÍSTICO DE SALVADOR-BA.....	34
--	----

EXPLORANDO ESTRATÉGIAS DE PLANEJAMENTO ATRAVÉS DA ABORDAGEM SINÉRGICA.....	35
--	----

COMO OS CONTADORES PODEM COLABORAR COM O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL?.....	36
--	----

EVOLUÇÃO DA BARBIE: ESTRATÉGIAS DE INCLUSÃO E DIVERSIDADE PARA A REVITALIZAÇÃO DE MERCADO.....	37
--	----

GESTÃO FINANCEIRA

REVISÃO DA LITERATURA SOBRE GESTÃO FINANCEIRA EM PEQUENAS EMPRESAS: TENDÊNCIAS E DESAFIOS.....	38
--	----

A IMPORTÂNCIA DA GESTÃO FINANCEIRA EM PEQUENOS NEGÓCIOS.....	39
--	----

MARKETING

MARKETING: FUNDAMENTAL PARA O SUCESSO ORGANIZACIONAL.....	40
---	----

ESTRATÉGIAS DE LANÇAMENTO DE PERFUME FEMININO: COMPREENDENDO E SATISFAZENDO AS PREFERÊNCIAS DO CONSUMIDOR.....	41
--	----

PESQUISA DE SEGMENTAÇÃO E SELEÇÃO DE MERCADO-ALVO PARA UMA EMPRESA DE PET SHOP EM BRASÍLIA DE MINAS-MG.....	42
---	----

ÉTICA: O COMPROMETIMENTO NA PESQUISA DE MARKETING PARA INSERÇÃO DO NOVO PROJETO DE “PET MÓVEL” DE UMA EMPRESA FICTÍCIA EM BRASÍLIA DE MINAS-MG.....	43
---	----

MARKETING PÚBLICO: TENDÊNCIAS, DESAFIOS E ESTRATÉGIAS PARA INSTITUIÇÕES GOVERNAMENTAIS.....	44
---	----

OUTRAS

INTEGRAÇÃO DOS ODS NA GESTÃO PÚBLICA MUNICIPAL: O CASO DO RECIFE.....	45
---	----

OS CAMINHOS PERCORRIDOS PELA ADMINISTRAÇÃO NO CONTEXTO PÚBLICO E PRIVADO.....	46
---	----

A GESTÃO DE QUALIDADE NOS SERVIÇOS PÚBLICOS DE SAÚDE.....	47
ANÁLISE E AVALIAÇÃO DE POLÍTICAS PÚBLICAS DE ACESSIBILIDADE.....	48
A ATUAÇÃO DO ESTADO DE PERNAMBUCO NA IMPLEMENTAÇÃO DO ODS 15 E A PRESERVAÇÃO DA BIODIVERSIDADE NA CAATINGA.....	49
DÁ ORIGEM AO DESTINO: UMA ANÁLISE DO TRANSPORTE DE PRODUTOS PERIGOSOS NO BRASIL ENTRE 2012 E 2022.....	50
DESIGUALDADE DE GÊNERO NA EDUCAÇÃO INFANTIL: REALIDADE DE SÃO PAULO DO POTENGI-RN.....	51
DIVERSÃO, DIFERENÇAS E APRENDIZADO: O PAPEL TRANSFORMADOR DAS ANIMAÇÕES DOS ESTÚDIOS PIXAR NA EDUCAÇÃO INCLUSIVA.....	52

RESUMOS SIMPLES - DIREITO EMPRESARIAL

PROCEDIMENTOS DE VERIFICAÇÃO DE CRÉDITOS NA LEI DE RECUPERAÇÃO DE EMPRESAS E FALÊNCIA

Yaskara Max Raimundo Fegert¹; Acir Geral Denck²; Alexandra De Fatima Roloff³.

DOI: 10.47094/978-65-6036-424-0/RS.4

RESUMO

Introdução O número de pedidos de recuperação judicial, instituto destinado a evitar que empresas financeira e economicamente viáveis quebrem ante a uma crise, atingiu 1.405 empresas no ano de 2003, alta de setenta por cento em relação ao ano anterior. **Objetivo** O presente trabalho tem por objetivo analisar o processo de verificação de créditos e a consolidação do quadro - geral de credores na denominada Lei de Recuperação de Empresas e Falência. **Metodologia** A metodologia utilizada na pesquisa foi a qualitativa, do tipo descritiva, bibliográfica e documental, esteada em dados primários. O estudo consistiu na análise dos procedimentos de habilitação e verificação de créditos nos processos de recuperação judicial de empresas, regulamentados pelos artigos 7º a 20. Com esse intento, dois processos de recuperação judicial em andamento na Vara Cível de uma comarca no Estado do Paraná foram examinados. **Resultados:** Em ambos os processos, constatou-se que a petição inicial apresentada não atendeu integralmente o disposto no inciso III do art. 51, especificamente no que tange a indicação dos registros contábeis de cada transação pendente, tampouco, obedeceram à classificação dos créditos de que trata o art. 83. Outro empecilho percebido no procedimento de verificação de créditos foi a escrituração contábil das empresas recuperandas, a qual foi desconsiderada pelo administrador judicial por não representar tal escrituração acertadamente a situação patrimonial e financeira das empresas. O reduzido número de habilitações de créditos apresentadas pelos credores, atrelado ao fato de ter sido desconsiderada a escrituração contábil das empresas, implicou na redução expressiva do número de credores (e do crédito total relacionado) apresentado na relação nominal de credores de que trata o art. 52, §1º, II, se comparado ao número constante da relação a que se refere o art. 7º, §1º, para ambas as empresas. **Conclusão:** Os resultados da pesquisa revelam que muito se precisa avançar para alcançar a tão desejada celeridade processual e, ainda, ficou latente que uma escrituração contábil elaborada nos termos da legislação societária aplicável, como atentou o legislador, muito pode contribuir nesse aspecto.

PALAVRAS-CHAVE: Recuperação judicial. Quadro - geral de credores. Legislação societária.

RESUMOS SIMPLES - EMPREENDEDORISMO

A IMPORTÂNCIA DO SETOR DE ALIMENTOS PARA O EMPREENDEDORISMO E PARA A ECONOMIA BRASILEIRA

Janilson Braga Lopes¹.

RESUMO

Introdução: O empreendedorismo está presente na sociedade brasileira desde muito tempo, causando transformações e contribuindo para o crescimento econômico do país. O seu papel é essencial não apenas para o crescimento, mas também para o desenvolvimento econômico, gerando muitas oportunidades e com capacidade de modificar a realidade das pessoas. A indústria de alimentos é um dos destaques do cenário econômico nacional devido ao seu notório desempenho e participação, além de ser essencial para o empreendedorismo. **Objetivo:** Mostrar como a indústria de alimentos contribui para a atividade empreendedora e para a economia brasileira em escala macroeconômica, sendo fator determinante na criação de novos negócios, geração de emprego e renda para a população. **Metodologia:** A partir de uma abordagem quantitativa, foi realizada uma análise do balanço econômico da indústria de alimentos e bebidas, desenvolvido pela Associação Brasileira da Indústria de Alimentos em 2023. **Resultados:** Os resultados mostram que atualmente o setor tem participação de 10,8% no PIB nacional, gerando 1,97 milhões de empregos diretos e 7,9 milhões de empregos indiretos. O setor é formado por 38 mil empresas que produzem 270 milhões de toneladas de alimentos e bebidas, dos quais 73% da produção é destinada ao abastecimento interno, que por sua vez, tem 27,6% destinados a operadores de bares, restaurantes, padarias e outros estabelecimentos ou negócios de alimentação fora de casa. **Conclusões:** Com base nos resultados, conclui-se que o setor é um grande aliado do empreendedorismo, pois desempenha um papel central como fonte de abastecimento, fomentando a criação de novos negócios e garantindo a sobrevivência e a ampliação dos negócios já existentes. Além disso, o setor possui grande influência sobre crescimento e desenvolvimento econômico do país, tendo o seu grande espaço no PIB e na geração de emprego e renda.

PALAVRAS-CHAVE: Indústria de alimentos. Criação de negócios. Emprego. Renda.

EMPREENDEDORISMO DIGITAL: NAVEGANDO PELOS DESAFIOS E OPORTUNIDADES DO E-COMMERCE

Elaine Da Silva Cordeiro¹.

RESUMO

Este estudo investigou o empreendedorismo no contexto do comércio eletrônico (e-commerce), analisando os desafios e oportunidades enfrentados pelos empreendedores deste setor em rápida evolução. O objetivo foi destacar os principais fatores que influenciam o empreendedorismo no e-commerce e suas implicações para o sucesso empresarial. Foi adotada uma abordagem de revisão da literatura e análise de dados pertinentes, com foco na identificação dos desafios e oportunidades enfrentados pelos empreendedores no e-commerce. Este setor, impulsionado pela pandemia da COVID-19, oferece um ambiente propício para quem busca ter o seu próprio negócio, caracterizado por baixos custos de entrada, alcance global e flexibilidade operacional. No entanto, o cenário altamente competitivo e em constante mudança demanda habilidades empreendedoras específicas, como inovação, adaptabilidade e aproveitamento das novas tecnologias. A personalização e a experiência do cliente emergiram como elementos cruciais para o sucesso do empreendedorismo no e-commerce, com líderes focados em proporcionar soluções únicas e experiências de compra memoráveis para seus clientes. Estratégias de marketing digital, como otimização de mecanismos de busca (SEO), marketing de conteúdo e uso eficaz das mídias sociais, são fundamentais para atrair e reter clientes em um mercado saturado. Além disso, a logística e a gestão da cadeia de suprimentos representam desafios significativos para os empreendedores do e-commerce, especialmente em relação à entrega rápida e eficiente e gestão de estoque. A integração de tecnologias de automação e parcerias com provedores de logística confiáveis são estratégias comuns para enfrentar esses desafios. Por outro lado, o empreendedorismo no e-commerce oferece emocionantes oportunidades de inovação e crescimento empresarial. O acesso a dados e análises detalhadas permite que os empreendedores tomem decisões informadas e identifiquem nichos de mercado lucrativos. Além disso, o crescente interesse dos consumidores em produtos personalizados e sustentáveis oferece espaço para empreendedores criativos se destacarem. Em síntese, o empreendedorismo no e-commerce é um campo dinâmico e desafiador, que requer uma combinação única de visão empresarial, habilidades técnicas e capacidade de adaptação. Com uma compreensão sólida das tendências do mercado e foco na satisfação do cliente, os empreendedores têm a oportunidade de prosperar e inovar em um ambiente digital em constante evolução.

PALAVRAS-CHAVE: Transformação. Mercado. Estratégias.

DESENVOLVENDO HABILIDADES SOCIOEMOCIONAIS E IDEIAS EMPREENDEDORAS EM AMBIENTE ESCOLAR

Silvana Sabino Gassmann¹.

RESUMO

Tendo como cenário a realidade de uma sociedade em plena quarta revolução industrial, movida pelos avanços de misturas técnicas de produção de vanguarda, em que o processo industrial se torna cada vez mais inteligente e integra-se às organizações e pessoas, a Educação ocupa papel importante para a formação de estudantes aptos a ingressarem e, por que não, transformarem o mercado de produção. Entretanto, diante de um mercado de trabalho cada vez mais dinâmico e automatizado, não esquecendo das atuais estruturas e condições de labor, tornam-se compreensíveis o interesse e a necessidade destes futuros profissionais em utilizarem suas expertises para empreenderem e criarem seu próprio negócio. Neste processo, o reconhecimento e aprimoramento de habilidades socioemocionais mostram-se de extrema importância para sujeitos que trabalharão e lidarão com pessoas de perspectivas e valores diferentes aos seus, uma vez que ninguém é uma ilha e economicamente não produz algo sozinho. O presente projeto tem como objetivo contribuir, a partir de estratégias didáticas, para que estudantes do ensino médio de uma Escola Técnica Estadual do Agreste Pernambucano reconheçam em si aptidões e desenvolvam-nas para a criação de um pequeno negócio. Também é esperado que compreendam e expandam habilidades socioemocionais para melhor conviverem em diferentes espaços e contextos sociais. Para tal, metodologicamente, serão realizadas leituras, discussões, dinâmicas e atividades que conduzam os estudantes a adquirirem autoconfiança para que, a partir do autoconhecimento, pensem e coloquem em prática propostas empreendedoras a fim de terem e concretizarem seu primeiro negócio. Durante todo o projeto, que durará seis meses, os estudantes receberão monitorias e atividades que contribuirão para seus direcionamentos às ideias que estiverem colocando em prática. Ao final do projeto, todos os pequenos microempreendimentos serão apresentados em uma feira de negócios na escola como culminância e comprovação de que iniciativas como esta fortaleçam a importância da Educação como propulsora de transformações, além de ser essencial para o desenvolvimento humano e cidadão dos estudantes.

PALAVRAS-CHAVE: Empreendedorismo. Educação. Habilidades. Socioemocionais.

EMPREENDEDORISMO INOVADOR: CONCEPÇÕES ACERCA DOS NOVOS NEGÓCIOS

Me. Isac Sales Pinheiro Filho¹.

DOI: 10.47094/978-65-6036-424-0/RS.5

RESUMO

Introdução: O conceito de empreendedorismo inovador surge em um contexto de constante evolução tecnológica e transformações no mercado de trabalho. Ele representa uma nova abordagem para os negócios, caracterizada pela integração de tecnologias emergentes, como inteligência artificial, internet das coisas e blockchain, com princípios de sustentabilidade, inovação e impacto social. **Objetivo:** Compreender o conceito atribuído ao termo empreendedorismo inovador, com suas novas abordagens para conduzir negócios nos dias de hoje. **Metodologia:** O estudo utilizou a pesquisa exploratória de cunho bibliográfico, baseando-se em referências já publicadas, como tais autores: DORNELAS, SOARES, CAPOZZIELLI, entre tantos outros, perfazendo-se como essencial para a concretude do estudo e de novos debates ao longo do tempo. **Resultados:** Diante das leituras realizadas, percebe-se que o conceito de empreendedorismo inovador valoriza a flexibilidade e a adaptabilidade. Em um mundo em constante mudança, os empreendedores precisam ser capazes de se ajustar rapidamente às novas condições e oportunidades de mercado. Isso requer uma mentalidade aberta à experimentação, aprendizado contínuo e resiliência diante dos desafios. **Conclusão:** O empreendedorismo inovador valoriza não apenas o lucro, mas também o propósito e o impacto positivo na sociedade e no meio ambiente. Com isso, os empreendedores desse novo paradigma buscam criar soluções inovadoras para desafios globais, como as mudanças climáticas, a desigualdade social e a escassez de recursos naturais. Atualmente, o empreendedorismo tem ganhado destaque como um tema amplamente discutido tanto no Brasil quanto no mundo. Esse interesse crescente se deve à busca por iniciativas e oportunidades que impulsionem a economia, promovendo o surgimento de novos negócios e movimentando os mercados.

PALAVRAS-CHAVE: Adaptabilidade. Evolução. Oportunidades.

BARBIELAND O FILME: A ONDA ROSA QUE TOMOU CONTA DO COMÉRCIO

Eliane Alves Melo¹; Cláudia Cristina Oliveira De Lima Barbosa²; Kyanne Kamylla Costa Freire³.

RESUMO

O lançamento do filme Barbieland provocou um impacto notável no mercado, especialmente para a Mattel, renomada fabricante da boneca Barbie. Como um dos eventos mais aguardados do ano no universo cinematográfico, o filme não apenas cativou o público de todas as idades com sua narrativa envolvente, mas também desencadeou uma série de transformações no cenário comercial. A Barbie, um ícone cultural há décadas, viu-se novamente no centro das atenções, com a chegada desse novo empreendimento audiovisual que rapidamente se tornou um fenômeno mercadológico. O objetivo central é investigar de que forma o lançamento do filme da Barbie influenciou o comércio, com foco específico na Mattel, e compreender as estratégias adotadas para capitalizar esse evento. Metodologicamente, esta pesquisa adota uma abordagem descritiva, fundamentada em análises bibliográficas e documentais. As fontes utilizadas compreendem periódicos científicos, bases de dados renomadas como SCIELO, SCOPUS e Google Acadêmico, além de relatórios de mercado e notícias pertinentes ao lançamento do filme da Barbie. A revisão bibliográfica abarca estudos abrangendo marketing, estratégias empresariais e tendências no mercado de brinquedos, proporcionando um panorama abrangente do contexto em que o filme foi lançado e de suas possíveis consequências. Os resultados preliminares indicam que o filme Barbieland desencadeou uma verdadeira “onda rosa” no comércio, impulsionando as vendas de produtos incluindo calçados, vestuário, artigos para cama, mesa e banho, bolsas, alimentos, entre outros. O filme Barbieland está consolidando ainda mais a posição da Mattel no mercado. Além disso, as estratégias como parcerias de marketing e licenciamento desempenharam papel fundamental na capitalização do sucesso do filme, ampliando a visibilidade da marca e solidificando sua presença no cenário mercadológico.

PALAVRAS-CHAVE: Mattel. Marketing. Empreendedorismo.

RESUMOS SIMPLES - ÉTICA E SUSTENTABILIDADE

DO PÚBLICO AO PRIVADO: AVALIANDO OS RUMOS DA PRIVATIZAÇÃO NO SETOR DE SANEAMENTO BÁSICO BRASILEIRO

Tiago De Almeida Santos Tergilene¹.

RESUMO

A compreensão do saneamento básico é de grande relevância para a dinâmica social e econômica de um país. São fundamentais os serviços públicos de saneamento básico para o bem-estar da sociedade. Diante da realidade vivenciada por milhões de brasileiros sem os essenciais serviços de água e esgotamento sanitário, o presente trabalho investigou os possíveis impactos negativos da proposta de privatização dos referidos serviços em termos de custo para a sociedade, possibilitada pela Lei nº 14.026/2020, o novo marco do saneamento básico do Brasil. A pesquisa adotou a abordagem histórico-analítica, partindo de uma investigação histórica da evolução do saneamento básico no país, combinada com o procedimento bibliográfico. A análise foi realizada mediante uma interpretação teórica desse processo, envolvendo as perspectivas neoliberal e marxista. Nesse sentido, o capital põe em curso inúmeras medidas, cujo interesse contínuo é reformar o Estado em favor dos mecanismos de exploração. Pontua-se que o neoliberalismo preserva a atual estrutura social composta por classes dominantes e dominadas, colocando as políticas sociais em segundo plano, submetendo-as à lógica das políticas econômicas. Destaca-se que, diante da contribuição crítica da teoria marxista, as contradições e crises permanentes do capitalismo levam à necessidade cada vez maior de encontrar alternativas de valorização do capital, sendo o processo de privatização de empresas estatais um dos meios encontrados pelo próprio capital. Regido sob dois pontos centrais, a discussão nesta pesquisa não pretende defender a redução efetiva do Estado, enquanto agente executor de políticas públicas do setor e proprietário da execução de serviços públicos. Entretanto, aborda a realidade do saneamento básico no Brasil. Visto que, a universalização do acesso é um desafio, sobretudo em um cenário com 34 milhões de brasileiros sem água e 100 milhões sem coleta de esgoto, requerendo investimentos bilionários até 2033 para atingir as metas propostas no PLANSAB.

PALAVRAS-CHAVE: Saneamento básico. Universalização. Investimento. Políticas públicas.

RESUMOS SIMPLES - GESTÃO DA INOVAÇÃO

IMPLANTAÇÃO DE PRÁTICAS INOVADORAS EM EMPRESAS: UM ESTUDO DE CASO

Deivson Lucas Fonseca De Santana¹.

RESUMO

A Gestão da Inovação tornou-se um elemento essencial para a competitividade e o sucesso das empresas no ambiente de negócios contemporâneo. A capacidade de inovar está intrinsecamente ligada à capacidade de se adaptar às mudanças e antecipar as demandas do mercado. Neste contexto, este estudo busca explorar as práticas de gestão da inovação em uma empresa específica, com o objetivo de compreender como a inovação é gerenciada e implementada na prática organizacional. O objetivo deste estudo é investigar e analisar as práticas de gestão da inovação em uma empresa no ramo da saúde, identificando os principais processos, desafios e resultados alcançados. Busca-se também compreender o papel da liderança, da cultura organizacional e das estratégias de gestão na promoção da inovação. A pesquisa será conduzida por meio de um estudo de caso na empresa, utilizando métodos qualitativos de coleta e análise de dados. Serão realizadas entrevistas com gestores e colaboradores-chave, observação participante e análise documental, com o intuito de obter uma compreensão abrangente das práticas de gestão da inovação adotadas pela empresa. Os resultados parciais indicam que a empresa possui uma cultura organizacional voltada para a inovação, incentivando a criatividade e a experimentação. Identificou-se também a presença de processos formais de gestão da inovação, como a realização de brainstorming e a criação de grupos de trabalho multidisciplinares. No entanto, foram identificados desafios relacionados à resistência à mudança e à falta de integração entre os diferentes setores da empresa. Conclui-se que a gestão da inovação é um processo complexo e multifacetado, que envolve não apenas a implementação de novas ideias, mas também a criação de um ambiente propício à inovação. A liderança e o comprometimento organizacional são fatores-chave para o sucesso da gestão da inovação, sendo fundamental o estabelecimento de uma cultura que valorize a criatividade, o aprendizado contínuo e a experimentação.

PALAVRAS-CHAVE: Inovação organizacional. Gestão da mudança. Cultura corporativa.

A INTERAÇÃO UNIVERSIDADE-GOVERNO-INDÚSTRIA NO CONTEXTO DA TERCEIRA MISSÃO DA UNIVERSIDADE: UMA ANÁLISE SOB A ÓTICA DA HÉLICE TRÍPLICE

**Thaynara Martins Magalhães¹; Januario Neto Pereira Sarmiento²; Ordália Dias Da
Silva Guilherme³.**

RESUMO

A interação entre universidade, governo e indústria configura uma parceria estratégica, denominada “Hélice Tríplice”, que visa impulsionar o desenvolvimento socioeconômico por meio da pesquisa, inovação, empreendedorismo acadêmico e transferência de conhecimento. Essa sinergia, também conhecida como “terceira missão da universidade”, amplia o papel tradicional da instituição para além do ensino e da pesquisa, conectando-a às demandas da sociedade e do mercado. A presente pesquisa, de cunho qualitativo, analisou a interação entre a universidade, o governo e a indústria, sob a ótica da abordagem teórica da Hélice Tríplice, com ênfase no papel do governo municipal. Para tanto, foi realizada uma revisão de literatura no Google Acadêmico (Scholar Google), selecionando 3 artigos que se adequaram ao objetivo da pesquisa, de um total 184 trabalhos localizados. O estudo revelou insights importantes no tocante à motivação, aos resultados emergentes da interação e às dificuldades enfrentadas, o que constituía o objetivo da pesquisa. A motivação para a interação na Hélice Tríplice residiu no desenvolvimento de inovações, incubação de empresas, criação de startups, incentivo ao empreendedorismo local e geração de novas ideias tecnológicas. A interação entre as hélices gerou diversos produtos e serviços, como: leis de fomento (criação de leis que viabilizam o desenvolvimento de projetos de incubadoras e empreendedorismo local por parte do governo municipal); mão de obra qualificada (a universidade contribuiu com mão de obra qualificada e projetos inovadores alinhados às necessidades da comunidade); recursos financeiros e expertise (a indústria contribuiu com recursos financeiros, consultorias e treinamentos. No entanto, a interação também apresenta desafios: limitações na infraestrutura (necessidade de investimentos em infraestrutura para viabilizar a criação de incubadoras e projetos inovadores); ausência de projetos de incubadoras (implementação de projetos de incubadoras em universidades que ainda não os possuem); limitações financeiras e burocráticas (simplificação de processos e busca por alternativas de financiamento para viabilizar a interação entre as hélices). Concluiu-se que a interação entre universidade, governo e indústria é fundamental para o desenvolvimento socioeconômico local. Portanto, é crucial que as partes envolvidas trabalhem em conjunto para superar os desafios e maximizar os benefícios da Hélice Tríplice, impulsionando as capacidades do sistema local de inovação.

PALAVRAS-CHAVE: Terceira missão da universidade. Inovação. Empreendedorismo acadêmico.

GOVERNANÇA DE DADOS, TRANSFORMAÇÃO DIGITAL E INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL: ABORDAGENS MULTIDISCIPLINARES PARA DESAFIOS CONTEMPORÂNEOS

Telma Regina Stroparo¹; Elaine Da Silva Cordeiro².

RESUMO

O gerenciamento dos dados apresenta-se como imprescindível para garantir a segurança e eficiência das iniciativas de transformação digital. Desta forma, o estudo se propõe a investigar os desafios enfrentados na governança de dados em meio à transformação digital e às inovações, destacando oportunidades e implicações multidisciplinares. Objetivo: analisar os desafios e oportunidades relacionados à governança de dados na interseção da transformação digital, inteligência artificial e inovações. Busca-se identificar estratégias eficazes para gerenciar dados de forma ética, transparente e sustentável, considerando os diferentes contextos e stakeholders envolvidos. Metodologia: Classifica-se em pesquisa aplicada, com abordagem exploratória e qualitativa. Utiliza-se de revisão integrada de literatura para tecer reflexões sobre o problema, no âmbito dos temas tratados: Inteligência Artificial, Tecnologias, Inovação e Inovação. Resultados: Os resultados indicam que os desafios da governança de dados, transformação digital e inteligência artificial são diversos e multifacetados, incluindo questões de privacidade, ética, segurança, viés algorítmico, acesso equitativo aos dados e responsabilidade dos diferentes atores envolvidos. Neste contexto, também foram identificadas oportunidades para promover uma governança de dados mais inclusiva, participativa e justa que leve em consideração as necessidades e perspectivas dos atores envolvidos. Considerações Finais: Conclui-se que a governança de dados eficaz é um elemento-chave para o sucesso das iniciativas de transformação digital e inovação. É essencial promover políticas e práticas que garantam a transparência, responsabilidade e equidade no uso e compartilhamento de dados, visando maximizar os benefícios da transformação digital enquanto minimiza seus riscos e impactos negativos. Os resultados podem beneficiar uma variedade de partes interessadas, incluindo acadêmicos, profissionais da indústria, formuladores de políticas e organizações da sociedade civil podendo, a partir dos métodos de pesquisa, replicá-la em outros contextos de forma direcionada. Reconhecemos, no entanto, algumas limitações do estudo notadamente ao que tange à generalização dos resultados, pois é impossível abordar todas as dimensões relevantes do problema como, por exemplo, a extensa gama de ferramentas de IA lançadas diariamente no mercado.

PALAVRAS-CHAVE: Ética. Segurança de dados. Tecnologias disruptivas.

Telma Regina Stroparo¹.

RESUMO

O empreendedorismo sustentável tem emergido como uma abordagem inovadora para enfrentar os desafios ambientais contemporâneos, combinando práticas empresariais com preocupações ambientais, sociais, culturais e políticas. Neste contexto, este estudo visa investigar o papel das tecnologias na promoção de empreendimentos sustentáveis, buscando compreender como as inovações tecnológicas podem contribuir para soluções ambientais economicamente viáveis. O objetivo deste estudo é analisar o impacto das tecnologias no desenvolvimento de empreendimentos sustentáveis, explorando como as inovações tecnológicas podem ser aproveitadas por empreendedores para criar soluções inovadoras e sustentáveis para desafios ambientais, notadamente vinculadas à economia circular, redes de colaboração, reciclagens e destinação ambientalmente corretas de resíduos, bem como incentivo ao consumo consciente. Metodologia: A pesquisa baseia-se em uma revisão abrangente da literatura existente sobre empreendedorismo sustentável, inovação tecnológica e soluções ambientais. Fez-se, paralelamente, entrevistas com cooperados em cooperativas de reciclagens. A análise qualitativa dos dados das entrevistas é realizada para identificar padrões, tendências e dificuldades relacionadas ao uso das tecnologias neste contexto. Os resultados preliminares indicam que as tecnologias desempenham um papel fundamental no desenvolvimento de empreendimentos sustentáveis, permitindo a criação de produtos e serviços ambientalmente amigáveis, a otimização de processos de produção e a redução do impacto ambiental das operações comerciais. Além disso, as tecnologias digitais, como IoT, big data e inteligência artificial, estão sendo amplamente adotadas por empreendedores para monitorar e gerenciar recursos naturais, melhorar a eficiência, promover a economia circular e o consumo consciente. No entanto, são identificados desafios relacionados à acessibilidade, custos e capacitação técnica, que precisam ser superados para maximizar o potencial e uso das tecnologias.

PALAVRAS-CHAVE: Tecnologias. Inovação. Economia circular.

GOVERNOS MUNICIPAIS E O PROCESSO INOVATIVO: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA SOB A ÓTICA DA HÉLICE TRÍPLICE

Thaynara Martins Magalhães¹; Januario Neto Pereira Sarmiento².

RESUMO

A atuação dos governos municipais no processo inovativo é de extrema relevância para o desenvolvimento socioeconômico local. Porém, essa temática ainda é pouco explorada na literatura de ecossistemas de inovação. Uma das formas de analisar a atuação dos governos municipais no processo inovativo é por meio da abordagem teórica da Hélice Tríplice, que faz referência às interações entre a universidade, o governo e a indústria. Mais do que apenas uma abordagem teórica, a Hélice Tríplice é também um instrumento prático. Assim, realizou-se uma revisão sistemática da literatura com o objetivo de conhecer a produção científica que discute a atuação dos governos municipais em relação ao processo inovativo, à luz da abordagem teórica da hélice tríplice. Utilizou-se a base de dados do Google Acadêmico (Scholar Google), com abordagem qualitativa. A efetivação da busca ocorreu por meio dos descritores “governo municipal” e “hélice tríplice”, com emprego do operador booleano AND. Identificou-se 133 trabalhos, inicialmente. Após a aplicação dos filtros, apenas 24 artigos, publicados em periódicos, foram selecionados e incluídos na revisão. A seleção ocorreu a partir da leitura do título, resumo e palavras-chave. Visando o refinamento dos trabalhos, foram excluídos livros ou e-books, trabalhos publicados em eventos, trabalhos de conclusão de curso (TCC), dissertações e teses. Os resultados demonstram que os governos municipais atuam de diversas maneiras no processo inovativo. Algumas das principais formas de atuação identificadas incluem a criação ou adequação de estrutura normativa, a disponibilização de infraestrutura, a atração de empresas inovadoras, a criação ou incentivo à criação de parques tecnológicos e incubadoras de empresas, entre outros. Apesar dos avanços, a pesquisa também revelou lacunas, tais como a necessidade de compreender os motivos por trás dos investimentos ou falta de investimentos em inovação e empreendedorismo por parte dos municípios, bem como a aplicação e adequação de propostas de avaliação de desempenho de parques tecnológicos. Novos estudos aprofundando essas temáticas são essenciais para subsidiar o aprimoramento das políticas municipais de ciência, tecnologia e inovação, impactando positivamente o desenvolvimento local e regional.

PALAVRAS-CHAVE: Hélice tríplice. Inovação. Ecossistema de inovação. Governo municipal.

RESUMOS SIMPLES - GESTÃO DE NEGÓCIOS

USO DO BUSINESS INTELLIGENCE PARA A TOMADA DE DECISÃO

Deivson Lucas Fonseca De Santana¹.

RESUMO

Tendo em vista que o processo de tomada de decisão é de suma importância para as organizações, interferindo diretamente nos rumos do negócio, a presente pesquisa tem como finalidade abordar sobre o Business Intelligence como uma ferramenta de auxílio para o processo decisório a fim de descobrir, por meio de um levantamento bibliográfico, através da revisão da literatura brasileira, no período de 2010 a 2021, como se deu o uso do Business Intelligence (BI) como uma ferramenta para a tomada de decisão em ambientes corporativos. Para tanto, é necessário compreender a importância do processo de tomada de decisão nos ambientes corporativos, conceituar o que é Business Intelligence (BI), avaliar suas contribuições e os benefícios do BI para a tomada de decisões em ambientes corporativos. Diante disso, verifica-se que o termo tomada de decisão foi inserido na área empresarial em meados no século XX sendo oriundo da área governamental, antes era realizada de forma simples e hoje possui a necessidade de informações claras, confiáveis e que sejam obtidas rapidamente. O Business Intelligence, ou inteligência de negócios em português, é um sistema que possibilita às organizações definir, estabelecer e manter vantagem competitiva por meio da análise de dados. A principal vantagem proporcionada pelo uso das ferramentas de BI é o acesso em tempo real as informações do negócio por meio de dashboards, que é um painel visual que contém informações sobre as métricas e os indicadores de desempenho da empresa, o que permite aos tomadores de decisão obterem uma visão holística, ou seja, uma visão da totalidade do negócio. Em análise conclusiva do presente trabalho, constatou-se que as ferramentas de BI proporcionam grandes benefícios para as organizações, como a melhora no processo decisório e a criação de vantagem competitiva, o que impõe a constatação de que o uso destes sistemas proporciona as organizações e aos tomadores de decisões uma visão holística do negócio, aumentando a assertividade das medidas que serão adotadas, e no mercado atual que é marcado por constantes mudanças as organizações que delas fazem uso saem na frente das que não fazem.

PALAVRAS-CHAVE: Business intelligence. Processo decisório. Estratégia empresarial.

PROMOVENDO SUSTENTABILIDADE: PARCERIA ENTRE ALPARGATAS E INSTITUTO DE PESQUISAS ECOLÓGICAS

Deivson Lucas Fonseca De Santana¹.

RESUMO

Uma gestão de excelência não é construída apenas com bons resultados econômicos, mas inclui também um conjunto de ações que promovam a sustentabilidade. Para algumas empresas, a responsabilidade socioambiental significa apenas o cumprimento das leis e normas relacionadas à preservação do meio ambiente. No entanto, é necessário ir além das exigências legais. Com a escassez crescente de recursos naturais, a conscientização dos consumidores e as leis ambientais mais rígidas, observa-se um novo cenário onde a Alpargatas tem empenhado esforços para evoluir continuamente. A Alpargatas, fabricante das sandálias Havaianas, tem se mostrado engajada na causa da preservação da fauna e flora brasileira, em parceria com o Instituto de Pesquisas Ecológicas (IPÊ). Desde 2004, a empresa possui uma parceria com o IPÊ, destinando 7% do lucro de uma linha específica de Havaianas para a instituição, que desenvolve projetos voltados à conservação da Mata Atlântica, Amazônia e Pantanal. Isso representa a externalização do compromisso social e ambiental da empresa, fortalecendo sua marca através da divulgação de medidas sustentáveis internas, como o plantio de mais de 3,2 milhões de árvores na Mata Atlântica. Além disso, a empresa também busca ações de prevenção e cuidado ao meio ambiente em outras linhas de produtos, como a Soul Collection, produzida com 60% de materiais reciclados e sustentáveis, incluindo algodão reciclado proveniente de parcerias com cooperativas locais. Portanto, a filosofia da Alpargatas promove uma busca constante para que suas atividades atendam não apenas à legislação ambiental, mas também contribuam para a mitigação dos impactos ambientais, otimizando o uso dos recursos naturais e preservando a natureza e a biodiversidade.

PALAVRAS-CHAVE: Impactos ambientais. Consumidores. Sustentabilidade.

GESTÃO DE ESTOQUE EM UMA LOJA DE MAQUIAGEM

Helaine Rissia Mota Macedo¹; Ludmila Fabiana Paiva Almeida²; Maria Alice De Oliveira Sousa³.

RESUMO

Introdução: A gestão eficaz do estoque desempenha um papel fundamental no funcionamento de uma loja de maquiagem, influenciando diretamente na capacidade de atender às demandas dos clientes e na eficiência operacional do negócio. Este estudo tem como objetivo analisar a importância da gestão de estoque em lojas de maquiagem e apresentar estratégias para aprimorar esse processo. **Objetivo:** Claro! Aqui está o texto com um objetivo expandido: **Objetivo:** Investigar práticas eficientes de gestão de estoque em lojas de maquiagem, com foco na redução de custos, melhoria da eficiência operacional e aumento da satisfação do cliente, considerando as tendências e desafios do mercado de beleza. Além de que, busca-se identificar oportunidades de inovação na gestão de estoque que possam impulsionar a competitividade da loja e a fidelização dos clientes, levando em conta a importância da personalização e da experiência de compra no setor de maquiagem. **Metodologia:** Para atingir esse objetivo, foi realizada uma revisão da literatura sobre gestão de estoque, entrevistas com gestores de lojas de maquiagem para compreender suas práticas e desafios, e análise de dados de vendas e estoque para identificar oportunidades de aprimoramento. **Resultados da Discussão:** Os resultados apontam que a implementação de um sistema informatizado de gestão de estoque é essencial para monitorar e controlar os níveis de estoque de forma eficaz. Além disso, a segmentação de produtos de acordo com a demanda dos clientes e a busca por parcerias estratégicas com fornecedores contribuem para a redução de custos e a otimização do estoque. **Considerações Finais:** Compreende-se que uma gestão eficiente do estoque em lojas de maquiagem é crucial para garantir a disponibilidade dos produtos certos no momento adequado, reduzir custos operacionais e aprimorar a experiência do cliente. Estratégias como previsão de demanda, políticas de reposição assertivas e análise contínua dos dados de estoque são fundamentais para o sucesso do negócio.

PALAVRAS-CHAVE: Gestão de estoque. Loja de maquiagem. Eficiência operacional.

ECONOMIA VERDE: DESENVOLVIMENTO, SUSTENTABILIDADE E INOVAÇÃO NOS PROCESSOS ECONÔMICOS

Me. Isac Sales Pinheiro Filho¹.

DOI: 10.47094/978-65-6036-424-0/RS.6

RESUMO

Introdução: A economia verde foi lançada pelo Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA) em resposta à crise financeira de 2008, visando promover práticas mais sustentáveis e desenvolver um plano global para a transição da economia convencional. Destacada na Conferência “Rio+20”, a economia verde busca melhorar o bem-estar humano e a igualdade social, reduzindo riscos ambientais e escassez ecológica. Segundo o relatório do PNUMA, uma economia verde é caracterizada por baixas emissões de carbono, eficiência no uso de recursos e inclusão social. Abramovay (2012) amplia a discussão, descrevendo três dimensões: redução do uso de energia fóssil, valorização da biodiversidade e adoção de técnicas que minimizem poluição e resíduos. Ele destaca a inovação como fundamental nesse contexto. **Objetivo:** Proporcionar uma compreensão sobre a importância da economia verde e as oportunidades para a sociedade advindas desse termo. **Metodologia:** O estudo utilizou a pesquisa exploratória de cunho bibliográfico, baseando-se em referências já publicadas, como tais autores: MAKOWER, VELLOSO, SAMPAIO, entre tantos outros, perfazendo-se como essencial para a concretude do estudo e de novos debates ao longo do tempo. **Resultados:** Diante das leituras realizadas, percebe-se que a economia verde é um conceito que se refere a um modelo econômico sustentável, no qual o desenvolvimento econômico é alcançado sem comprometer a capacidade das gerações futuras de atender às suas próprias necessidades. Ela se baseia na ideia de que é possível conciliar o crescimento econômico com a preservação do meio ambiente e a promoção da justiça social. **Conclusão:** Na economia verde, as atividades econômicas são planejadas e executadas levando em consideração os impactos ambientais, sociais e econômicos. Após a Revolução Industrial, o desenvolvimento econômico baseado no uso intensivo de recursos naturais cresceu rapidamente, sem considerar sua finitude ou os impactos ambientais. Somente após mais de um século, a questão da sustentabilidade entrou na agenda econômica, com a compreensão dos problemas como poluição e esgotamento de recursos. Nesse sentido, novas alternativas estão sendo discutidas e aplicadas em prol do equilíbrio ambiental e bem-estar do ser humano.

PALAVRAS-CHAVE: Recursos. Transição. Valorização.

BARBIELAND: UMA JORNADA DE SUCESSO NA REVITALIZAÇÃO DO MERCADO DA MATTEL

Eliane Alves Melo¹; Kyanne Kamylla Costa Freire²; Cláudia Cristina Oliveira De Lima Barbosa³.

RESUMO

A Mattel está empenhada em revitalizar seu mercado, impulsionando as vendas das bonecas e produtos da Barbie, assim como os licenciamentos da marca, especialmente após o lançamento do filme Barbieland. Uma estratégia-chave da Mattel foi a produção do filme com atores reais, visando resgatar os antigos clientes na faixa etária dos 30 aos 50 anos, evocando memórias de infância. Diante do fenômeno mercadológico que se tornou o filme Barbieland, este estudo visa explorar como o lançamento do filme da Barbie pode ter influenciado o aumento das ações da Mattel no ano de 2023. A importância desta pesquisa reside na análise da dinâmica contínua do mercado financeiro e no entendimento das estratégias adotadas pelas grandes empresas para recuperar sua posição de destaque no mercado. Metodologicamente, este estudo adota uma abordagem descritiva, fundamentada em análises bibliográficas e documentais, com base em fontes confiáveis como SCIELO, SCOPUS e Google Acadêmico. Os resultados preliminares sugerem que a Mattel alcançou sucesso ao implementar uma abordagem estratégica, estabelecendo parcerias de marketing e acordos de royalties de licenciamento com empresas de múltiplos setores. Essas parcerias abarcam uma ampla gama de indústrias, incluindo calçados, vestuário, artigos para cama, mesa e banho, alimentos, entre outros. Este êxito decorre, em parte, da forte demanda do mercado por produtos inspirados na icônica boneca, resultando em um interesse substancial por diversas empresas em capitalizar o sucesso da marca. Conclui-se, que este estudo não apenas destaca o impacto positivo do lançamento do filme Barbieland nas ações da Mattel, mas também ressalta a importância de estratégias inovadoras para impulsionar o sucesso financeiro das empresas em um mercado em constante evolução. A compreensão dessas dinâmicas é crucial para as empresas que buscam manter ou recuperar sua posição de destaque no mercado competitivo atual.

PALAVRAS-CHAVE: Barbieland. Gestão de negócios. Mercado.

LIDERANÇA NO SÉCULO XXI: DESVENDANDO OS SEGREDOS PARA INSPIRAR E CONDUZIR

Jayme Ferreira De Vasconcellos Neto¹.

DOI: 10.47094/978-65-6036-424-0/RS.7

RESUMO

Introdução: Em um mundo em constante transformação, onde a complexidade e a incerteza se intensificam, a liderança se torna um elemento crucial para o sucesso individual e coletivo. Mais do que ocupar cargos de poder, ser um líder significa inspirar, motivar e guiar pessoas rumo a objetivos comuns, construindo um futuro promissor. **Objetivo:** O objetivo deste artigo é apresentar um resumo da obra “Liderança: Desvendando os Segredos para Inspirar e Conduzir no Século XXI”, destacando os principais conceitos, características e habilidades dos líderes eficazes no contexto atual. **Metodologia:** Este estudo foi realizado através de uma análise crítica da obra, buscando identificar os principais pontos e conceitos relacionados à liderança, à sua relevância nos tempos atuais e às características e habilidades dos líderes eficazes. **Resultados:** A obra apresenta uma visão abrangente da liderança, destacando sua importância em diversos contextos, desde o profissional até o social e político. O autor destaca que a liderança transcende definições rígidas e se manifesta de diversas maneiras, não existindo um único estilo de líder ideal. O estudo identificou que os líderes eficazes possuem diversas características e habilidades em comum, como:

- **Comunicação:** Comunicar-se de forma clara, concisa e assertiva, criando um ambiente de diálogo aberto e transparente.
- **Motivação:** Inspirar e motivar as pessoas a darem o seu melhor, reconhecendo seus esforços e conquistas.
- **Delegação:** Delegar tarefas de forma eficaz, construindo confiança e autonomia na equipe.
- **Tomada de decisão:** Tomar decisões assertivas e embasadas em informações, mesmo em situações complexas e desafiadoras.
- **Resolução de conflitos:** Gerenciar conflitos de forma construtiva, buscando soluções que beneficiem a todos os envolvidos.

Considerações Finais: A obra “Liderança: desvendando os segredos para inspirar e conduzir no século XXI” oferece uma visão valiosa sobre o tema da liderança, destacando sua relevância nos tempos atuais, as diferentes características dos líderes eficazes e as habilidades que os distinguem. O estudo realizado neste artigo contribui para a compreensão dos principais conceitos relacionados à liderança, fornecendo insights para o desenvolvimento de líderes inspiradores e eficazes no contexto do século XXI.

PALAVRAS-CHAVE: Administração. Negócios. Empreendedorismo.

RESUMOS SIMPLES - GESTÃO DE PESSOAS

CAPACITAÇÃO DE SERVIDORES NA SECRETARIA ESCOLAR: EXPERIÊNCIAS DE ESTÁGIO EM CARPINA

Deivson Lucas Fonseca De Santana¹.

RESUMO

A Gestão de Pessoas é uma área fundamental dentro das organizações, responsável por gerir o capital humano e promover um ambiente de trabalho produtivo e motivador. Nesse contexto, a capacitação dos servidores se destaca como uma estratégia essencial para o desenvolvimento pessoal e profissional dos colaboradores, bem como para o alcance dos objetivos organizacionais. Este resumo tem como objetivo analisar a importância da capacitação dos servidores atuantes na secretaria escolar, a partir da vivência durante o estágio obrigatório realizado em uma escola pública no município de Carpina. Serão discutidos os impactos da capacitação na eficiência e na qualidade dos serviços prestados pela secretaria escolar, bem como na satisfação e no desempenho dos servidores. A análise baseia-se em uma abordagem qualitativa, utilizando como fonte de dados a observação direta durante o estágio obrigatório, bem como registros e relatos de experiência. Serão consideradas as percepções dos servidores, gestores e demais envolvidos no processo de capacitação, buscando compreender os desafios enfrentados e os benefícios alcançados. Os resultados destacam a relevância da capacitação dos servidores na melhoria dos processos internos da secretaria escolar, contribuindo para a otimização do atendimento aos alunos, pais e demais stakeholders. Observou-se uma maior eficiência na realização das atividades administrativas, bem como um aumento na satisfação e no engajamento dos servidores. A capacitação dos servidores na secretaria escolar se mostra como uma estratégia fundamental para promover a excelência na gestão de pessoas e no funcionamento da instituição de ensino. Investir no desenvolvimento profissional dos colaboradores não apenas beneficia a organização, mas também impacta positivamente na qualidade do serviço prestado e no clima organizacional.

PALAVRAS-CHAVE: Desenvolvimento profissional. Eficiência organizacional. Engajamento dos colaboradores.

GESTÃO DE PESSOAS: MAXIMIZANDO O POTENCIAL HUMANO

Janilson Braga Lopes¹.

RESUMO

Introdução: A gestão de pessoas é uma área estratégica que vai além de simplesmente administrar funcionários; ela busca cultivar um ambiente onde o capital humano é reconhecido como o recurso mais valioso da organização. Por meio de práticas como recrutamento, seleção, treinamento e desenvolvimento, a gestão de pessoas procura não apenas preencher vagas, mas também identificar talentos, promover o crescimento profissional e estimular a inovação dentro da empresa. Ademais, a gestão de pessoas também engloba aspectos como avaliação de desempenho, remuneração e benefícios, buscando garantir que os colaboradores sejam reconhecidos e recompensados de forma justa pelo seu trabalho. **Objetivo:** O objetivo é destacar a importância da gestão de pessoas e seu impacto nos resultados organizacionais, apresentando as principais estratégias e práticas utilizadas nesse processo. **Metodologia:** Para alcançar o objetivo proposto, foi realizada uma revisão da literatura sobre gestão de pessoas, identificando conceitos-chave, metodologias de aplicação e resultados obtidos em diferentes contextos organizacionais. **Resultados:** Os resultados parciais demonstram que uma gestão de pessoas eficaz promove não apenas a satisfação e o comprometimento dos colaboradores, mas também influencia positivamente outros aspectos do ambiente de trabalho. Por exemplo, equipes com alto nível de engajamento tendem a apresentar maior colaboração e coesão, o que facilita a resolução de problemas e o trabalho em equipe. Outro aspecto relevante é que a gestão de pessoas eficaz pode contribuir para a construção de uma cultura organizacional sólida e alinhada com os valores e objetivos da empresa. Isso não apenas fortalece a identidade da organização, mas também ajuda a atrair e reter talentos que compartilham da mesma visão e missão. **Considerações Finais:** Portanto, os benefícios de uma gestão de pessoas eficaz são vastos e abrangentes, transcendendo os limites tradicionais do ambiente de trabalho. A implementação bem-sucedida de estratégias de gestão de pessoas não apenas melhora a satisfação e o comprometimento dos colaboradores, mas também impacta positivamente a produtividade, o desempenho organizacional e a cultura empresarial. Ao promover um ambiente de trabalho positivo e colaborativo, uma gestão de pessoas eficaz estimula a inovação, a criatividade e a resiliência dentro da organização.

PALAVRAS-CHAVE: Capital humano. Desenvolvimento organizacional. Crescimento profissional.

AS IMPLICAÇÕES NO PROCESSO DE RECRUTAMENTO, SELEÇÃO E AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO DOS ESTAGIÁRIOS DE UMA UNIVERSIDADE SOB A PERSPECTIVA DA LEI DOS ESTÁGIOS

Maria Alice De Oliveira Sousa¹; Helaine Rissia Mota Macedo²; Ludmila Fabiana Paiva Almeida³.

RESUMO

Introdução: O estágio é reconhecido legalmente e representa um caminho institucionalizado, pois além da formalização legal e das instituições de ensino, o mesmo é reconhecido por empresas e estudantes, indicado a ser seguido para ingressar no mercado de trabalho (Oliveira e Piscinini?, 2012). Portanto, a realização do estágio complementa a formação do estudante, pois exige a prática do que se aprende em teoria. Com a vivência e experiência ao cursar a faculdade e realizar o estágio o estudante investe e agrega conhecimentos que serão proveitosos para seu crescimento pessoal e para utilização no mercado de trabalho. **Objetivo:** A presente pesquisa pretendeu analisar as implicações no processo de recrutamento e seleção dos estagiários e a avaliação do desempenho sob a perspectiva da lei dos estagiários em uma universidade; e ainda conhecer o instrumento de aprendizagem e de desenvolvimento das habilidades dos estagiandos, e conhecer a concepção do estagiário em relação a universidade no oferecimento do desenvolvimento dele. **Metodologia:** O presente estudo tem um cunho quantitativo porquanto foi aplicado um questionário online aos estagiários da Universidade. E também uma entrevista com a servidora da ?instituição do setor de Pró-reitoria e extensão. A entrevista semi-estruturada está focada em um assunto sobre o qual foi elaborado um roteiro com perguntas principais, complementadas por outras questões inerentes às circunstâncias momentâneas à entrevista. **Resultados:** O estágio na instituição observada cumpre com os papéis curriculares e sociais, contribuindo para a formação de profissionais integrais com habilidades técnicas e analíticas. A maioria dos estagiários tem suas expectativas atendidas no estágio, o que demonstra uma percepção positiva sobre a instituição. **Considerações finais:** Foi possível compreender que a instituição estudada cumpre seu papel social ao disponibilizar vagas de estágio e fornecer o necessário para o desenvolvimento dos estudantes estagiários, apesar de nem sempre ser possível que um estudante de determinado curso realize estágio onde desenvolve atividades referentes à sua área de estudo.

PALAVRAS-CHAVE: Estágio. Desenvolvimento. Recrutamento e seleção.

RESUMOS SIMPLES - GESTÃO ESTRATÉGICA

A IMPORTÂNCIA DA ANÁLISE DE SWOT PARA O PLANO ESTRATÉGICO DE MARKETING TURÍSTICO DE SALVADOR-BA

Dourival Cleomendes Dos Santos Júnior¹.

RESUMO

Introdução: O método de pensamento estratégico vem sendo aplicados em diferentes décadas a começar com o primeiro momento em que se tomou significativo desse processo foi a legitimação do modelo que a General Electric propusera no ano de 1973 é o acelerado crescimento da metodologia sugerida pela Boston Consulting Group (BCG). Segundo Mintzberg (2004) o planejamento estratégico que outrora era um processo apenas racional e referenciado para torna-se mais inovador, pode ser continuado e sequenciado, abrange os colaboradores, o vislumbamento quanto engajamento na organização. **Objetivos:** Nesse trabalho, buscou-se compreender a importância da análise de SWOT a partir da apresentação do plano estratégico de Marketing turístico de Salvador/BA 2020-2024. **Metodologia:** O trabalho elaborado, caracterizou-se como um estudo teórico, a partir do processo de investigação bibliográfico e documental, baseado na análise e avaliação do plano estratégico de Marketing turístico de Salvador/BA 2020-2024. **Resultados:** Foram observados no decorrer do trabalho os seguintes pontos positivos: a importância que deu-se no transcorrer do plano ao envolver líderes comunitários afrodescendentes, líderes de entidades dos setores locais, empreendedores dentre outros, visando o crescimento de geração de emprego e renda da comunidade de Salvador. A participação de entes municipal, estadual e federal, bastante contundente na sua ampla interpelação fundamentadas na necessidade de promover o II Prodetur, -Programa Nacional de desenvolvimento do turismo de Salvador- que operacionaliza a gestão de turismo, apoiando-o institucionalmente. **Considerações Finais:** Conclui-se que o planejamento estratégico conforme evidenciado em estudos que as organizações privadas, já de longo tempo, implantava componentes conceituais muitíssimo evoluídas, do que os aplicados na Administração Pública. De acordo com autores (Toni, 2021) existe por uma lado, uma abordagem em que o agente social que planeja não é controlador de todas as variáveis, não são estas vistas como importantes ou determinantes; tem um procedimento previsível ou não inspecionados por outros agentes. Neste contexto existe aparentemente governabilidade. Por outro lado, temos uma abordagem, denominada de “estratégica-situacional”, na qual o processo de planejamento público é compreendido como sendo movimento organizacional que manuseia alternáveis pertencentes do poder.

PALAVRAS-CHAVE: Administração pública. Agente social. Planejamento público.

EXPLORANDO ESTRATÉGIAS DE PLANEJAMENTO ATRAVÉS DA ABORDAGEM SINÉRGICA

Jessica Santos¹.

Universidade Católica de Pernambuco (UNICAP)

RESUMO

No mundo dinâmico dos negócios, a sinergia se adequa a ser um conceito fundamental para enfrentar os desafios crescentes impostos pela constante evolução e inovação tecnológica. A demanda por habilidades de planejamento ágil e eficaz, juntamente com a capacidade de tomadas e decisões assertivas e criativas, destaca a importância da sinergia na busca por soluções eficazes e no andamento dos negócios. O objetivo deste artigo foi demonstrar como a sinergia é essencial para impulsionar a inovação e desenvolvimento organizacional, utilizando uma abordagem exploratória, buscando evidenciar como seu uso, através das práticas de interação e troca de ideias, promovem a geração de ideias inovadoras e melhora os resultados empresariais. Além disso, destacamos como as práticas sinérgicas, integradas ao planejamento estratégico, facilitam a identificação de oportunidades criativas a ajudar na adaptação as mudanças do ambiente de negócios. A metodologia adotada envolveu a revisão do conceito relevante sobre sinergia, inovação e planejamento estratégico, embasando argumentos e conclusões pertinentes a práticas da criatividade. Além disso, analisamos casos práticos e estudos de caso, para ilustrar como a sinergia transforma um ambiente organizacional por meios de suas interações adversas, como a comunicação entre equipe, coleta de dados e recursos essenciais. A coleta de dados nessa questão, por meio de pesquisa bibliográfica e analítica, benefícios encontrados na prática, do uso dessa abordagem dentro do setor empresarial. Concluímos que a sinergia não é apenas eficaz, mas também um conceito transformador ser criativo e se adaptar as mudanças de cenários com mais facilidade tendo em vista a abordagem interativa e senso crítico comum. Portanto em um mundo complexo e competitivo, o embasamento interdepartamental, não resume somente na união de ideias, mas também a promoção da cultura da inovação e criatividade. Se tornando uma abordagem indispensável para impulsionar o sucesso e enfrentar desafios com êxito.

PALAVRAS-CHAVE: Criatividade. Sinergia. Gestão estratégica.

COMO OS CONTADORES PODEM COLABORAR COM O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL?

Juliana Molina¹.

DOI: 10.47094/978-65-6036-424-0/RS.3

RESUMO

Introdução: A literatura relata os problemas relativos à corrupção (SPECH, 2012), às injustiças (NORONHA, 2003), ao preconceito (GUIMARÃES, 2004), à saúde (TRAVASSOS et al., 2000), desigualdade social (BARROS, 1995), à educação (SCHWARTZMAN; BROCK, 2005; KLEIN, 2006), entre outros. O conceito de Desenvolvimento Sustentável gerou os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Os ODS são dezessete objetivos que buscam enfrentar tantos desafios em relação a esses problemas. Segundo a ONU, os ODS são o modelo para alcançar um futuro melhor e mais sustentável para todos e vários países concordaram em trabalhar para alcançar estes objetivos. Idealmente, todas as partes interessadas, tais como governos, sociedade civil, sector privado e outros, deveriam contribuir para a realização da nova agenda rumo a um ambiente sustentável. Espera-se então, que os trabalhadores de contabilidade também contribuam para atingir esses objetivos. Então, como é possível que os contadores colaborem na busca das metas de Desenvolvimento Sustentável? Objetivo: Neste artigo, pretende-se discutir como os contadores podem colaborar com o Desenvolvimento Sustentável. Metodologia: Foi utilizada a análise qualitativa, desenvolvendo um ensaio teórico com base no conceito de Desenvolvimento Sustentável, nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável e nos Relatórios Contábeis desenvolvidos e assinados por contadores. Resultados: O ensaio teórico discute e apresenta como os contadores por meio de uma gestão estratégica podem colaborar no atingimento dos ODS com base na divulgação de informações relevantes que dizem respeito às metas específicas relacionadas ao Desenvolvimento Sustentável. É com base na divulgação de informações relevantes para o atingimento dos ODS que se gera conhecimento do atingimento dessas metas e quais são as lacunas para que se possa melhorar. Para iniciar essa colaboração dos contadores na busca do Desenvolvimento Sustentável, faz-se necessário começar a seguir as orientações fornecidas pela UNCTAD, que apresentam informações práticas sobre como cada instituição pode medir os indicadores dos ODS (UNCTAD, 2019). Considerações Finais: Argumento que, os contadores por meio da divulgação de informações relativas aos ODS nas publicações dos Relatórios Contábeis é o fator chave para diminuir alguns dos nossos desafios urgentes em busca do Desenvolvimento Sustentável.

PALAVRAS-CHAVE: Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Contabilidade. Gestão estratégica.

EVOLUÇÃO DA BARBIE: ESTRATÉGIAS DE INCLUSÃO E DIVERSIDADE PARA A REVITALIZAÇÃO DE MERCADO

Eliane Alves Melo¹; Cláudia Cristina Oliveira De Lima Barbosa²; Kyanne Kamylla Costa Freire³.

RESUMO

A Barbie por inúmeros anos foi um produto desejado por crianças, jovens, colecionadores, entre outros. Um produto que jamais saiu de moda, mas que necessitou passar por várias transformações devido a fortes críticas sofridas, pois só existia um modelo da boneca, a Barbie estereotipada. Desde sua criação em 1959, a Barbie tem sido um ícone definidor dos ideais estéticos e da representação feminina, moldando percepções através do paradigma da Perfect Barbie Girl e perpetuando estereótipos de gênero ao longo de seis décadas. Contudo, ao longo dos anos, a queda nas vendas resultou em uma diminuição correspondente no desempenho do mercado de ações. Este artigo discorre sobre a estratégia adotada pela Mattel de incorporar a diversidade como um meio de revitalizar as vendas e reafirmar sua posição no mercado. A Barbie passou a adotar uma gama mais ampla de corpos, tons de pele, representações de sexualidade, personalidades diversas, tipos de cabelo, e inclusive incluir características como vitiligo e síndrome de Down. Metodologicamente, este estudo é apresentado em uma abordagem descritiva, utilizando procedimentos de análise bibliográfica e documental, fundamentando-se em fontes como SCIELO, SCOPUS e Google Acadêmico. Resultados preliminares indicam que a Mattel obteve êxito ao estabelecer parcerias estratégicas de marketing para promover essa nova imagem da Barbie. Conclui-se que a inovação e a adaptação às demandas do mercado contemporâneo são cruciais para o sucesso financeiro das empresas. A inclusão e a representação diversificada não só revitalizaram as vendas da Barbie, mas também reafirmaram a posição da Mattel como uma empresa comprometida com valores de inclusão e diversidade, atendendo às necessidades e expectativas de um público cada vez mais consciente e diversificado.

PALAVRAS-CHAVE: Boneca. Gestão estratégica. Gestão da inovação.

RESUMOS SIMPLES - GESTÃO FINANCEIRA

REVISÃO DA LITERATURA SOBRE GESTÃO FINANCEIRA EM PEQUENAS EMPRESAS: TENDÊNCIAS E DESAFIOS

Deivson Lucas Fonseca De Santana¹.

RESUMO

A Gestão Financeira é uma área essencial para o sucesso e a sustentabilidade de qualquer organização, independentemente do seu porte. No contexto das pequenas empresas, a importância da gestão financeira é ainda maior, pois essas empresas muitas vezes enfrentam desafios específicos relacionados a recursos limitados e maior vulnerabilidade financeira. Esta revisão de literatura tem como objetivo explorar as principais questões e práticas relacionadas à gestão financeira em pequenas empresas. O objetivo desta revisão é analisar e sintetizar as pesquisas existentes sobre gestão financeira em pequenas empresas, destacando os principais temas, tendências e desafios enfrentados por essas organizações. Pretende-se também identificar lacunas na literatura e áreas que necessitam de mais investigação. A revisão de literatura será conduzida por meio de uma busca sistemática em bases de dados acadêmicas, como Google Acadêmico, Scopus e Web of Science, utilizando termos de busca relacionados à gestão financeira em pequenas empresas. Serão incluídos estudos publicados em periódicos científicos revisados por pares, dissertações, teses e livros relevantes. Os critérios de inclusão serão baseados na relevância do conteúdo para o tema em questão. Os resultados parciais desta revisão destacam a importância do planejamento financeiro, controle de custos, gestão de fluxo de caixa e acesso a financiamento como aspectos-chave da gestão financeira em pequenas empresas. Além disso, observa-se uma crescente atenção dos pesquisadores para questões como tecnologia financeira (fintech), financiamento sustentável e governança corporativa em pequenas empresas. Conclui-se que a gestão financeira eficaz é fundamental para o sucesso das pequenas empresas, ajudando a garantir a estabilidade financeira, tomar decisões estratégicas e aproveitar oportunidades de crescimento. No entanto, ainda há lacunas na literatura, especialmente em relação a estratégias específicas de gestão financeira para diferentes setores e contextos regionais. Portanto, é importante que pesquisas futuras continuem explorando e aprofundando essas questões para fornecer insights valiosos para os gestores de pequenas empresas.

PALAVRAS-CHAVE: Pequenas empresas. Planejamento financeiro. Controle de custos.

A IMPORTÂNCIA DA GESTÃO FINANCEIRA EM PEQUENOS NEGÓCIOS

Janilson Braga Lopes¹.

RESUMO

Introdução: A gestão financeira é crucial para o sucesso de qualquer empreendimento, independentemente do seu tamanho. No contexto dos pequenos negócios, essa gestão se torna ainda mais vital, pois essas empresas geralmente operam com recursos limitados e enfrentam uma série de desafios cotidianos que geram grandes impactos, exigindo então, uma gestão cuidadosa e estratégica para garantir sua viabilidade e crescimento no mercado. **Objetivo:** O objetivo desta pesquisa é investigar e destacar a importância da gestão financeira eficaz para o sucesso e desenvolvimento de pequenos negócios. Pretende-se analisar como as práticas de gestão financeira podem influenciar diversos aspectos, como a tomada de decisões, a saúde financeira e a capacidade de expansão desses empreendimentos. **Metodologia:** Para atingir esse objetivo, foi feita uma revisão bibliográfica abrangente, analisando artigos acadêmicos, estudos de caso e materiais relevantes relacionados à gestão financeira em pequenos negócios. **Resultados:** Os resultados preliminares destacam a importância crítica da gestão financeira para os pequenos negócios. Foi identificado que práticas como o controle eficiente de fluxo de caixa, a elaboração de orçamentos, a análise de viabilidade de investimentos e a gestão de crédito são fundamentais para a sobrevivência e o crescimento dessas empresas. Além disso, notou-se que a falta de uma gestão financeira adequada pode levar a problemas como endividamento excessivo, falta de capital de giro e até mesmo falência. **Considerações Finais:** Com base nos resultados obtidos, pode-se concluir que a gestão financeira é um pilar fundamental para o sucesso sustentável de pequenos negócios, sendo essencial que os proprietários e gestores dessas empresas dediquem tempo e recursos para desenvolver e implementar práticas financeiras sólidas. Além disso, fica evidente a importância da educação financeira e do acesso a consultoria especializada para auxiliar nesses processos. Essas medidas podem não apenas garantir a sobrevivência das empresas em um ambiente competitivo, mas também abrir caminho para o crescimento e prosperidade a longo prazo.

PALAVRAS-CHAVE: Planejamento financeiro. Crescimento. Desafios.

RESUMOS SIMPLES - MARKETING

MARKETING: FUNDAMENTAL PARA O SUCESSO ORGANIZACIONAL

Janilson Braga Lopes¹.

RESUMO

Introdução: O marketing transcende a mera publicidade, assumindo um papel estratégico crucial no panorama empresarial contemporâneo. Através de uma meticulosa análise das demandas e aspirações dos consumidores, o marketing permite a criação de ofertas valiosas que geram resultados expressivos para empresas e consumidores. Ao fazê-lo, o marketing capacita as empresas a desenvolverem produtos ou serviços que atendam de maneira precisa e eficaz às necessidades do mercado. Além disso, por meio de estratégias de divulgação, entrega e negociação, o marketing contribui para a criação de valor tanto para os clientes quanto para as organizações, promovendo um ambiente de troca e satisfação mútua. Dessa forma, o marketing não apenas impulsiona o crescimento e a rentabilidade das empresas, mas também desempenha um papel crucial na promoção do bem-estar social, ao proporcionar produtos e serviços que atendam às demandas e contribuam para o desenvolvimento da sociedade como um todo. **Objetivo:** O objetivo é elucidar a importância do marketing como uma ferramenta estratégica para as empresas, destacando seus principais conceitos, métodos e resultados no contexto contemporâneo dos negócios. **Metodologia:** Para atingir o objetivo proposto, foram revisadas diversas fontes de literatura e estudos de caso sobre marketing, abrangendo temas como pesquisa de mercado, segmentação de clientes, branding, comunicação integrada, entre outros. **Resultados:** Os resultados parciais revelam que o marketing bem-sucedido está associado a uma maior visibilidade da marca, aumento das vendas, maior fidelização de clientes e vantagem competitiva no mercado. Estratégias eficazes de marketing podem gerar impactos positivos tanto a curto quanto a longo prazo para as organizações. **Considerações Finais:** Portanto, investir em marketing é essencial para as empresas alcançarem e sustentarem o sucesso no mercado atual. Uma abordagem centrada no cliente, combinada com análises de mercado e criatividade na comunicação, pode diferenciar uma empresa da concorrência e criar valor para os clientes. Assim, o marketing não apenas impulsiona o crescimento e a rentabilidade das organizações, mas também fortalece sua posição no mercado e sua capacidade de adaptar-se às mudanças nas demandas e preferências dos consumidores. **PALAVRAS-CHAVE:** Clientes. Venda. Lucratividade.

ESTRATÉGIAS DE LANÇAMENTO DE PERFUME FEMININO: COMPREENDENDO E SATISFAZENDO AS PREFERÊNCIAS DO CONSUMIDOR

Ludmila Fabiana Paiva Almeida¹; Helaine Rissia Mota Macedo²; Maria Alice De Oliveira Sousa³.

RESUMO

Introdução: Em um cenário de crescente competitividade, é cada vez mais crucial direcionar esforços para compreender melhor os consumidores e o mercado, a fim de satisfazer as necessidades do cliente (Rojo, 1998). A introdução de um novo perfume no mercado, especialmente voltado para o público feminino, é um desafio que envolve não apenas a qualidade do produto, mas também a sua aceitação pelo público-alvo. Considerando a variedade de opções disponíveis e as expectativas em constante evolução das consumidoras, compreender e antecipar suas preferências é crucial para o sucesso do lançamento. **Objetivo:** Este estudo visa investigar a aceitação do público em relação à introdução de um novo perfume no mercado feminino, analisando os fatores que influenciam a receptividade das consumidoras ao produto. **Metodologia:** A metodologia adotada incluirá uma combinação de pesquisa de mercado, análise de tendências, estudo de caso de lançamentos anteriores e uma pesquisa online. Serão coletados dados quantitativos e qualitativos para uma compreensão abrangente do comportamento do consumidor e das preferências de fragrância. **Resultados:** Até o momento, os resultados preliminares indicam uma receptividade positiva em relação ao conceito do novo perfume, com uma parcela significativa das participantes expressando interesse em experimentar o produto. No entanto, a concorrência acirrada e as expectativas elevadas das consumidoras representam desafios a serem superados.

Conclusões: Com base nos dados coletados até o momento, é possível inferir que a introdução de um novo perfume no mercado feminino requer uma abordagem cuidadosa e estratégica, que leve em consideração não apenas a qualidade do produto, mas também a percepção e as preferências das consumidoras.

PALAVRAS-CHAVE: Aceitação. Perfume. Público feminino.

PESQUISA DE SEGMENTAÇÃO E SELEÇÃO DE MERCADO-ALVO PARA UMA EMPRESA DE PET SHOP EM BRASÍLIA DE MINAS-MG

Lucas Valdir Queiróz Dos Santos¹; Luís Fernando Aguiar Dos Santos².

RESUMO

Introdução: A pesquisa mercadológica é um importante instrumento a ser utilizado por gestores, pois permite entender o seu público alvo, seus desejos e necessidades. Diante disso, o seguinte trabalho compreende a realização de uma pesquisa mercadológica com o objetivo de segmentação e seleção de mercado-alvo para uma empresa fictícia de Pet shop em Brasília de Minas-MG, cujo projeto foi desenvolvido na disciplina Pesquisa Mercadológica.

Objetivo: A pesquisa mercadológica é fundamental para a viabilidade e sucesso de empreendimentos. Ao analisar o mercado local, identificar potenciais clientes e avaliar sua disposição para pagar por esse serviço, a pesquisa permitirá minimizar riscos, otimizar investimentos e garantir estratégias de marketing eficazes, aumentando as chances de sucesso do empreendimento. **Método:** A pesquisa foi realizada a partir de dados quantitativos primários. A coleta de dados foi realizada por meio de aplicação de questionário estruturado não disfarçado, com o intuito de entender preferências, comportamentos, necessidades e percepções dos consumidores em relação ao consumo para seus pets. Um questionário com 14 perguntas no Google forms foi disparado e compartilhado através do link pelo WhatsApp. Considerou-se como universo de pesquisa consumidores de bens e/ou serviços de Pet Shop da cidade de Brasília de Minas - MG. Diante dessa realidade, participaram da pesquisa 80 pessoas. Prezando pela ética, os mesmos não terão em nenhuma hipótese nomes ou dados expostos. **Resultados e Discussões:** Com base na análise dos dados, a maioria dos participantes da pesquisa possui entre 18 e 30 anos, predominantemente feminina, com renda de até 1 salário mínimo. Apesar de muito jovem, esse público mostrou ser ativo no consumo dos produtos e serviços de pet, o que mostra a necessidade de estratégias de marketing direcionadas a esse público com ofertas de produtos e serviços de qualidade, com preços acessíveis e uma abordagem de marketing que se conecte com suas preferências. **Conclusão:** Concluiu-se que o mercado de cuidados para animais de estimação apresenta um potencial significativo. Para a prestação de serviços específicos voltados a pets, uma abordagem centrada no cliente, será fundamental para conquistar a lealdade desses e alcançar o sucesso no setor de cuidados para animais de estimação.

PALAVRAS-CHAVE: Pesquisa mercadológica. Marketing. Pesquisa de marketing.

ÉTICA: O COMPROMETIMENTO NA PESQUISA DE MARKETING PARA INSERÇÃO DO NOVO PROJETO DE “PET MÓVEL” DE UMA EMPRESA FICTÍCIA EM BRASÍLIA DE MINAS-MG

Lucas Valdir Queiróz Dos Santos¹; Luís Fernando Aguiar Dos Santos².

RESUMO

Introdução: Encontrar soluções para problemas no marketing das organizações através da pesquisa de Marketing inclui, além da preocupação com o planejamento, desenvolvimento e resultados da pesquisa em si, o comprometimento ético. Dessa forma, o presente estudo trata-se de um relato de experiência dos discentes da disciplina Pesquisa Mercadológica do curso de Administração de uma universidade no estado de Minas Gerais, visando compreender sobre as abordagens éticas na aplicação da pesquisa de Marketing. Assim, elaborou-se uma empresa fictícia do ramo de Pet shop, na cidade de Brasília de Minas - MG. **Justificativa:** Justifica-se o presente estudo considerando a importância da compreensão sobre os preceitos éticos para a aplicação de pesquisas em marketing, visando assegurar a legitimidade e integridade da pesquisa, e principalmente dos indivíduos participantes. Dessa forma, o objetivo do estudo é avaliar e aplicar os aspectos éticos na pesquisa de marketing, buscando colher informações significativas e autênticas, garantindo o embasamento das decisões, com sigilo, imparcialidade e protegendo os direitos dos participantes. **Método:** A pesquisa consistiu na coleta de dados quantitativos primários, através de um questionário estruturado não disfarçado, visando compreender o consumo para seus pets. Foi aplicado um questionário contendo 14 perguntas via Google Forms, compartilhado por meio do WhatsApp, com uma amostra de 80 consumidores de produtos e/ou serviços de Pet Shop em Brasília de Minas - MG. Os dados secundários foram obtidos do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). **Resultados e discussões:** Verificou-se que a pesquisa adotou critérios éticos rigorosos para garantir a confiabilidade dos resultados, assegurando a confidencialidade das informações e mantendo a imparcialidade. Essas medidas visam promover a validade dos resultados e o respeito aos princípios éticos na condução da pesquisa de marketing. Cientes das responsabilidades éticas, os pesquisadores buscaram executar o planejamento e análise da pesquisa de maneira não tendenciosa. Ademais, buscou-se conduzir o projeto de maneira objetiva, livre de quaisquer tendências. **Considerações finais:** A pesquisa enfocou a aplicação dos requisitos éticos desde sua concepção, seguindo princípios morais para garantir uma abordagem ética e assertiva. Foi obtido o consentimento dos participantes, com flexibilidade para optarem por não participar, respeitando a voluntariedade na cooperação destes.

PALAVRAS-CHAVE: Pesquisa de marketing. Integridade da pesquisa. Ética na pesquisa.

MARKETING PÚBLICO: TENDÊNCIAS, DESAFIOS E ESTRATÉGIAS PARA INSTITUIÇÕES GOVERNAMENTAIS

Tiago De Almeida Santos Tergilene¹.

RESUMO

O marketing no setor público e no mercado desempenha um papel fundamental na compreensão e no atendimento das necessidades dos consumidores. Ele é mais do que um conjunto de ações comerciais, sendo também um processo administrativo e social, essencial para a geração e troca de valor entre sujeitos e organizações. Estratégias de marketing visam não apenas criar valor para produtos ou serviços, mas também construir relacionamentos benéficos para todas as partes envolvidas. Um aspecto crucial do marketing é a segmentação de mercado e a definição de um público-alvo. Ao identificar e selecionar segmentos propícios, as organizações podem direcionar seus esforços para atender eficazmente às necessidades e desejos dos consumidores dentro desses grupos. No contexto atual, marcado por inovações tecnológicas e intensa competição de mercado, oferecer produtos e serviços superiores é essencial. No setor público, o marketing passou por transformações históricas e sociais, emergindo como uma disciplina distinta no início do século XX. O avanço tecnológico e a ascensão da internet trouxeram novos desafios e oportunidades. A legislação, como o “Marco Civil da Internet”, reflete a necessidade de adaptação do setor público aos novos paradigmas digitais, promovendo a participação social na formulação de políticas públicas. A aplicação de estratégias de marketing no setor público visa satisfazer as necessidades dos cidadãos e fortalecer a relação entre o Estado e a população. Ao adotar uma abordagem centrada no cidadão e buscar a excelência na prestação de serviços públicos, o governo pode estabelecer uma relação de confiança e parceria com a população, contribuindo para o fortalecimento da democracia e a construção de uma sociedade mais justa e inclusiva. Conclui-se que o marketing desempenha um papel crucial no desenvolvimento e gestão tanto do setor público quanto do mercado em geral. Suas estratégias não apenas agregam valor às organizações, mas também promovem o bem-estar social e a eficiência na prestação de serviços públicos, contribuindo para o fortalecimento das relações entre governo e sociedade.

PALAVRAS-CHAVE: Marketing no setor público. Segmentação de mercado. Satisfação do cliente.

RESUMOS SIMPLES - OUTRAS

INTEGRAÇÃO DOS ODS NA GESTÃO PÚBLICA MUNICIPAL: O CASO DO RECIFE

Deivson Lucas Fonseca De Santana¹.

RESUMO

Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) estabelecidos pela Organização das Nações Unidas (ONU) representam metas fundamentais para enfrentar desafios globais como pobreza, desigualdade e degradação ambiental. A crescente incorporação dos ODS na administração pública reflete a importância das instituições governamentais na promoção da sustentabilidade e na realização dessas metas. Este estudo surge diante da relevância crescente dos ODS no cenário global e de sua influência na formulação e execução de políticas públicas municipais. Nesse contexto, a cidade do Recife, por ser uma área urbana complexa e diversificada, oferece um campo de estudo ideal para explorar como os ODS estão sendo incorporados no planejamento estratégico municipal. O objetivo geral desta pesquisa é analisar as principais contribuições dos ODS para a formulação das políticas públicas municipais no Recife, utilizando como base o Planejamento Plurianual (PPA) do exercício 2022-2025. Os procedimentos metodológicos adotados combinam uma abordagem exploratória, incluindo pesquisa bibliográfica e documental. A pesquisa bibliográfica foi realizada no periódico Spell, com foco em artigos científicos publicados entre 2018 e 2022, enquanto a pesquisa documental envolveu a análise de documentos oficiais expedidos pela Prefeitura do Recife, como o PPA 2022-2025, leis, decretos e relatórios relacionados aos ODS e às políticas públicas municipais. Os resultados parciais desta pesquisa destacam a preocupação da Prefeitura do Recife em integrar os ODS na formulação de suas políticas públicas. A administração municipal demonstra um compromisso em alinhar programas, ações e estratégias aos 17 ODS estabelecidos pela Agenda 2030 da ONU. A incorporação dos ODS no planejamento municipal visa contribuir para o avanço da sustentabilidade e do bem-estar socioeconômico da população recifense, refletindo uma compreensão ampla da responsabilidade da gestão pública em promover o desenvolvimento equilibrado, considerando aspectos econômicos, sociais e ambientais. As considerações finais até o momento apontam para um comprometimento notável da Prefeitura do Recife em integrar os ODS de maneira significativa em seu planejamento estratégico, alinhando suas ações e estratégias aos ODS estabelecidos pela Agenda 2030 da ONU. Esses resultados preliminares oferecem insights valiosos sobre a incorporação dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável na formulação das políticas públicas municipais do Recife.

PALAVRAS-CHAVE: Desenvolvimento sustentável. Políticas públicas. Sustentabilidade.

OS CAMINHOS PERCORRIDOS PELA ADMINISTRAÇÃO NO CONTEXTO PÚBLICO E PRIVADO

Dourival Cleomendes Dos Santos Júnior¹.

RESUMO

Introdução: Três modelos de Administração Pública permearam no Brasil, sendo o primeiro o Patrimonialismo, onde os bens públicos eram extensões do autocrata, nepotismo e a corrupção que eram impulsionadas pelo clientelismo. O segundo trata-se do modelo burocrático, que surgiu na visão de superar o Patrimonialismo e o Gerencial. Esse modelo de gestão tem como objetivo principal o controle por resultados de maior autonomia e flexibilidade. Enquanto, o terceiro compreende as teorias que defendiam uma aproximação do modelo de gestão da administração privada para com a gestão pública, logo que havia uma busca de eficiência máxima pela administração pública. **Objetivos:** Este estudo tem como principal objetivo compreender a relação de como se fazer a administração pública sem o uso integral da metodologia da administração privada. **Metodologia:** O trabalho elaborado, caracterizou-se como um estudo teórico, a partir do processo de investigação bibliográfico e baseado em estudos realizados por autores como Carpa (1995), Paes De Paula (2005), Denhard (2012), Silva e De Mattia (2016), dentre outros autores. Para tanto, adotou-se o interpretativismo e a análise do discurso para a verificação das informações da pesquisa na área da Administração. **Resultados:** A administração pública vem copilando aspectos e/ou o contexto da Administração privada, o que em parte é salutar para que se tenha uma gestão pública saudável, não devendo está nortear - se a partir da coisa privada, que tem a sua primazia no crescimento econômico. Um cenário totalmente diferente do público que tem o compromisso no desenvolvimento de políticas voltadas para a sociedade, cidadãos, sem fins lucrativos, que em alguns momentos são confrontados por haver entendimentos equivocados por parte de alguns gestores. **Conclusão:** Conclui-se que houve muito avanço desde a época em que surgiu a ciência da Administração. Ao longo do tempo a mesma adquiriu corpo no campo do desenvolvimento científico, trazendo inovações nos métodos de estudo, que envolvem o modelo de gestão, campo fértil que de forma evolutiva, utilizando-se de meios discursivos, tem permeado o âmbito acadêmico na busca de aprofundar-se cada vez mais no conhecimento da mesma.

PALAVRAS-CHAVE: Gestão pública. Burocracia. Bem comum.

A GESTÃO DE QUALIDADE NOS SERVIÇOS PÚBLICOS DE SAÚDE

Dourival Cleomendes Dos Santos Júnior¹.

RESUMO

Introdução: De modo geral, nos últimos anos tem-se observado por intermédio de análise de pesquisas e estudos o avanço de políticas públicas no contexto dos serviços de saúde, o qual é percebido no âmbito do cenário nacional. Apesar disso, é possível constatar que a demanda pelos serviços públicos de saúde ainda é maior do que a oferta, exigindo dessa forma, contínua análise da gestão da qualidade nos serviços públicos de saúde. **Objetivos:** Nesse trabalho, procurou-se apresentar a gestão de qualidade nos serviços públicos de saúde, no intuito de garantir a qualidade e melhoria do atendimento em saúde. **Metodologia:** O trabalho a partir do processo de investigação bibliográfica, caracterizou-se como um estudo teórico e baseia-se na análise do campo de saúde pública, especificamente da gestão de qualidade nos serviços públicos de saúde. **Resultados:** Foram analisados pontos como a criação de uma equipe de especialistas para atuação em cenários diversos, como por exemplo o de epidemia pública. Além disso, observou-se, o treinamento dos profissionais de saúde. Isso porque, a ação imediata de capacitação aumentará a segurança no que diz respeito a melhor qualidade na prestação do serviço à população. Assim como, a identificação e documentação das informações, que deverão ser fontes confiáveis, seja estes nacionais ou internacionais. Neste íterim, tem-se, o compartilhamento de informações que é de suma importância para que todos tenham o devido conhecimento de dados e de forma que haja uma integração com objetivo principal de troca de saberes entre as unidades de saúde, oportunizando a busca da otimização e solução dos eventos em saúde. E por último, a criação de um repositório de conhecimento onde se possa armazenar por meio digital, pesquisas e informações, que deverão permanecer armazenados para que no futuro quando necessário for possa ser pesquisados de forma rápida e segura. **Considerações Finais:** Conclui-se de acordo com o estudos que existe uma extrema necessidade de fortalecer não só o corpo técnico na área da saúde, médicos, técnicos de enfermagem dentre outros profissionais, mas também do aparelhamento tecnológico de uso hospitalar.

PALAVRAS-CHAVE: Atendimento em saúde. Unidades de saúde. Eventos em saúde.

ANÁLISE E AVALIAÇÃO DE POLÍTICAS PÚBLICAS DE ACESSIBILIDADE

Dourival Cleomendes Dos Santos Júnior¹.

RESUMO

Introdução: A implementação das políticas públicas de acessibilidade de pessoas com alguma dificuldade de locomoção, centradas no direito de ir e vir desta população vem se concretizando gradativamente a nível nacional. Apesar de sabermos que ainda está longe do ideal. **Objetivos:** O presente trabalho estabeleceu como objetivo verificar a promoção de políticas públicas de acessibilidade veiculadas pela mídia. **Metodologia:** O trabalho caracterizou-se como uma pesquisa exploratória a partir de levantamento de registros midiáticos veiculados em sites oficiais e canais de jornalismo. **Resultados:** Com o objetivo de promover ações de políticas públicas voltadas a um público específico, a gestão da cidade de Curitiba tem mostrado o quanto está preocupado na aplicação de políticas públicas em relação a inclusão de seus cidadãos que possuem alguma deficiência. Foram inúmeras as implementações de acessibilidade, a exemplo dos transportes públicos que contam com 94% de acessibilidade, sendo a maior frota do país a oferecer essa possibilidade de acesso. Outro exemplo são os semáforos inteligentes para que esse público possa ter mais tempo para atravessar a rua (PREFEITURA MUNICIPAL DE CURITIBA, 2016). O Governo de Maceió garante acessibilidade a pessoa com deficiência em Alagoas ao promover como política pública a concessão de aparelhos de órteses, próteses assim como meio de locomoção, como cadeiras de rodas para banho a entidades públicas e sociedade civil, um marco de política pública para quem tanto precisa e não teria condições de comprar (ALAGOAS, 2023). Assim como, a capital de São Paulo com avanços por meio de adequação de calçadas seguras que propiciará maior acessibilidade para todo tipo de público, principalmente para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida. Através de investimento em obras de infraestrutura, cursos profissionalização focado a auxiliar turistas com deficiência física e ou mobilidade reduzida, adequação de equipamentos e edificações públicas, tornando-se um modelo de acessibilidade no país (UOL, 2023). **Considerações Finais:** Conclui-se a partir do levantamento realizado sobre as políticas públicas de acessibilidade, que a gestão de estados brasileiros vem se comprometendo com ações para garantir o direito de pessoas com alguma dificuldade de locomoção ou portadoras de deficiência.

PALAVRAS-CHAVE: Dificuldade de locomoção. Infraestrutura. Mídia.

A ATUAÇÃO DO ESTADO DE PERNAMBUCO NA IMPLEMENTAÇÃO DO ODS 15 E A PRESERVAÇÃO DA BIODIVERSIDADE NA CAATINGA

Deivson Lucas Fonseca De Santana¹.

RESUMO

O Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS) 15 visa proteger, restaurar e promover o uso sustentável dos ecossistemas terrestres, gerenciar de forma sustentável as florestas, combater a desertificação, deter e reverter a degradação da terra e deter a perda da biodiversidade. No contexto da Caatinga, bioma único e vulnerável no Brasil, a atuação do Estado de Pernambuco se mostra como de fundamental importância para que ocorra a preservação da biodiversidade e a promoção do desenvolvimento sustentável. Este estudo tem como objetivo analisar a atuação do Estado de Pernambuco na implementação do ODS 15, com foco na preservação da biodiversidade na Caatinga. Utilizando fontes oficiais e dados públicos do governo estadual, incluindo a Secretaria de Meio Ambiente e Sustentabilidade (SEMAS), bem como informações disponibilizadas pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), foram realizadas análises documentais e levantamento de informações sobre os investimentos e iniciativas voltadas para a preservação da Caatinga. No decorrer da pesquisa até o presente momento, constatou-se que o governo de Pernambuco aderiu ao Programa Floresta Viva do BNDES, pelo o qual irá realizar um investimento no valor de R\$ 60 milhões de reais na preservação da Caatinga, sendo metade desse recurso proveniente do próprio estado e a outra metade financiada pelo BNDES. Esses recursos serão destinados não apenas para frear a degradação do solo e combater os efeitos das mudanças climáticas, mas também para garantir a sustentabilidade das comunidades locais que dependem desse bioma para sua subsistência. A adesão de Pernambuco ao Programa Floresta Viva, iniciativa do BNDES voltada para a restauração de ecossistemas e preservação da biodiversidade, representa um passo importante na implementação do ODS 15 na região da Caatinga. Os resultados parciais já evidenciam que por meio deste investimento e das ações planejadas, espera-se contribuir significativamente para a proteção e recuperação dos ecossistemas terrestres, garantindo a conservação da biodiversidade e promovendo o desenvolvimento sustentável na região.

PALAVRAS-CHAVE: Biodiversidade. Desenvolvimento sustentável. Caatinga.

DÁ ORIGEM AO DESTINO: UMA ANÁLISE DO TRANSPORTE DE PRODUTOS PERIGOSOS NO BRASIL ENTRE 2012 E 2022

Lucas Valdir Queiróz Dos Santos¹; Ludmila Fabiana Paiva Almeida².

RESUMO

O presente estudo busca analisar o processo de transporte de produtos perigosos no território brasileiro, considerando os produtos mais transportados, os meios de transporte, a situação regulamentar e de segurança das empresas de transporte para essa finalidade. Justificativa: A partir do estudo busca-se identificar quais meios de transporte são mais comumente utilizados para transportar produtos perigosos nas Unidades Federativas do território brasileiro, assim como averiguar o número de empresas que informaram possuir planos emergenciais contra acidentes no transporte de cargas perigosas entre os anos de 2012 a 2022. Método: A abordagem da pesquisa é de caráter quali-quantitativa. A análise foi realizada a partir de dados secundários disponibilizados no Relatório de Atividades Potencialmente Poluidoras (RAPP) referente ao formulário Transporte de Produtos Químicos Perigosos ou Combustíveis do Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (IBAMA) no ano de 2022. Os dados foram tratados a partir de análises e cruzamentos dos dados realizados nas Planilhas do Google, especialmente com a utilização da ferramenta “Explorar” e com o Microsoft Excel. Análises e discussões: Quanto aos resultados das análises, percebeu-se que o modal prevalecente foi o rodoviário, liderando nos estados de Minas Gerais, Santa Catarina e São Paulo. No que atinge o levantamento do número de empresas que informaram possuir planos emergenciais contra acidentes no transporte de cargas perigosas entre os anos de 2012 a 2022, constatou-se que a maior parte das empresas possuem amparos de planos de emergência, ponderando um maior entendimento e preparo das empresas ao longo desse período, apresentando uma tendência positiva, demonstrando a preocupação das empresas com a segurança dos transportes. Considerações finais: O estudo possibilitou perceber a importância do tema para o país e empresas que transportam grande quantidade de produtos perigosos anualmente, principalmente pelo modal rodoviário que é o mais utilizado no país requerendo um investimento na prevenção das vias como forma de se resguardar de acidentes. Esta pesquisa fornece uma visão abrangente sobre os transportes de produtos perigosos no território brasileiro e abre margem de possibilidade para que outras análises sejam realizadas para melhor compreensão destas operações.

PALAVRAS-CHAVE: Modal rodoviário. Regulamentação e segurança. Segurança no transporte de produtos perigosos.

DESIGUALDADE DE GÊNERO NA EDUCAÇÃO INFANTIL: REALIDADE DE SÃO PAULO DO POTENGI-RN

João Paulo Elias Oliveira¹.

DOI: 10.47094/978-65-6036-424-0/RS.1

RESUMO

A pesquisa se baseia em dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) sobre docentes da Educação Infantil do município de São Paulo do Potengi, localizado no agreste do estado do Rio Grande do Norte, uma cidade com poucas instituições de ensino infantil. Com um corpo docente composto exclusivamente por 30 professoras mulheres efetivas e as demais contratadas. A predominância feminina nessa área, historicamente associada ao cuidado infantil, é evidente. O estudo tem como objetivo principal analisar a predominância feminina entre os docentes da Educação Infantil em São Paulo do Potengi, RN, e refletir sobre as barreiras para a equidade de gênero nesse contexto, especialmente a notável ausência de professores homens. A pesquisa emprega dados secundários do IBGE para traçar o perfil dos docentes da Educação Infantil na região mencionada, complementados por uma revisão bibliográfica extensa para embasar e fundamentar a discussão sobre a desigualdade de gênero encontrada na docência infantil. Os resultados revelam que a presença masculina na docência infantil é significativamente baixa e enfrenta resistência naquele município, influenciada por estereótipos de masculinidade arraigados na sociedade, condições de trabalho desfavoráveis e um status profissional menosprezado em relação a outras áreas. A exclusão de professores homens, mesmo quando possuem formação equivalente, é um reflexo do preconceito enraizado na sociedade. Em síntese, a exclusão de professores homens na Educação Infantil em São Paulo do Potengi, RN, evidencia questões de gênero e preconceitos profundamente enraizados na sociedade. É imperativo questionar e superar esses padrões para promover uma educação mais inclusiva e equitativa, valorizando a diversidade de gênero na docência infantil.

PALAVRAS-CHAVE: Gênero. Educação infantil. Docência.

DIVERSÃO, DIFERENÇAS E APRENDIZADO: O PAPEL TRANSFORMADOR DAS ANIMAÇÕES DOS ESTÚDIOS PIXAR NA EDUCAÇÃO INCLUSIVA

João Paulo Elias Oliveira¹.

DOI: 10.47094/978-65-6036-424-0/RS.2

RESUMO

Este trabalho explora o impacto das animações dos estúdios Pixar, mais precisamente na educação inclusiva e como ela atua diretamente na promoção da empatia, destacando a interseção e a importância entre o meio cinematográfico e a inclusão. A trajetória da Pixar, desde sua fundação até suas produções recentes, vem a evidenciar seu compromisso com a inovação e a representação da diversidade das mais variadas formas, chegando no que diz respeito à abordagem de animações com deficiências físicas, intelectuais, dentre outras. O objetivo deste estudo é justamente analisar como filmes dos estúdios Pixar como “Procurando Nemo”, “Luca” e “Fitas” abordam temas como superação, aceitação, identidade e até sobre a representação autista não verbal, influenciando a percepção e a compreensão de experiências diversas de quem os assiste, principalmente dos que estão em processo escolar. A pesquisa fundamenta-se em análises das animações da Pixar e em estudos de autores como Vieira (2022), Pereira (2018), Venturini (2017) e Almeida (2017). Utiliza-se também revisão bibliográfica para embasar a discussão sobre o impacto desses filmes na educação inclusiva. Os resultados destacam que as narrativas envolventes das animações da Pixar têm o poder de normalizar experiências diversas, incentivando a compreensão e a sensibilidade dos espectadores. Esses filmes emergem como instrumentos valiosos para promover a inclusão, permitindo que os alunos abracem a diferença e adotem uma perspectiva mais compreensiva. A convergência entre educação e cinema, exemplificada pelas produções da Pixar, mostra-se como uma ferramenta poderosa para nutrir mentes curiosas e corações compassivos, fortalecendo a educação inclusiva ao transmitir valores essenciais de aceitação e empatia.

PALAVRAS-CHAVE: Educação inclusiva. Cinema. Educação. Comunicação.



contato@editoraomnisscientia.com.br 

<https://editoraomnisscientia.com.br/> 

@editora_omnis_scientia 

<https://www.facebook.com/omnis.scientia.9> 

+55 87 99914-6495 



contato@editoraomnisscientia.com.br 

https://editoraomnisscientia.com.br/ 

@editora_omnis_scientia 

https://www.facebook.com/omnis.scientia.9 

+55 87 99914-6495 