

# R

## esumos

Artigos de Periódicos  
&  
Monografias

Setembro  
&  
Outubro  
2009



Divisão de Administração, Documentação e Informação  
Coordenação de Documentação e Informação

# R

esumos  
Artigos de Periódicos  
&  
Monografias

*Setembro  
&  
Outubro  
2009*



Divisão de Administração, Documentação e Informação  
Coordenação de Documentação e Informação

## **Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo**

*Presidente:* **Antonio Oliveira Santos**

*Vice-Presidentes:* 1º Abram Abe Szajman, 2º Renato Rossi, 3º Orlando Santos Diniz; Adelmir Araújo Santana, Carlos Fernando Amaral, José Arteiro da Silva, José Evaristo dos Santos, José Marconi Medeiros de Souza, José Roberto Tadros, Josias Silva de Albuquerque, Lélío Vieira Carneiro; *Vice-Presidente Administrativo:* Flávio Roberto Sabbadini; *Vice-Presidente Financeiro:* Luiz Gil Siuffo Pereira; *Diretores:* Antonio Airton Oliveira Dias; Antonio Osório, Bruno Breithaupt, Canuto Medeiros de Castro, Carlos Marx Tonini, Darci Piana, Euclides Carli, Francisco Teixeira Linhares, Francisco Valdeci de Sousa Cavalcante, Jerfferson Simões, Joseli Angelo Agnolin, Ladislao Pedroso Monte, Laércio José de Oliveira, Leandro Domingos Teixeira Pinto, Luiz Gastão Bittencourt da Silva, Marcantoni Gadelha de Souza, Marco Aurélio Sprovieri Rodrigues, Norton Luiz Lenhart, Pedro Coelho Neto, Pedro Jamil Nadaf, Walker Martins Carvalho.

*Conselho Fiscal:* Hiram dos Reis Corrêa, Arnaldo Soter Braga Cardoso, Antonio Vicente da Silva.

---

### **CNC/Brasília**

SBN Quadra 01 Bloco B – nº 14, 15º ao 18º andar  
Edifício Confederação Nacional do Comércio  
70041-902 – Brasília – DF  
Tel. (61) 3329-9500  
e-mail: [cncdf@cnc.com.br](mailto:cncdf@cnc.com.br)

### **CNC/Rio**

Avenida General Justo, 307  
20021-130 – Rio de Janeiro – RJ  
Tel. (21) 3804-9200  
e-mail: [cncrj@cnc.com.br](mailto:cncrj@cnc.com.br)

Site: [www.portaldocomercio.org.br](http://www.portaldocomercio.org.br)

Publicação Bimestral – Setembro/Outubro 2009

### **Produção**

Coordenação de Documentação e Informação  
[cdi@cnc.com.br](mailto:cdi@cnc.com.br)

### **Projeto Gráfico**

Assessoria de Comunicação / Programação Visual

## **Informação aos usuários**

Observe atentamente as instruções da página “Auxílio à Solicitação de Empréstimo” ao solicitar o material divulgado nesta publicação.

CDI

# SUMÁRIO

---

## *Resumos de Artigos de Periódicos*

Administração	6
Administração de Recursos Humanos	6
Administração do Tempo	6
Administração Pública	6
Avaliação de Desempenho do Pessoal	6-7
Burocracia	7
Capacitação Profissional	7
Carreira	7
Cartão de Crédito	7
Certificação (Qualidade)	8
Certificação Eletrônica	8
Comércio	8
Comércio Varejista	8
Consumo	8-9
Crédito ao Consumidor	9
Criatividade	9
Crime Digital	9
Cultura Organizacional	9
Desenvolvimento Econômico	9
Desenvolvimento Econômico Brasileiro	10
Design	10
Economia	10
Economia Internacional	10
Empreendedorismo	10
Finanças Pessoais	11
Franquia	11

Gerência	11
Gestão da Informação	11
Gestão do Conhecimento	11
Globalização da Economia	11
Inovação	11-12
Inovação Tecnológica	12
Internet	12
Jornada de Trabalho	12
Liderança	13
Marketing	13
Mudança Organizacional	13
Nota Fiscal Eletrônica	13
Petróleo	13
Programa de Gratuidade SESC-Senac	13
Qualidade	14
Qualidade em Serviços	14
Redes Sociais	14
SEGS	15
Shopping Centers	15
SPED	15
Tecnologia	15
Tributação	15
Turismo	15-16

## *Resumos de Monografias*

Código de Processo Civil	<b>17</b>
Constituição Federal	<b>17</b>
Contabilidade Tributária	<b>17</b>
Direito Tributário	<b>17</b>
Escola SESC de Ensino Médio	<b>17</b>
Excel	<b>17</b>
Filosofia	<b>17</b>
Finanças Pessoais	<b>18</b>
Liderança	<b>18</b>
Meio Ambiente	<b>18</b>
Processo Civil	<b>18</b>
Senac	<b>18</b>
Tabagismo	<b>19</b>

# Resumos de Artigos de Periódicos

---

## ADMINISTRAÇÃO

---

**AMORIM, Lucas. O que podemos ensinar ao mundo. Exame, São Paulo, v.43, n.16, p. 76-78, ago. 2009.**

*Cada vez mais escolas de negócios internacionais enviam seus pesquisadores para entender como funcionam as empresas brasileiras.*

370/2009

**MEIRA, Larissa; DOURADO, Ana Paula. Estagiários renovam a gestão de empresas. Revista Fecomercio Brasília/DF, Brasília, v.14, n.142, p. 30-34, ago. 2009.**

*A prática do estágio qualifica a gestão e apresenta resultados positivos também em pequenos negócios.*

383/2009

## ADMINISTRAÇÃO DE RECURSOS HUMANOS

---

**ROCHA, Paula. Gente: mais que um recurso, um poder transformador. Shopping Centers, São Paulo, v.28, n.152, p. 34-38, set. 2009.**

*Tornar realidade o discurso de gestão de pessoas pode ser decisivo para se diferenciar em um mercado cada vez mais competitivo e profissional.*

441/2009

## ADMINISTRAÇÃO DO TEMPO

---

**AVEDIANI, Renata. Conquiste mais tempo e mais dinheiro. Você S/A, São Paulo, n.134, p. 36-41, ago. 2009.**

*Mais do que garantir uma boa poupança ou otimizar a agenda, aprenda a juntar as duas coisas e fazer seu tempo e seu dinheiro trabalharem para você.*

365/2009

## ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA

---

**PADUAM, Roberta. A "banda" boa do setor público. Exame, São Paulo, v.43, n.16, p. 102-109, ago. 2009.**

*Apesar de desconhecida, há uma parcela do Estado brasileiro que trabalha duro, mede, compara, analisa, persegue metas. E ela está aumentando de tamanho.*

371/2009

## AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO DO PESSOAL

---

**BOTTONI, Fernanda. Qual é o seu perfil? Você S/A, São Paulo, n.134, p. 64-65, ago. 2009.**

*Estudo mostra como identificar, gerenciar e maturar os três estilos de profissionais que toda empresa tem.*

368/2009

**COSTA, José Eduardo. Como negociar um contrato de metas. Você S/A, São Paulo, n.134, p. 58-59, ago. 2009.**

*Aprenda como colocar no papel todos os seus objetivos profissionais.*

366/2009

**MARINO, Caroline. Visão abrangente. Melhor Gestão de Pessoas, São Paulo, v.16, n.262, p. 72-73, set. 2009.**

*Para a autora, usar bem a avaliação de desempenho pressupõe olhar a empresa como um todo, alinhando suas práticas à estratégia organizacional, inclusive de educação corporativa.*

437/2009

**PORTO, Joana. Competência demais atrapalha. Você S/A, São Paulo, n.134, p. 60-62, ago. 2009.**

*Exagerar nos pontos fortes pode se tornar uma armadilha para o profissional. Saiba como se manter em equilíbrio.*

367/2009

**REIS, Homero Barbosa. Medidas apropriadas. Melhor Gestão de Pessoas, São Paulo, v.16, n.262, p. 74-78, set. 2009.**

*Saber reconhecer o desempenho de um colaborador é fundamental para estimular novas políticas de bônus. Mas as empresas estão avaliando bem esse desempenho?*

438/2009

**BOTTONI, Fernanda. Saldo positivo. Você S/A, São Paulo, n.135, p. 40-53, set. 2009.**

*Confira os salários pagos para 130 cargos em pequenas, médias e grandes empresas e as tendências do mercado de trabalho. Após um ano de crise, o País vai bem.*

397/2009

---

#### BUROCRACIA

**TREVISAN, Antoninho Marmo. O profissional da era digital e o governo eletrônico. Revista Fenacon em Serviços, Brasília, v.13, n.134, p. 6-7, jul./ago. 2009.**

*Segundo o autor, cabe aos profissionais que utilizam os benefícios dos meios eletrônicos ajudarem o Governo a reduzir a burocracia.*

423/2009

**GRANDO, João Werner. Não é papo de feminista. Exame, São Paulo, v.43, n.18, p. 100-102, set. 2009.**

*Uma pesquisa exclusiva mostra que, sobretudo em empresas de capital nacional, há poucas mulheres no alto escalão – e quase sempre elas ganham menos do que os homens.*

393/2009

---

#### CAPACITAÇÃO PROFISSIONAL

**RESENDE, Vanessa. Responsabilidade como dever de todos. Revista Fenacon em Serviços, Brasília, v.13, n.134, p. 20-23, jul./ago. 2009.**

*As empresas também devem investir em qualificação profissional para garantir melhor qualidade na prestação de serviços.*

425/2009

**TERZIAN, Françoise. No topo da lista. Você S/A, São Paulo, n.135, p. 70-71, set. 2009.**

*Como melhorar a sua visibilidade em sites de busca.*

398/2009

---

#### CARREIRA

**BOTTONI, Fernanda. Raridade no mercado. Você S/A, São Paulo, n.136, p. 68-75, out. 2009.**

*Apresenta os postos de trabalho que as empresas têm dificuldade de preencher e como se tornar elegível para ocupar um deles.*

445/2009

---

#### CARTÃO DE CRÉDITO

**FOGAÇA, Guilherme. Depois da paz, a guerra. Exame, São Paulo, v.43, n.18, p. 118-120, set. 2009.**

*Por muito tempo, a Redecard e a Visanet desfrutaram de um duopólio com pouca competição. Agora, antes mesmo de o Governo mudar as regras do setor, elas se preparam para o confronto.*

394/2009

## CERTIFICAÇÃO (QUALIDADE)

**CALLEGARI, Flávio. A ISO para a segurança da informação: origem, cultura e ação. Banas Qualidade, São Paulo, v.18, n.207, p. 14-16, ago. 2009.**

*A busca pela certificação ISO 2700 1, que trata especificamente da segurança da informação, parece ter uma origem bem diferente: a maturidade da TI.*

373/2009

## CERTIFICAÇÃO ELETRÔNICA

**ITAMARO, Graziella. A verdadeira revolução digital. InfoComércio, Florianópolis, n.017, p. 14-19, ago./set. 2009.**

*Ter apenas um documento contendo todos os dados civis e jurídicos não é mais ficção; estamos na era da certificação digital.*

431/2009

## COMÉRCIO

**CAPACITAÇÃO como melhor estratégia. Distribuição, São Paulo, v.17, n.200, p. 30-32, set. 2009.**

*Ampliar a prestação de serviços de olho na educação do público transformador foi uma das táticas utilizadas pelo Makro para manter as vendas em alta no primeiro semestre do ano.*

426/2009

## COMÉRCIO VAREJISTA

**CARVALHO, Denise. O perigo ainda não passou. Exame, São Paulo, v.43, n.20, p. 52-54, out. 2009.**

*Embora o Carrefour negue que pretenda se desfazer de sua operação no Brasil, secretamente, seus acionistas continuam a conversar sobre uma possível venda para a rede americana Wal-Mart.*

448/2009

**ESTEVES, Cintia. Pequeno grande cliente. Revista Abastecimento, São Paulo, v.03, n.16, p. 26-30, jul./ago. 2009.**

*Indústria fornecedora aposta no pequeno varejo para atender ao consumidor de baixa renda e conquista uma relação comercial com menor pressão na negociação.*

381/2009

**PEREIRA, Paula. Linha direta. Distribuição, São Paulo, v.17, n.199, p. 118-124, ago. 2009.**

*Atacadistas distribuidores focam no investimento em ações e tecnologia voltadas para a interação com o cliente.*

386/2009

**SOUZA, Walter de. Capacitado para competir. Revista Abastecimento, São Paulo, v.03, n.16, p. 10-13, jul./ago. 2009.**

*Cadeia de abastecimento se volta para o pequeno varejo e vê na sua capacitação a única maneira de ampliar sua rentabilidade.*

380/2009

**À VISTA ou no cartão. Bens & Serviços, Porto Alegre, 52, p. 38-39, ago./2009.**

*Câmara dos Deputados rejeita Medida Provisória 470, que permitiria a discriminação das vendas em dinheiro ou cartão de crédito. Sem a proposta, que beneficiaria varejistas e consumidores, o comércio aguarda novas formas de regulamentação do setor.*

401/2009

## CONSUMO

**CAETANO, José Roberto; AGOSTINI, Renata. Os emergentes dos emergentes. Exame, São Paulo, v.43, n.20, p. 34-39, out. 2009.**

*Considerados ex-pobres, os 45 milhões de brasileiros da classe D surgem como uma nova grande notícia do mercado de consumo.*

447/2009

**HERZOG, Ana Luiza. Como vender para pobre. Exame, São Paulo, v.43, n.19, p. 122-124, out. 2009.**

*Há cinco anos, o guru C. K. Prahalad escreveu um livro para alertar as empresas sobre a riqueza escondida na base da pirâmide. Agora, reedita a obra e conclui que ainda há muito ouro a ser descoberto.*

416/2009

**MANO, Cristiano. Por dentro da mente do consumidor. Exame, São Paulo, v.43, n.17, p. 170-176, set. 2009.**

*Uma série de novas tecnologias está ajudando grandes empresas a identificar desejos e preferências dos clientes – sem que eles precisem dizer uma única palavra.*

364/2009

**MEIRELLES, Renato; GUIRALDELLI, Daniela. Consumidor na maioria. Distribuição, São Paulo, v.17, n.200, p. 34-38, set. 2009.**

*Renato Meirelles, do Instituto Data Popular, afirma que a nova classe média, reforçada pela ascensão das classes D e E, trará prosperidade por 20 anos.*

427/2008

---

#### CRÉDITO AO CONSUMIDOR

---

**INADIMPLENTE no balcão. Bens & Serviços, Porto Alegre, 52, p. 14-16, ago./2009.**

*Falta de critério na hora de vender, crise econômica ou ausência de controle? Os motivos que levaram o consumidor a ficar inadimplente com o varejista são muitos. Para receber e não perder o cliente, vale apostar em ações e políticas de créditos eficazes.*

399/2009

---

#### CRIATIVIDADE

---

**BAÚ de Ideia. Computer Arts Brasil, São Paulo, v.02, n.024, p. 40-51, ago. 2009.**

*Por meio do diário de vários ilustradores, o artigo apresenta a importância do papel e do lápis no processo criativo.*

376/2009

---

#### CRIME DIGITAL

---

**MORAES, Maurício. Quem são os crackers brasileiros? Info Exame, São Paulo, n.284, p. 66-69, out. 2009.**

*Os criminosos virtuais que atuam no País querem mesmo é ganhar dinheiro fácil.*

419/2009

---

#### CULTURA ORGANIZACIONAL

---

**GUIMARÃES, Lilian; OHL, Murilo. Como aproveitar as diferenças. Você S/A, São Paulo, n.135, p. 28-30, set. 2009.**

*Lilian Guimarães, diretora executiva de recursos humanos do Grupo Santander Brasil, revela os primeiros resultados da complexa integração com o Banco Real.*

396/2009

---

#### DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO

---

**ANTUNES, Luciene. A escalada global do Chile. Exame, São Paulo, v.43, n.17, p. 116-118, set. 2009.**

*Estudo mostra que o Chile tem a maior proporção de multinacionais entre as grandes empresas da América Latina.*

363/2009

---

 DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO  
BRASILEIRO
 

---

**CAMPHELLO, Patricia. Um gigante (ainda) adormecido. Bens & Serviços, Porto Alegre, n.053, p. 27-31, set. 2009.**

*Do que o Brasil precisa para crescer? A Revista Bens & Serviços ouviu profissionais da área econômica: tributação justa, educação e investimento em infraestrutura foram alguns pontos levantados.*

429/2009

---

 DESIGN
 

---

**BOAS práticas para o design. Computer Arts Brasil, São Paulo, v.02, n.025, p. 44-46, set. 2009.**

*Três dos melhores profissionais do design dão dicas para a criação de trabalhos para web, impressão e design interativo.*

377/2009

**GRANNELL, Craig; THE RONIN. Dicas de vídeo para web designers. WWW.COM.BR, São Paulo, v.09, n.110, p. 32-37, set. 2009.**

*Os vídeos estão tomando conta da web. O autor consulta profissionais e mostra como fazer o melhor uso deles em seus projetos.*

378/2009

**ROBINSON, Keith; ILOVEDUST (ilust.). Gerenciamento de projetos web. WWW.COM.BR, Rio de Janeiro, v.09, n.110, p. 42-46, set. 2009.**

*Um gerenciamento eficiente pode ser a diferença entre agradecer e perder clientes.*

379/2009

---

 ECONOMIA
 

---

**GOMES, Adriana Salles. A vanguarda somos nós. HSM Management, São Paulo, v.13, n.76, p. 32-39, set./out. 2009.**

*Em entrevista exclusiva, Ricardo Neves, professor de educação executiva e pensador em ascensão no front da gestão brasileira, dá sua versão da quebra de paradigma que ocorre agora e revela seu impacto para as empresas, que devem liderar a transição.*

403/2009

---

 ECONOMIA INTERNACIONAL
 

---

**LAHÓZ, André. O Leviatã quer mais. Exame, São Paulo, v.43, n.19, p. 32-36, out. 2009.**

*No Brasil e lá fora, a moda é apoiar o avanço do Estado em esferas cada vez mais abrangentes de atuação – mas convém avaliar com cuidado.*

411/2009

---

 EMPREENDEDORISMO
 

---

**COSTA, José Eduardo; AVEDIANI, Renata. Libere seu potencial empreendedor. Você S/A, São Paulo, n.136, p. 44-55, out. 2009.**

*A capacidade de colocar as ideias em prática nunca foi tão valorizada pelo mercado. É hora de arregaçar as mangas e aproveitar o momento.*

444/2009

**EMPREENDER virou carreira. Exame, São Paulo, v.43, n.18, p. 136-143, set. 2009.**

*Eles são jovens. Eles são bem-formados. Eles querem ser donos do próprio negócio. E essa é uma grande notícia para o País.*

395/2009

## FINANÇAS PESSOAIS

**FEIJÓ, Bruno Vieira. Sua casa é uma empresa. Você S/A, São Paulo, n.136, p. 80-83, out. 2009.**

*Os mesmos princípios usados na administração de uma empresa podem ser aplicados para gerenciar as contas da sua casa.*

446/2009

## FRANQUIA

**FEBRE das franquias. Comércio & Serviços, Goiânia, v.06, n.31, p. 10-12, ago. 2009.**

*Empresas goianas se lançam no mercado de franquias.*

421/2009

## GERÊNCIA

**CARVALHO, Jorge. Agora é o desafio local-global. HSM Management, São Paulo, v.13, n.76, p. 50-56, set./out. 2009.**

*Antes os desafios eram locais. Depois, tornaram-se globais. Então, veio a ideia de pensar globalmente e atuar localmente. Agora, na era pós-industrial em que ingressamos, é tudo ao mesmo tempo e com a mesma ênfase. Trata-se de uma ação orquestrada que depende particularmente das empresas e que visa reinventar o planeta, como afirma Peter Senge em entrevista exclusiva.*

404/2009

## GESTÃO DA INFORMAÇÃO

**SOTERRADO por informações. Bens & Serviços, Porto Alegre, n.053, p. 12-13, set. 2009.**

*Você já se sentiu aturdido pelo excesso de informação? Conheça técnicas para evitar essa sensação, cada vez mais comum.*

428/2009

## GESTÃO DO CONHECIMENTO

**COSTA NETO, Pedro Luiz de Oliveira. Informação, conhecimento, competência e sabedoria. Banas Qualidade, São Paulo, v.18, n.207, p. 50, ago. 2009.**

*A passagem do conhecimento para a competência tem considerável influência do elemento humano.*

374/2009

## GLOBALIZAÇÃO DA ECONOMIA

**LETHBRIDGE, Tiago; JULIBONI, Márcio. A incrível aventura global da Friboi. Exame, São Paulo, v.43, n.19, p. 20-30, out. 2009.**

*Com um peculiar estilo de gestão batizado de Frog – ou "From Goiás" – e a providencial ajuda do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), a família Batista transformou a JBS-Friboi na mais globalizada das empresas brasileiras e no segundo maior grupo privado do País.*

410/2009

## INOVAÇÃO

**AMORIM, Lucas. 130 ideias, um novo produto. Exame, São Paulo, v.43, n.19, p. 88-91, out. 2009.**

*Como a subsidiária brasileira da Kimberly-Clark está aplicando a Metodologia do Oceano Azul para conseguir inovar – e ganhar mercado – num setor em que quase nada muda.*

415/2009

**GOVINDARAJAN, Vijay. Liderança em 2030 e as três caixas. HSM Management, São Paulo, v.13, n.76, p. 70-74, set./out. 2009.**

*Não importa em que segmento sua empresa atue; sua estratégia tem de estar ligada à possível liderança de mercado em 2030. Tudo depende dos projetos que serão implementados em três horizontes temporais.*

407/2009

**MANYIKA, James. O futuro segundo o GOOGLE. HSM Management, São Paulo, v.13, n.76, p. 114-118, set./out. 2009.**

*Muitos modelos de negócios ainda se baseiam em controle. Porém o modelo emergente, imposto pela internet, pode ser tudo, menos controlador, como diz o CEO do Google. Como mudar? Com a sabedoria das multidões, entre outras ações.*

408/2009

**PENNA, Gabriel. Pesquisa aplicada. Você S/A, São Paulo, n.136, p. 40-43, out. 2009.**

*O aumento dos investimentos em inovação gera oportunidades para cientistas nas empresas do País.*

443/2009

**WATT, Stephen. Iconoclastas e as 3 diferenças. HSM Management, São Paulo, v.13, n.76, p. 64-68, set./out. 2009.**

*Entenda como a mente iconoclasta funciona e descubra por que Picasso era um deles e Van Gogh, não.*

406/2009

---

#### INOVAÇÃO TECNOLÓGICA

---

**ABRANTES, Talita. A web em 110 volts. Info Exame, São Paulo, n.284, p. 74-76, out. 2009.**

*A internet pela rede elétrica promete até 200 Mbps de banda, mesmo em lugares remotos.*

420/2009

**LETHBRIDGE, Tiago. A salvação virá daqui. Exame, São Paulo, v.43, n.17, p. 80-85, set. 2009.**

*Apesar da crise, os Estados Unidos continuam sendo o maior centro de inovação do mundo – e as empresas americanas, as maiores especialistas na arte de transformar tecnologia em lucro.*

362/2009

**RAIGORODSKY, Bruno. O império do fio acabou! Shopping Centers, São Paulo, v.28, n.152, p. 40-43, set. 2009.**

*A telefonia celular abriga cada vez mais serviços, fazendo parceiras com varejo, indústria e setor financeiro.*

442/2009

---

#### INTERNET

---

**CAIN, Geoffrey. Repressão à internet na Ásia. Ilustração de Magictorch. WWW.COM.BR, Rio de Janeiro, v.10, n.111, p. 48-50, out. 2009.**

*No meio da desordem econômica e de revoltas políticas, governos do Sudoeste Asiático restringem a liberdade na web. Tais frágeis democracias podem sobreviver?*

434/2009

---

#### JORNADA DE TRABALHO

---

**ALIGHIERI, Bianca. O passar das horas. Bens & Serviços, Porto Alegre, 52, p. 20-31, ago./2009.**

*Empresários e trabalhadores encontram-se mais uma vez para discutir a redução da jornada de trabalho. Governo e sociedade colocam os prós e os contras da proposta.*

400/2009

**NINGUÉM ganha com isso. Bens & Serviços, Porto Alegre, n.053, p., set. 2009.**

*Empresários acreditam que a redução da jornada de trabalho terá efeito contrário à sua intenção. Perdem as empresas, os trabalhadores e a sociedade.*

430/2009

## LIDERANÇA

**CARVALHO, Denise. Um presidente forjado em West Point. Exame, São Paulo, v.43, n.18, p. 64-66, set. 2009.**

*Formado na mais prestigiada academia militar dos Estados Unidos, o executivo Mark Clouse tem a missão de dobrar o faturamento da filial da Kraft no Brasil. E de bater o seu maior inimigo, a Nestlé.*

392/2009

## MARKETING

**AGOSTINI, Renata. A construção de uma marca eterna. Exame, São Paulo, v.43, n.19, p. 76-79, out. 2009.**

*Os Beatles, a mãe de todas as bandas, acabaram há 40 anos. Mas sua marca continua sendo uma das mais poderosas do mundo.*

414/2009

**MOELLE, Leslie H.; LANDRY, Edward C. Análise voltada ao lucro. HSM Management, São Paulo, v.13, n.76, p. 126-130, set./out. 2009.**

*Para quem ainda crê que calcular o Retorno sobre o Investimento (ROI) de marketing é quase tão utópico quanto ganhar na loteria, uma surpresa: hoje é perfeitamente possível quantificá-lo com precisão. Basta fazer a coleta de dados e escolher o método analítico adequado.*

409/2009

## MUDANÇA ORGANIZACIONAL

**VALIN, Francisco; SALIBI NETO, José. Um especialista em mudanças. HSM Management, São Paulo, v.13, n.76, p. 24-30, set./out. 2009.**

*O presidente da Serasa Experian, e responsável pela virada da operadora de TV paga Net, descreve seus segredos de turnarounds sustentáveis e compartilha o que pensa sobre liderança, gestão, grandes bases de clientes, etc.*

402/2009

## NOTA FISCAL ELETRÔNICA

**É o fim do papel. Fecomercio PR, Curitiba, 9, 72, p. 36-37, jul. 2009.**

*A nota fiscal eletrônica simplifica e reduz custos do processo fiscal, mas também aumenta o controle do Fisco.*

385/2009

## PETRÓLEO

**CAETANO, José Roberto. Riqueza no mar, delírio na terra. Exame, São Paulo, v.43, n.18, p. 26-30, set. 2009.**

*Bastou a miragem do dinheiro do petróleo para que os políticos em Brasília entrassem em frenesi. Em meio à farra, falta explicar como vai funcionar a exploração do pré-sal.*

389/2009

**FUSCO, Camila; STEFANO, Fabiane. Onde as coisas acontecem. Exame, São Paulo, v.43, n.18, p. 32-41, set. 2009.**

*Quase 700.000 empregos. Investimentos de 190 bilhões de dólares. Eis o cenário de crescimento que se descortina com o pré-sal. Enquanto os políticos digladiam por dinheiro e poder em Brasília, no mundo real o trabalho já começou.*

390/2009

**TEIXEIRA JR., Sérgio. A Noruega acertou. Exame, São Paulo, v.43, n.18, p. 42-45, set. 2009.**

*A Noruega criou um modelo exemplar de uso dos recursos do petróleo – o Brasil precisa estudá-lo com atenção.*

391/2009

## PROGRAMA DE GRATUIDADE SESC/SENAC

**EDUCAÇÃO gera inclusão social. Fecomercio PR, Curitiba, 9, 72, p. 16-17, jul. 2009.**

*Programas de gratuidade do SESC e do Senac vem atender à demanda social do País.*

384/2009

## QUALIDADE

**RESENDE, Vanessa. Responsabilidade como dever de todos. Revista Fenacon em Serviços, Brasília, v.13, n.134, p. 20-23, jul./ago. 2009.**

*As empresas também devem investir em qualificação profissional para garantir melhor qualidade na prestação de serviços.*

425/2009

## QUALIDADE EM SERVICOS

**MARTINS, Ricardo Corrêa; ELOI, Cristiano. Excelência em gestão. Revista Abastecimento, São Paulo, v.03, n.16, p. 38-39, jul./ago. 2009.**

*A pequena empresa pode adotar padrões de qualidade que a diferenciem da concorrência. É o que mostra o presidente da Fundação Nacional da Qualidade.*

382/2009

## REDES SOCIAIS

**CASHMORE, Peter; LINDBERG, Oliver. Mashable. WWW.COM.BR, Rio de Janeiro, v.10, n.111, p. 32-34, out. 2009.**

*Em entrevista, Pete Cashmore, criador do Mashable, fala sobre redesigns, microconteúdo e redes sociais.*

433/2009

**FERLA, Luiz Alberto. O Twitter e a sua empresa. WWW.COM.BR, Rio de Janeiro, v.10, n.111, p. 87, out. 2009.**

*Veja por que o Twitter se tornou essencial na comunicação da sua empresa e confira as dicas para usar bem a nova ferramenta.*

435/2009

**FUSCO, Camila. O poder das redes sociais. Exame, São Paulo, v.43, n.19, p. 126-135, out. 2009.**

*As empresas estão aprendendo a tirar proveito das amizades do Orkut e dos posts do Twitter. Bem-vindo à era da internet social.*

417/2009

**GORGULHO, Vinícius. Homo blogadus. Melhor Gestão de Pessoas, São Paulo, v.16, n.262, p. 30-35, set. 2009.**

*Empresas adotam a colaboração por meio de ferramentas como blogs e intranets para evoluir e competir no mercado. Mas como implantar uma rede colaborativa na empresa?*

436/2009

**LEAL, Renata. A nova cara das redes sociais. Info Exame, São Paulo, n.284, p. 22-25, out. 2009.**

*Como as empresas estão usando o Twitter, o Orkut e o YouTube para chegar mais perto dos consumidores.*

418/2009

**LEAL, Renata. Quanto vale a sua amizade nas redes? Info Exame, São Paulo, n.281, p. 70-71, jul. 2009.**

*As empresas estão de olho na influência que os amigos virtuais exercem nas decisões de compra.*

375/2009

**LEAL, Renata. Twitter: o que você ganha com ele? Info Exame, São Paulo, n.283, p. 30-42, set. 2009.**

*Como posts de 140 caracteres podem mudar a forma de viver e trabalhar.*

372/2009

## SEGS

**SANTANA, Luciana. Fecomercio sedia mais duas etapas do SEGS. Comércio & Serviços, Goiânia, v.06, n.31, p. 20, ago. 2009.**

*Nos meses de junho e julho foi dado prosseguimento aos encontros do SEGS em Goiás.*

422/2009

## TRIBUTAÇÃO

**PIMENTA, Angela. Recebi. E investi. Exame, São Paulo, v.43, n.19, p. 45-47, out. 2009.**

*O caso da fabricante de móveis Inter Link, de Santa Catarina, mostra que o que o Governo deve às empresas pode ter destino melhor do que os cofres do Fisco.*

412/2009

## SHOPPING CENTERS

**OLIVEIRA, Carlos Eduardo. Pequenas empresas, grandes negócios. Shopping Centers, São Paulo, v.28, n.152, p. 28-32, set. 2009.**

*O mercado de shoppings de pequeno e médio portes cresce no País e sinaliza tendências.*

440/2009

## TURISMO

**CARVALHO, Denise. Ela quer um sócio. Exame, São Paulo, v.43, n.19, p. 56-58, out. 2009.**

*Sem fôlego para crescer sozinha e pressionada por novos e ágeis concorrentes, a empresária Chieko Aoki, dona da rede de hotéis Blue Tree, procura um investidor.*

413/2009

## SPED

**SPED agiliza prestação de serviços. Revista Fenacon em Serviços, Brasília, v.13, n.134, 2009, jul./ago. 2009.**

*Especialistas orientam empresários quanto ao Sped e esclarecem as principais dúvidas.*

424/2009

**CRUZ, Eraldo Alves da; BORBA, Manoela de. Atrações turísticas nosso País tem aos milhares. InfoComércio, Florianópolis, n.017, p. 36-39, ago./set. 2009.**

*Em entrevista, Eraldo Alves da Cruz diz que os principais desafios do turismo brasileiro continuam relacionados à oferta de produtos condizentes com as necessidades do mercado e a acessibilidade.*

432/2009

## TECNOLOGIA

**SUA empresa nas nuvens. HSM Management, São Paulo, v.13, n.76, p. 58-62, set./out. 2009.**

*Debate na Wharton School mostra avanços e vantagens da computação nas nuvens, em que pessoas e empresas utilizam software instalado na internet, e aborda também a alternativa das "nuvens particulares".*

405/2009

**GIANINI, Tatiana. Os pacotes da crise. Exame, São Paulo, v.43, n.16, p. 66-68, ago. 2009.**

*Para estancar a queda do número de viajantes, o setor de turismo faz promoções agressivas, recebe programas de ajuda de governos e sai em busca de novos mercados.*

369/2009

**GONÇALVES FILHO, Adoneas. Tradição no mercado de hotelaria. Case Studies, Rio de Janeiro, v.13, n.75, p. 50-55, jul./ago. 2009.**

*Apresenta o case da Tropical Hotels e Resorts Brasil, uma das maiores redes hoteleiras com 100% de capital nacional, que completou 50 anos este ano.*

387/2009

# Resumos de Monografias

## CÓDIGO DE PROCESSO CIVIL

**OLIVEIRA, Celso Marcelo de. Código de Processo Civil comentado: doutrina, legislação e prática forense. São Paulo: Jurídica Brasileira, 2009. 2v.**

341.46 O48c

## ESCOLA SESC DE ENSINO MÉDIO

**ESCOLA SESC de Ensino Médio: histórico de criação. Rio de Janeiro: Escola Sesc de Ensino Médio, 2009. 96 p.**

*Apresenta o Projeto Pedagógico de novembro/2006 e o Regimento Interno da Escola SESC de Ensino Médio.*

370.1 E74e

## CONSTITUIÇÃO FEDERAL

**BRASIL. Leis, decretos, etc. Constituição da República Federativa do Brasil: promulgada em 5 de outubro de 1988. Colaboração de Antonio Luiz de Toledo Pinto, Márcia Cristina Vaz dos Santos Windt, Livia Céspedes. 42.ed. São Paulo: Saraiva, 2009. 410 p.**

341.2481 B823c 2009 42.ed.

## EXCEL

**PEREIRA, Mário Sebastião de Azevedo. Excel para contadores. 4.ed. São Paulo: IOB, 2009. 158 p.**

*Obra apresenta diversos usos do Excel na contabilidade, atendendo também a profissionais de outras áreas, responsáveis pelo gerenciamento financeiro das empresas. O objetivo deste livro é ajudar contabilistas e gestores de empresas a utilizar o Excel como uma ferramenta para suas análises financeiras e contábeis. Em linguagem simples e didática, o autor demonstra como a contabilidade, por meio do programa de planilha eletrônica, pode se transformar em um instrumento de gerenciamento financeiro eficaz no apoio à administração dos negócios.*

005.369 P436e

## CONTABILIDADE TRIBUTÁRIA

**AZEVEDO, Osmar Reis; MARIANO, Paulo Antonio. SPED: Sistema Público de Escrituração Digital. São Paulo: IOB, 2009. 416 p.**

*O novo Sistema Público de Escrituração Digital (SPED), apresentado pelo livro, atende às necessidades do Gisco de reunir as informações em um único banco de dados compartilhado entre as esferas do Governo, possibilitando a diminuição da quantidade de obrigações a serem entregues pelos contribuintes e cruzando dados padronizados e uniformes. Também atende às necessidades dos contribuintes, que podem, com a padronização, entregar uma única declaração, economizando tempo e recursos.*

657.61 A994s

## FILOSOFIA

**MORIN, Edgar. Introdução ao pensamento complexo. Tradução de Dulce Matos. 4.ed. Lisboa: Instituto Piaget, 2003. 177 p. (Epistemologia e Sociedade).**

*A obra, constituída pela união de textos diversos, é uma introdução à problemática da complexidade. Se a complexidade não é a chave do mundo, mas o desafio a enfrentar, o pensamento complexo não é o que evita ou suprime o desafio, mas o que ajuda a relevá-lo e, por vezes, mesmo a ultrapassá-lo.*

120 M858i 4.ed.

## DIREITO TRIBUTÁRIO

**MAIA, Luiz Fernando. Compêndio de direito tributário: doutrina, prática processual, legislação. São Paulo: Jurídica Brasileira, 2009. 966 p.**

341.39 M217c 2009

## FINANÇAS PESSOAIS

**SMITH, Keith Cameron. As 10 principais diferenças entre os milionários e a classe média. Rio de Janeiro: Sextante, 2009. 107 p.**

Você já se perguntou por que algumas pessoas conseguem se tornar milionárias enquanto outras, por mais que trabalhem, desfrutam no máximo de uma vida confortável? A ideia central deste livro é de que a quantidade de dinheiro que ganhamos está intimamente relacionada às crenças que alimentamos sobre ele.

O autor apresenta de forma simples e sucinta as 10 principais diferenças entre a visão dos milionários e a das pessoas da classe média. Você saberá de que forma os muitos ricos pensam e o que fazem para construir uma vida bem-sucedida, livre de preocupações financeiras, baseada na determinação, na segurança e na generosidade.

658.15 S646d

## MEIO AMBIENTE

**PIZZATO, Luciano. Ambiência: limites da verdade. Curitiba: TECNODATA Educacional, 2009. 342 p.**

*Na leitura da obra, é fundamental levarmos em consideração as dificuldades que vivemos pelo inconsciente quase coletivo que vem se implantando nas novas gerações, principalmente pelos meios de comunicação, o qual o autor define como "efeito Disney", cuja explicação inicia o livro. Também são desenvolvidas algumas ideias gerais, como a falta do sentimento de coexistência e a perspectiva da desconexão da vida humana com o "meio ambiente Terra", principalmente para indicar a importância de reavaliarmos e somarmos novas possibilidades à forma de encarar as relações ditas ecológicas, além de provocar reflexão sobre a base fundamental de espaço e tempo.*

363.7 P695a

## LIDERANÇA

**DRUCKER, Peter F; MACIARIELLO, Joseph A. O gerente eficaz em ação: uma agenda para fazer as coisas certas acontecerem. Rio de Janeiro: LTC, 2007. 200 p.**

*A principal virtude deste livro é demonstrar que a eficácia pode ser aprendida. Homens de grande inteligência não serão eficazes no comando de qualquer organização se não aprenderem os postulados básicos da eficácia. Não serão capazes de entender que um discernimento brilhante não é, por si só, realização. Discernimento só se torna eficácia por meio de trabalho árduo e sistemático. Inteligência, imaginação e conhecimento são qualidades essenciais, mas somente a eficácia poderá convertê-las em resultados; por si próprias, elas apenas estabelecem limites para o que pode ser obtido. A eficácia, afirma o autor, é um hábito, isto é, um complexo de normas práticas. E estas podem facilmente ser aprendidas por qualquer pessoa normalmente dotada, embora sejam sempre difíceis de serem bem-executadas.*

658.409 D794g

## PROCESSO CIVIL

**BRASIL. Leis, decretos, etc; NEGRÃO, Theotônio; GOUVÊA, José Roberto F. Código de Processo Civil e legislação processual em vigor. Colaboração de Luis Guilherme Aidar Bondioli, João Francisco Naves da Fonseca. 41.ed. São Paulo: Saraiva, 2009. 2343 p.**

341.46 B823 41.ed.

## SENAC

**SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM COMERCIAL. Legislação do Senac. Rio de Janeiro: SENAC, 2009. 160 p.**

*Regulamento do Senac; Decretos-Lei; Regimento do Senac; Regimento do Conselho Nacional do Senac; Regimento do Conselho Fiscal do Senac; Operações Imobiliárias / Licitações do Senac; Programa Senac de Gratuidade – PSG (Resolução).*

342.22 S474 2009

---

**TABAGISMO**

---

**TABAGISMO: dos fundamentos ao tratamento.** Edição de Guilherme Rubino de Azevedo Focchi, André Malbergier, Montezuma Pimenta Ferreira. São Paulo: Lemos Editorial, 2006. 188 p.

*Analisa o tabagismo de forma clínica, seu histórico, suas formas de apreensão do quadro e apresenta uma visão de tratamento oriunda de um serviço especializado. O leitor terá um painel médico do tabagismo e linhas mestras de conduta no tratamento específico. Não pretende esgotar o assunto, mas oferecer meios objetivos e concretos para compreensão do tabagismo como um quadro de extrema importância social, econômica e, acima de tudo, como uma questão de saúde pública.*

613.84 T112

## AUXÍLIO À SOLICITAÇÃO DE PUBLICAÇÕES

As publicações contidas neste trabalho poderão ser solicitadas à CDI, por:

---

Técnicos da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo

- **Empréstimo** de monografias
- **Xerox** de artigos de periódicos

---

Técnicos das Federações do Comércio de Bens, Serviços e Turismo

- **Empréstimo** de monografias
- **Xerox** de artigos de periódicos

---

Sindicatos do Comércio de Bens, Serviços e Turismo

- **Xerox** de artigos de periódicos

---

Outras Instituições

- **Empréstimo** interbibliotecário de monografias, por meio de carta, às bibliotecas de instituições localizadas na cidade do Rio de Janeiro.
- **Xerox** de artigos de periódicos.

Para obtenção destas publicações, basta que se envie e-mail à CDI ou que se preencha o cartão de solicitação e o remeta à:



Divisão de Administração, Documentação e Informação  
Coordenação de Documentação e Informação

Av. General Justo, 307 – 2º andar - Castelo  
20021-130 – Rio de Janeiro – RJ  
Tel.: (21) 3804-9200 ramais 227/277/276/301  
Fax (21) 2544-9026  
e-mail: [cdi@cnc.com.br](mailto:cdi@cnc.com.br)

---

### Como identificar os artigos e monografias no cartão de solicitação e no e-mail:

**Artigos de Periódicos** – Solicitá-los mencionando o número que vem após o resumo, à direita.

**Monografias** – Solicitá-las por meio do número de chamada que vem após o resumo, à direita.



Divisão de Administração, Documentação e Informação  
Coordenação de Documentação e Informação

## CARTÃO PARA SOLICITAÇÃO DE ARTIGOS DE PERIÓDICOS

Órgão/Setor: \_\_\_\_\_

Endereço: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Nome do solicitante: \_\_\_\_\_

Endereço de e-mail: \_\_\_\_\_

Número(s) do(s) artigo(s) de periódico(s)/ano: \_\_\_\_\_

Data: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_



Divisão de Administração, Documentação e Informação  
Coordenação de Documentação e Informação

## CARTÃO PARA SOLICITAÇÃO DE MONOGRAFIAS

Órgão/Setor: \_\_\_\_\_

Endereço: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Nome do solicitante: \_\_\_\_\_

Endereço de e-mail: \_\_\_\_\_

Número(s) de chamada/ano: \_\_\_\_\_

Data: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_