

UNINOVE

Livro de Resumos do X SINGEP-CIK



X SINGEP

Simposio Internacional de Gestao, Projetos, Inovacao e Sustentabilidade
International Symposium on Management, Project, Innovation and Sustainability



CIK 10th INTERNATIONAL CONFERENCE

Organizadores:

Cristina Dai Prá Martens
Priscila Rezende da Costa
Isabel Cristina Scafuto

Realização:

UNINOVE
Universidade Nove de Julho



PPGA
Programa de
Pós-Graduação em
Administração



PPGP
Programa de
Pós-Graduação em
Gestão de Projetos

Apoio:

FAPESP
FUNDAÇÃO DE AMPARO À PESQUISA
DO ESTADO DE SÃO PAULO

CNPq
Conselho Nacional de Desenvolvimento
Científico e Tecnológico

São Paulo
fevereiro de 2023





X SINGEP

Simpósio Internacional de Gestão, Projetos, Inovação e Sustentabilidade
International Symposium on Management, Project, Innovation and Sustainability



CYRUS™ Institute of
Knowledge
MAKE A DIFFERENCE

CIK 10th INTERNATIONAL CONFERENCE

Cristina Dai Prá Martens

Priscila Rezende da Costa

Isabel Cristina Scafuto

Organizadores

Livro de Resumos do X SINGEP-CIK

São Paulo

UNINOVE

Fevereiro, 2023



Atribuição-NãoComercial-CompartilhaIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0)

Os conceitos emitidos neste livro são de inteira responsabilidade dos autores

Catálogo na Publicação (CIP)
Cristiane dos Santos Monteiro – CRB/8 7474

L788	Livro de resumos do X SINGEP-CIK / Cristina Dai Prá Martens, Priscila Rezende da Costa, Isabel Cristina Scafuto, organizadores. — São Paulo : Universidade Nove de Julho, UNINOVE, 2023. 376 p. ISBN: 978-85-89852-93-7 (digital) Disponível em: https://singep.org.br/10/livro/ Inclui referências Evento online realizado de 26 a 28 de outubro de 2022 1. Gestão de projetos 2. Inovação 3. Sustentabilidade. I. Organizadores II. Título CDU 658.012.2 CDD 658
------	--

Índices para catálogo sistemático:

Empreendedorismo 658.011.4
Proteção do meio ambiente. Administração da qualidade ambiental 504.06
Variações naturais do clima. Mudanças climáticas 551.583
Gestão de projetos. Planejamento empresarial 658.012.2
Administração em geral 658

APRESENTAÇÃO DO X SINGEP-CIK

O Simpósio Internacional em Gestão, Projetos, Inovação e Sustentabilidade (SINGEP) é um evento científico promovido pela Universidade Nove de Julho (UNINOVE), iniciado em 2012 e expandido nas edições de 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2020 e 2021. O evento é organizado pelos programas de pós-graduação stricto sensu: (1) Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA-UNINOVE) e (2) Programa de Pós-Graduação em Gestão de Projetos (PPGP-UNINOVE).

Concomitantemente ao X SINGEP foi realizada a décima edição da Conferência Internacional do CYRUS Institute of Knowledge, CIK, uma iniciativa da Bentley University (EUA), da ESCA Ecole de Management (Marrocos), da Southern New Hampshire University (EUA) e da Suffolk University (EUA) (<https://cyrusik.org/conference/2022>). A parceria SINGEP-CIK teve início em 2018 e se concretizou na realização conjunta de três edições do evento (2020, 2021 e 2022).

O tema central do X SINGEP-CIK (<https://singep.org.br/10/>) é “Empreendedorismo Inovador e Sustentabilidade para o Combate às Mudanças Climáticas”. Portanto, busca-se o avanço de projetos empreendedores e modelos de gestão inovadores para combater as mudanças climáticas, fortalecendo e expandindo as conexões com pesquisadores e praticantes. Destaca-se que o X SINGEP-CIK contribuirá para a qualificação do ensino e a sofisticação da produção científica, técnica e tecnológica.

Quanto aos resultados do X SINGEP-CIK, destacam-se:

- a) Divulgação da produção científica nas áreas que o evento abrange, incentivando a geração de conhecimentos e de parcerias.
- b) Promoção da qualidade da produção científica nacional e internacional relacionada às áreas de Gestão de Projetos, Inovação e Sustentabilidade.
- c) Incentivo e apoio à participação de alunos e professores de graduação e Pós-graduação oriundos de diferentes áreas e nacionalidades.
- d) Referência como centro de discussão de trabalhos acadêmicos e profissionais nas áreas de Gestão de Projetos, Inovação e Sustentabilidade.
- e) Identificação das potencialidades relacionadas às áreas de intersecção.

Sobre os produtos do X SINGEP-CIK, destacam-se:

- a) Anais do Evento.
- b) Relatórios para as instituições parceiras e para a Imprensa.
- c) Indicação dos melhores trabalhos apresentados em “Fast Track” para publicação em periódicos científicos parceiros do evento.
- d) Livro de Resumos do Evento.

Vale destacar que a avaliação dos trabalhos para (a) inclusão nos anais do evento, (b) seleção para Fast Track e (c) premiação fundamenta-se em critérios científicos e metodológicos, tais como: qualidade, clareza e redação do texto; atualidade do tema do trabalho; clareza nos objetivos; adequação metodológica; forma de apresentação dos dados quantitativos ou qualitativos; embasamento, amplitude e correção face aos resultados obtidos; e consistência e abrangência das referências.

De forma específica, os melhores trabalhos são selecionados a partir das seguintes categorias (levando também em consideração os critérios já especificados): (1) Melhores artigos científicos por tema, envolvendo a seleção dos três melhores artigos por tema (gestão de projetos, inovação e empreendedorismo, sustentabilidade, estratégia, marketing, indústria 4.0); (2) Melhores relatos técnicos, contemplando a seleção dos três melhores relatos técnicos por tema (gestão de projetos, inovação e empreendedorismo, sustentabilidade, estratégia, marketing, indústria 4.0); (3) Melhores pôsteres, envolvendo a seleção dos três melhores pôsteres por tema (gestão de projetos, inovação e empreendedorismo, sustentabilidade, estratégia, marketing, indústria 4.0); (4) Melhor trabalho do X

SINGEP-CIK, mediante seleção do melhor trabalho do evento; e, por fim, (5) Distinção de mérito para os 3 melhores avaliadores do evento.

Os anais do evento e este Livro de Resumos contam com 252 trabalhos que foram selecionados e apresentados durante o evento, realizado nos dias 26, 27 e 28/10/2022, de forma virtual e síncrona. Desse total de trabalhos, 90 foram indicados para fast track em revistas parceiras do evento, o equivalente a 35% dos trabalhos do evento.

COMISSÃO ORGANIZADORA, CIENTÍFICA E DE TRABALHO

Para a realização do evento, destacam-se, nos quadros a seguir, a composição das comissões do X SINGEP-CIK: Comissão Organizadora, que atua na gestão do evento; Comissão Científica, que atua na organização acadêmica e científica do evento; Comitê Científico, que atua na avaliação dos artigos submetidos e divulgação do evento nas IES parceiras.

COMISSÃO ORGANIZADORA DO X SINGEP-CIK				
NOME	TITULAÇÃO	ENTIDADE	UF	FUNÇÃO
Cristiane Drebes Pedron	Doutora	UNINOVE	SP	Membro
Cristina Dai Prá Martens	Doutora	UNINOVE	SP	Presidente SINGEP
Emerson Antonio Maccari	Doutor	UNINOVE	SP	Membro
Fabrcio Martins Lacerda	Doutor	UNESPAR	PR	Membro
Heidy Rodriguez Ramos	Doutora	UNINOVE	SP	Membro
Isabel Cristina Scafuto	Doutora	UNINOVE	SP	Membro
Julio Araujo Carneiro da Cunha	Doutor	UNINOVE	SP	Membro
Leonardo Vils	Doutor	UNINOVE	SP	Membro
Luciano Ferreira da Silva	Doutor	UNINOVE	SP	Membro
Nader Asgary	Doutor	BENTLEY University	EUA	Presidente CIK
Priscila Rezende da Costa	Doutora	UNINOVE	SP	Membro
Renato Penha	Doutor	UNINOVE	SP	Membro

COMISSÃO CIENTÍFICA DO X SINGEP-CIK				
NOME	TITULAÇÃO	ENTIDADE	UF	FUNÇÃO
Cláudia Terezinha Kniess	Doutora	UNIFESP	SP	Gestão de parcerias científicas
Cristiane Drebes Pedron	Doutora	UNINOVE	SP	Líder do tema Gestão de Projetos
Flávio Santino Bizarrias	Doutor	UNINOVE	SP	Líder do tema Marketing
Benny Kramer Costa	Doutor	UNINOVE	SP	Líder do tema Estratégia
Geraldo Cardoso de Oliveira Neto	Doutor	FEI	SP	Líder do tema Indústria 4.0
Heidy Rodriguez Ramos	Doutora	UNINOVE	SP	Líder do tema Sustentabilidade
Julio Araujo Carneiro da Cunha	Doutor	UNINOVE	SP	Gestão Acadêmica do X SINGEP
Leonardo Vils	Doutor	UNINOVE	SP	Gestão da relação universidade-empresa
Luciano Ferreira da Silva	Doutor	UNINOVE	SP	Gestão da Programação Científica
Claudia Brito Silva Cirani	Doutora	UNINOVE	SP	Líder do tema Inovação e Empreendedorismo

COMITÊ CIENTÍFICO

André Felipe Henriques Librantz, Universidade Nove de Julho – UNINOVE, São Paulo, Brasil
Antonio Cesar Amaru Maximiano, Universidade de São Paulo – USP, São Paulo, Brasil
Benny Kramer Costa, Universidade Nove de Julho – UNINOVE, São Paulo, Brasil
Carlos Rufin, Suffolk University, Massachusetts, EUA
Cibele Barsaline Martins, Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, Santa Catarina, Brasil
Clandia Maffini Gomes, Universidade Federal de Santa Maria – UFSM, Rio Grande do Sul, Brasil
Claudia Brito Silva Cirani, Universidade Nove de Julho – UNINOVE, São Paulo, Brasil
Claudia Terezinha Kniess, Universidade Federal de São Paulo – UNIFESP e Universidade São Judas Tadeu – USJT, São Paulo, Brasil
Claudio Antonio Rojo, Universidade Estadual do Oeste do Paraná – UNIOESTE, Paraná, Brasil
Dario De Oliveira Lima-Filho, Universidade Federal de Santa Maria – UFSM, Rio Grande do Sul, Brasil
Edson Luiz Riccio, Universidade de São Paulo – USP, São Paulo, Brasil
Ester Eliane Jeunon, Fundação Pedro Leopoldo – FPL, Minas Gerais, Brasil
Fernando Antonio Ribeiro Serra, Universidade Nove de Julho – UNINOVE, São Paulo, Brasil
Geraldo Cardoso de Oliveira Neto, Universidade Nove de Julho – UNINOVE, São Paulo, Brasil
Geysler Rogis Flor Bertolini, Universidade Estadual do Oeste do Paraná – UNIOESTE, Paraná, Brasil
Graça Maria de Oliveira Miranda Silva, Instituto de Economia e Gestão – ISEG, Lisboa, Portugal
Guilherme Ary Plonski, Universidade de São Paulo – FEA-USP, São Paulo, Brasil
Heloisa Hollnagel – Universidade Federal de São Paulo – UNIFESP, São Paulo, Brasil
Ivan de Souza Dutra, Universidade Estadual de Londrina – UEL, Paraná, Brasil
João Paschoalin Filho, Universidade Nove de Julho – UNINOVE, São Paulo, Brasil
Jorge Ferreira da Silva, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – PUCRIO, Rio de Janeiro, Brasil
José Edson Lara, Fundação Pedro Leopoldo – FPL, Minas Gerais, Brasil
José Eduardo Storopoli, Universidade Nove de Julho – UNINOVE, São Paulo, Brasil
Lara Jansiski Motta, Universidade Nove de Julho – UNINOVE, São Paulo, Brasil
Lúcia Rejane da Rosa Gama Madruga, Universidade Federal de Santa Maria – UFSM, RS, Brasil
Mário José Batista Romão, ISCTE Business School – ISCTE-IUL, Lisboa, Portugal
Marly Monteiro de Carvalho, Universidade de São Paulo – POLI-USP, São Paulo, Brasil
Maurício Fernandes Pereira, Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, Santa Catarina, Brasil
Nader Asgary, Bentley University, Massachusetts, EUA
Ricardo Luiz Pereira Bueno – Universidade Federal de São Paulo – UNIFESP, São Paulo, Brasil
Roberto Lima Ruas, Universidade Nove de Julho – UNINOVE, São Paulo, Brasil
Roque Rabechini Jr, Universidade Nove de Julho – UNINOVE, São Paulo, Brasil

AGRADECIMENTOS

A Comissão Organizadora do X SINGEP-CIK agradece o apoio financeiro recebido da FAPESP (Processo 2022/10017-7) e do CNPq (Processo 404824/2022-6). Ambos foram fundamentais para a realização do evento. Destaca-se que este Livro de Resumos foi desenvolvido com parte do recurso concedido pela FAPESP.

Nossos agradecimentos a todas os envolvidos na realização do X SINGEP-CIK: instituições parceiras, revistas parceiras, palestrantes, avaliadores de trabalhos, moderadores de sessões, equipes de apoio administrativo e de suporte técnico, congressistas, voluntários, enfim, todos os que de alguma forma contribuíram para a realização de mais uma edição do evento.

PROGRAMAÇÃO DO X SINGEP-CIK

1º DIA DO EVENTO

Horário*	26 de outubro de 2022 (Quarta-feira)
9h30	Credenciamento online – X SINGEP-CIK
10h – 10h15	<p>Solenidade de Abertura</p> <p>Prof. Eduardo Storopoli / Profa. Maria Cristina Storopoli (Reitoria/Pró-Reitoria da Universidade Nove de Julho)</p> <p>Prof. Dr. Nader Asgary (Professor da Bentley University – EUA, Diretor do CIK – Cyrus Institute of Knowledge, e Presidente da Comissão Organizadora da 10ª Conferência Internacional do CIK).</p> <p>Profa. Dra. Cristina Dai Prá Martens (Diretora do Programa de Pós-graduação em Gestão de Projetos da Universidade Nove de Julho, PPGP-UNINOVE, e Presidente da Comissão Organizadora do X SINGEP).</p> <p>Profa. Dra. Priscila Rezende da Costa (Diretora do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Nove de Julho, PPGA-UNINOVE)</p>
10h15 – 11h40	<p>Plenária de abertura: Empreendedorismo Inovador e Sustentabilidade para o Combate às Mudanças Climáticas</p> <p>Conferencistas: Prof. Dr. Eusebio Scornavacca (School for the Future of Innovation in Society, College of Global Futures, and Thunderbird School of Global Management at Arizona State University – EUA), Prof. Dr. Ernesto D. R. Santibanez Gonzalez (Universidad de Talca – Chile) e Prof. Dr. Barrak Alahmad (Research Fellow - Exposure, Epidemiology & Risk (EER) Program Environmental Health Department, T.H. Chan School of Public Health - Harvard University – USA)</p> <p>Moderadora: Prof. Dra. Priscila Rezende da Costa (Diretora do Programa de Pós-graduação em Administração da Universidade Nove de Julho, PPGA-UNINOVE).</p> <p>Debatedor: Profa. Dra. Cláudia Terezinha Kniess (Professora na UNIFESP e no Programa de Pós-graduação em Engenharia Civil da USJT. Pesquisadora Colaboradora no Centro de Síntese Cidades Globais - Instituto de Estudos Avançados da USP).</p>
11h40 – 12h	Intervalo / Networking
12h – 13h30	Sessões paralelas de apresentação de pôsteres
12h – 13h30	<p>Encontro de Editores e Autores: Melhores práticas para disseminação dos resultados das pesquisas acadêmicas para profissionais praticantes</p> <p>Organização: Profa. Dra. Cristiane Drebes Pedron (Programa de Pós-graduação em Gestão de Projetos da Universidade Nove de Julho - PPGP-UNINOVE, e Programa de Pós-graduação em Administração da Universidade Nove de Julho, PPGA-UNINOVE, Editora-Adjunta da Revista IPTEC).</p> <p>Editores convidados:</p> <p>Prof. Dr. Gustavo da Silva Motta (Professor da UFF - Universidade Federal Fluminense)</p> <p>Prof. Dr. Talles Vianna Brugni (Professor da Fucape Business School)</p> <p>Prof. Dr. Dina Frutos-Bencze (Saint Anselm College, Manchester, NH, USA)</p>
13h30 – 14h30	Intervalo livre
14h30 – 16h30	Sessões paralelas de apresentação de trabalhos

14h30 – 16h30	<p>Plenária CIK: Higher Education Strategies, Internationalization of Education for Post Covid Era</p> <p>Moderador: Nader Asgary, President of CIK and Professor at Bentley University, MA, USA</p> <p>Painelistas:</p> <p>Thami Ghorfi, President of ESCA University, Casablanca, Morocco</p> <p>Emerson Maccari, professor of Management, Nove de Julho University</p> <p>Hamid Farooqi, former Canceled of Kabul University, Afghanistan</p> <p>Heloísa Hollnagel former, International Relations Director - CAPES, Brazil</p> <p>Ricardo Bueno, Federal University of São Paulo – UNIFESP, Brazil</p> <p>Joseph Weiss and Nader Asgary, Bentley University, Waltham MA, USA</p>
16h30 – 16h45	Intervalo / Networking
16h45 – 18h45	Sessões paralelas de apresentação de trabalhos

2º DIA DO EVENTO

Horário	27 de outubro de 2022 (Quinta-feira)
9h30	Credenciamento online – SINGEP-CIK
10h – 11h45	<p>Painel SINGEP: Práticas de Inovação e Sustentabilidade na Gestão de Projetos em PMEs</p> <p>Painelistas: Profa. Dra. Anabela Pereira Tereso (Coordenadora do Observatório Português de Gestão de Projetos, Universidade do Minho) e Prof. Dr. Jairo Cardoso de Oliveira (Head of Project Management Office - SPI Integração de Sistemas e Diretor Técnico de Certificações do IPMA-BR).</p> <p>Moderadora: Profa. Dra. Cristina Dai Prá Martens (Programa de Pós-graduação em Gestão de Projetos da Universidade Nove de Julho - PPGP-UNINOVE, e Programa de Pós-graduação em Administração da Universidade Nove de Julho, PPGA-UNINOVE).</p> <p>Debatedora: Profa. Dra. Isabel Cristina Scafuto (Professora do Programa de Pós-graduação em Gestão de Projetos da Universidade Nove de Julho, PPGP-UNINOVE).</p>
10h – 11h45	<p>Plenária CIK: Afghanistan past, present, and the future: a conversation</p> <p>Introduction by: Robert E. McNulty, Executive Director of Applied Ethics, Inc. and the Pax Populi Peace Program</p> <p>Tom Barfield: Professor and Chair of the Anthropology Department, Boston University, and President of the American Institute for Afghan Studies.</p> <p>Hamidullah Farooqi: Chancellor of Kabul University and Minister for Transportation and Civil Aviation and Minister of Martyrs and Disabled Affairs for Afghanistan.</p> <p>Islam Iqbal: Afghan Social Entrepreneur who Led the Kabul Educational Advisory Center (KEAC). He is Also a Member of the World Economic Forum's Global Shapers Community.</p> <p>“Z”: A Nonprofit Leader: She Resides in Afghanistan. Z is well Acquainted about Women Living Conditions Under the Taliban Regime.</p>
11h45 – 12h	Intervalo / Networking
12h – 14h	Sessões paralelas de apresentação de trabalhos

12h – 14h	<p>Paper Development Workshop (PDW): Editores das revistas</p> <p>Coordenação: Profa. Dra. Heidy Rodriguez Ramos (Professora do Programa de Pós-graduação em Administração, PPGA-UNINOVE e do Programa de Pós-Graduação em Cidades Inteligentes e Sustentáveis, PPG-CIS, UNINOVE).</p>
12h – 14h	<p>Plenária CIK: History of women’s rights and progress in Iran</p> <p>Introduction by: Joseph Weiss, Bentley University, MA, USA</p> <p>PROGRESS THROUGH NONVIOLENCE</p> <p>Reza F. Saidi, MD, FICS, FACS, SUNY Upstate Medical University, NY, USA</p> <p>WOMAN, LIFE AND FREEDOM: FOUR DECADES OF WOMEN’S SELF-EMPOWERMENT AND STATE REPRESSION IN IRAN</p> <p>Farzin Vahdat, Research Associate at Vassar College, Poughkeepsie, NY, USA</p> <p>FROM SEXUAL POLITICS TO STREET POLITICS: IRAN’S PROTESTS IN CONTEXT</p> <p>Pardis Mahdavi, Provost and Executive Vice President at the University of Montana, MT, USA</p>
14h – 15h	Intervalo livre
15h – 17h	<p>Consórcio Doutoral Internacional</p> <p>Coordenação nacional: Prof. Dr. Emerson Antonio Maccari (Professor do Programa de Pós-graduação em Administração - PPGA-UNINOVE, e Professor do Programa de Pós-graduação em Gestão de Projetos - PPGP-UNINOVE).</p> <p>Coordenação estrangeira: Prof. Dr. Nader Asgary (Professor da Bentley University – EUA, Diretor do CIK – Cyrus Institute of Knowledge, e Presidente da Comissão Organizadora do X International Conference Cyrus).</p> <p>Banca examinadora:</p> <p>Leonel Cezar Rodrigues – Araraquara University – Brasil</p> <p>Alf Walle, Cyrus Institute of Knowledge, Cambridge MA, EUA</p> <p>Ahmad Etebari, University of New Hampshire, NH, EUA</p>
16h30 – 18h30	Sessões paralelas de apresentação de trabalhos
17h15 – 18h30	<p>Plenária CIK: Exploring grants, sharing experiences, building networks</p> <p>Session Chair: Nader Asgary, President of CIK and Professor at Bentley University, USA</p> <p>Kayhan Tajeddini, Sheffield Hallam University, UK</p> <p>Emerson Maccari, University of Nine July, Brazil and Former General Coordinator for International Scholarship – CAPES, Ministry of Education, Brazil</p> <p>Fadwa Chaker, School of Management, ESCA Ecole de Management, Morocco</p> <p>Ricardo Bueno, Federal University of São Paulo – UNIFESP, Brazil</p> <p>Hossein Varamini, Elizabethtown College, PA, USA</p>
18h30 – 18h45	Intervalo / Networking

18h45	<p>Cerimônia de Premiação:</p> <p>Premiação dos Melhores Trabalhos¹ do Evento (5 categorias²)</p> <p>Premiação das Melhores Teses e Dissertações³ (2 categorias⁴)</p> <p>Organização: Prof. Dr. Julio Araujo Carneiro da Cunha (Professor do Programa de Pós-graduação em Administração da Universidade Nove de Julho, PPGA-UNINOVE).</p>
--------------	--

3º DIA DO EVENTO

Horário	28 de outubro de 2022 (sexta-feira)
9h às 10h45	<p>Workshop: “Processo de pesquisa qualitativa: da entrevista à análise de dados”</p> <p>Prof. Dr. Luciano Ferreira da Silva (Professor na Universidade Nove de Julho, PPGP-UNINOVE)</p>
10h45 – 11h	Intervalo / Networking
11h – 12h45	<p>Workshop: “Análise de equações estruturais usando SMART PLS”</p> <p>Prof. Dr. Dirceu da Silva (Professor na Universidade Estadual de Campinas - UNICAMP)</p>
12h45 às 14h	Intervalo livre
14h às 15h45	<p>Workshop: “Desenvolvimento de escalas”</p> <p>Prof. Dr. Marcelo Luiz Dias da Silva Gabriel (Professor na ESPM - Escola Superior de Propaganda e Marketing)</p>
15h45 às 16h	Intervalo / Networking
16h às 17h45	<p>Workshop: “Modelos de mediação e moderação usando Process”</p> <p>Prof. Dr. Flávio Santino Bizarrias (Professor na Universidade Nove de Julho, PPGP-UNINOVE) e Prof. Dr. Leonardo Vils (Professor PPGP-UNINOVE, Universidade Nove de Julho, PPGP-UNINOVE)</p>
17h45	Encerramento do X SINGEP-CIK

¹Crerios adotados para a seleo dos melhores trabalhos do evento: qualidade, clareza e redao do texto; atualidade do tema do trabalho; clareza nos objetivos; adequao metodolgica; forma de apresentao dos dados quantitativos ou qualitativos; embasamento, amplitude e correo face aos resultados obtidos; e consistncia e abrangncia das referncias.

²(1) Categoria "Melhor artigo Cientfico", envolvendo a indicao dos trs melhores trabalhos por diviso (Estratgia; Gesto de Projetos; Indstria 4.0; Inovaao e Empreendedorismo; Marketing; Sustentabilidade), sendo duas menoes honrosas e um trabalho escolhido como o melhor da diviso; (2) Categoria "Melhor Relato Tcnico", contemplando a indicao de duas menoes honrosas e a escolha do melhor relato tcnico do evento; (3) Categoria "Melhor Pster", envolvendo o destaque para os trs melhores psters apresentados no evento e a seleo do melhor pster do evento; (4) Categoria "Melhor Trabalho do X SINGEP", mediante a seleo do melhor trabalho geral do evento; (5) Categoria "Avaliador de Destaque" para os trs melhores avaliadores de cada uma das seis divises do evento".

³Crerios adotados para a seleo das melhores Teses e Dissertaes: a originalidade do trabalho; sua relevncia para o desenvolvimento cientfico, tecnolgico, cultural, social e de inovao.

⁴(1) Categoria "Melhor Dissertao", envolvendo a seleo das trs melhores dissertaes por programa (PPGA e PPGP);

(2) Categoria "Melhor Tese", contemplando a seleo das trs melhores teses por programa (PPGA e PPGP).

SUMÁRIO

Estratégia

Estratégia Comportamental

- [A IMPORTÂNCIA DA INSTITUCIONALIZAÇÃO DE AÇÕES INOVADORAS NO CONTEXTO DA GESTÃO – ESPORTISMO E A APLICAÇÃO DE COMPETÊNCIAS ADQUIRIDAS NO ESPORTE QUE AUXILIAM O DESEMPENHO PROFISSIONAL](#)
- [CAPACIDADE DE GESTÃO DA INFORMAÇÃO: VALORES E COMPORTAMENTOS DO USUÁRIO](#)
- [INFLUÊNCIA DO PERFIL PROFISSIONAL E DA ESTRUTURA ORGANIZACIONAL NA ALOCAÇÃO DA ATENÇÃO DOS INDIVÍDUOS](#)
- [JORNADAS HEROICAS: ESTUDO DAS COMPETÊNCIAS OBTIDAS NO ESPORTE COMO INSTRUMENTO DE APRENDIZAGEM BASEADA NA PRÁTICA](#)
- [PRÁTICAS DE MINDFULNESS NO AMBIENTE DE TRABALHO](#)
- [VISÃO BASEADA NA ATENÇÃO: MAPEANDO TENDÊNCIAS, FONTES E EVOLUÇÃO](#)

Estratégia Cooperativa e de Stakeholders

- [ENTENDENDO A CRIAÇÃO , DISTRIBUIÇÃO E CAPTURA DE VALOR EM EMPRESAS ORIENTADAS AOS STAKEHOLDERS](#)
- [PROJETO DE WORKFLOW DE ALÇADAS DE APROVAÇÃO DE ESTORNOS: TEAM BUILDING AFETANDO A REDE DE COMUNICAÇÃO, AMBIENTE DE CONFIANÇA E SUCESSO DO PROJETO.](#)

Estratégia Corporativa e Competitiva

- [A COMUNICAÇÃO COMO ESTRATÉGIA DE RELACIONAMENTO COM O CIDADÃO: UM ESTUDO DE CASO NA PREFEITURA MUNICIPAL DE ITAGUARA.](#)
- [AS PERCEPÇÕES DOS DISCENTES DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA UPE-CARUARU SOBRE A TRANSIÇÃO DO ENSINO PRESENCIAL PARA O ENSINO REMOTO NA PANDEMIA](#)
- [GESTÃO DE ESTOQUES: UM ESTUDO DE CASO EM UMA EMPRESA PRESTADORA DE SERVIÇOS PARA A INDÚSTRIA DE ÓLEO E GÁS](#)
- [TRANSFORMAÇÃO DIGITAL DOS MODELOS DE NEGÓCIO: EVOLUÇÕES A PARTIR DO MODELO TAM \(TECHNOLOGY ACCEPETENCE MODEL\)](#)
- [USO DA CIÊNCIA DE DADOS NO COMBATE À “SÍNDROME DO BALDE FURADO” NAS ORGANIZAÇÕES](#)
- [UTILIZAÇÃO DA METODOLOGIA DMAIC PARA MELHORIA DA GESTÃO DE INSUMOS: ESTUDO DE CASO EM UMA INDÚSTRIA ALIMENTÍCIA](#)

Estratégia e Internacionalização

- [CARACTERIZAÇÃO LOGÍSTICA DAS IMPORTAÇÕES DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE NO ANO DE 2020](#)
- [TRANSIÇÃO DIGITAL E ESTRATÉGIAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO: UM ESTUDO DAS EMPRESAS DE SERVIÇOS ATENDIDAS PELO PEIEX-RN](#)

Estratégia e Organizações

- [A INFLUÊNCIA DA EXPERIÊNCIA DO CLIENTE NA SUA RETENÇÃO: UM ESTUDO NA FACULDADE COTEMIG – BELO HORIZONTE](#)
- [A INTEGRAÇÃO FLEXÍVEL E PERMEÁVEL ENTRE O CONFLITO TRABALHO-FAMÍLIA E A ANSIEDADE](#)

- [ANÁLISE CONCEITUAL-TEÓRICA DE COMUNIDADES DE PRÁTICAS NO CAMPO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS](#)
- [ANÁLISE DE RISCOS COMO FERRAMENTA DE ACESSORAMENTO NA ELABORAÇÃO DO PLANO DE SEGURANÇA ORGÂNICA: APLICAÇÃO DA METODOLOGIA ARSO NA POLÍCIA FEDERAL BRASILEIRA](#)
- [COESÃO DE EQUIPES: A INFLUÊNCIA DA ORIENTAÇÃO A META E INTRAEMPREENDEDORISMO EM ABORDAGENS ÁGEIS DE PROJETOS.](#)
- [COMPETÊNCIAS REQUERIDAS DO ENFERMEIRO DURANTE A PANDEMIA PELO COVID 19: ESTUDO EM UM HOSPITAL DE MÉDIO PORTE NA REGIÃO CENTRAL DE MINAS GERAIS](#)
- [ESTRATÉGIAS EMERGENTES E CAPACIDADE ADAPTATIVA EM CENÁRIOS DE CRISE: UM ESTUDO DE CASO SOBRE O BAR E RESTAURANTE QUINTAL 86](#)
- [FERRAMENTAS DE GESTÃO DA QUALIDADE NAS ESTRATÉGIAS ORGANIZACIONAIS](#)
- [FOLGA DE RECURSOS ORGANIZACIONAIS: UMA REVISÃO DA LITERATURA ESTENDIDA À EXPLOITATION OU EXPLORATION](#)
- [GESTÃO DE PESSOAS E PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO: EVIDENCIAÇÃO A PARTIR DAS PRÁTICAS REALIZADAS EM UM SUPERMERCADO](#)
- [IMPACTOS DOS BANCOS DIGITAIS NA FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES DE INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS TRADICIONAIS: ESTUDO REALIZADO EM UMA INSTITUIÇÃO DO SETOR PÚBLICO](#)
- [IMPLEMENTAÇÃO DA ESTRATÉGIA E VALOR PARA A EMPRESA: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA](#)
- [METARROTINAS DE CAPACIDADES ABSORATIVAS: ESTUDO DA ESTRATÉGIA SAÚDE DA FAMÍLIA NA CIDADE DE CURITIBA-PR](#)
- [MICROFUNDAMENTOS DA CRIAÇÃO DE CAPACIDADES ORGANIZACIONAIS: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA](#)
- [O \(RE\)POSICIONAMENTO ESTRATÉGICO DA AGÊNCIA ESPACIAL BRASILEIRA](#)
- [O PAPEL DA COMUNICAÇÃO NA IMPLEMENTAÇÃO DA ESTRATÉGIA](#)
- [PROPOSIÇÃO DE ELEMENTOS PARA AVALIAÇÃO E GESTÃO DA QUALIDADE NA ORGANIZAÇÃO VERDEMAR](#)
- [USO DE APLICATIVO MÓVEL COMO ESTRATÉGIA COMPETITIVA PARA UMA EMPRESA DE MÉDIO PORTE À LUZ DA TEORIA DAS CAPACIDADES DINÂMICAS.](#)

Estratégia no Contexto da Gestão Pública e do 3º Setor

- [A ECONOMIA CIRCULAR E O PROJETO DE RECOLHA DE BIORRESÍDUOS NO MUNICÍPIO DE PORTIMÃO, PORTUGAL](#)
- [CONHECIMENTOS DOCENTES E DESEMPENHO DOS ALUNOS DOS CURSOS DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO NO BRASIL](#)
- [GESTÃO PÚBLICA POR RESULTADO E LEI DE RESPONSABILIDADE FISCAL \(LRF\): UMA PERSPECTIVA A PARTIR DA EXECUÇÃO ORÇAMENTÁRIA DOS RECURSOS EM EDUCAÇÃO MUNICIPAL.](#)
- [PRÁTICAS DE GOVERNANÇA CORPORATIVA SOB A ÓTICA DOS MECANISMOS ELENCADOS PELO TRIBUNAL DE CONTAS DA UNIÃO](#)
- [QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO: A PERCEPÇÃO DOS SERVIDORES DE UMA INSTITUIÇÃO FEDERAL DE ENSINO](#)

Estratégia, Liderança e Governança

- [AS FACETAS DA INTELIGÊNCIA EMOCIONAL: UMA PROPOSTA PARA ESTRUTURAR PESQUISAS FUTURAS](#)
- [AVENTURA METODOLÓGICA? UM OLHAR PARA OS ESTUDOS DE LIDERANÇA E SUA FRUIÇÃO DA “FLEXIBILIDADE SAUDÁVEL” DA ANÁLISE FENOMENOLÓGICA INTERPRETATIVA \(IPA\)](#)
- [FALTA DE ENGAJAMENTO ENTRE CIDADÃOS E GOVERNOS: UMA BARREIRA ENFRAQUECENDO A PARTICIPAÇÃO SOCIAL NAS ESTRATÉGIAS DE GOVERNANÇA DIGITAL NA ADMINSITRAÇÃO PÚBLICA BRASILEIRA](#)

- [IMPLANTAÇÃO DE CONTROLADORIA PROFISSIONALIZADA EM EMPRESA DE GESTÃO FAMILIAR EM SUBSTITUIÇÃO A MEMBROS LIGADOS A FAMÍLIA](#)

Tópicos Especiais em Estratégia

- [ANALISANDO A LITERATURA ATUAL EM GESTÃO DO CONHECIMENTO - UMA ABORDAGEM COM PROCESSAMENTO DE LINGUAGEM NATURAL](#)
- [CAPACIDADES DINÂMICAS PARA ADAPTAÇÃO ORGANIZACIONAL NO PERÍODO DA PANDEMIA DA COVID-19](#)
- [COCRIAÇÃO DE VALOR EM TEMPOS DE CRISE: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA DE 2010 A 2021](#)
- [GESTÃO DA PERMANÊNCIA COMO ESTRATÉGIA DAS IES BRASILEIRAS PARA ENFRENTAR A EVASÃO DE ALUNOS E OS IMPACTOS FINANCEIROS CAUSADOS PELA PANDEMIA DA COVID-19](#)
- [GESTÃO DA PRODUÇÃO: PLANEJAMENTO DA PRODUÇÃO EM INDÚSTRIA DO SETOR METALMECÂNICO PARA APRIMORAMENTO DOS PROCESSOS PRODUTIVOS](#)
- [GRAU DE MATURIDADE DA AUTOAVALIAÇÃO INSTITUCIONAL EM INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR: ELABORAÇÃO DE UM INSTRUMENTO DE MENSURAÇÃO](#)
- [IMPLANTAÇÃO DO PLANEJAMENTO E CONTROLE DA MANUTENÇÃO \(PCM\) EM UMA EMPRESA DE MINERAÇÃO DO INTERIOR DE MINAS GERAIS](#)

Gestão de Projetos

Competências Organizacionais e Individuais na Gestão de Projetos

- [A INFLUÊNCIA DA INTELIGÊNCIA CULTURAL NA RELAÇÃO ENTRE A APRENDIZAGEM INDIVIDUAL DO GERENTE DE PROJETOS E O SUCESSO EM PROJETOS](#)
- [A INFLUÊNCIA DAS INTELIGÊNCIAS EMOCIONAL E CULTURAL NO SUCESSO DOS PROJETOS, UM ESTUDO QUANTITATIVO.](#)
- [COMPETÊNCIAS DE PROJETOS ÁGEIS E SEUS NÍVEIS](#)
- [COMPETÊNCIAS ESSENCIAIS PARA OS GERENTES DE PROJETOS EM ÓRGÃOS PÚBLICOS: UM ESTUDO DE CASO EM UMA AUTARQUIA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO E PESQUISA](#)
- [DISTANCIAMENTO PSICOLÓGICO E SUAS IMPLICAÇÕES NA GESTÃO DE PROJETOS](#)
- [ENGAJAMENTO E A PERCEPÇÃO DE VALOR NO PROJETO](#)
- [FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO NA GOVERNANÇA EM GESTÃO DE PROJETOS COMPLEXOS](#)
- [GERENCIAMENTO DE MUDANÇAS EM AMBIENTES DE PROJETOS](#)
- [GESTÃO DE STAKEHOLDERS EM UM MOMENTO DE REVISÃO DO PLANEJAMENTO DE UM PROJETO](#)
- [O ENTENDIMENTO DOS FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO DO PROJETO: O QUE IMPORTA!](#)
- [OS FATORES MOTIVACIONAIS NA INTEGRAÇÃO DE EQUIPES NO CONTEXTO DE FUSÃO E AQUISIÇÃO ENTRE EMPRESAS DO SETOR FINANCEIRO](#)
- [TOWARDS OF COGNITION IN PROJECT MANAGEMENT](#)
- [TRANSFORMAÇÃO DIGITAL: A FALHA NA COMUNICAÇÃO ENTRE OS STAKEHOLDERS NA DEFINIÇÃO DO ESCOPO DO PROJETO](#)
- [VALIDAÇÃO DA ESCALA BIG FIVE PERSONALITY INVENTORY-15 \(CBF-PI-15\) PARA O BRASIL E USO PARA AVALIAÇÃO DA INFLUÊNCIA DO PROFISSIONAL NO SUCESSO DOS PROJETOS](#)

Gestão de Projetos em Ambientes Empreendedores (ex. Startups e Fintechs)

- [NOVAS IDEIAS POR MEIO DA JORNADA DO CLIENTE: IMPLANTANDO O CUSTOMER EXPERIENCE EM UMA STARTUP BRASILEIRA DE REMESSAS INTERNACIONAIS](#)

Gestão de Projetos no Setor Público e no Terceiro Setor

- [AVALIAÇÃO E MELHORIAS NO DOCUMENTO FICHA TÉCNICA DA PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO](#)
- [A IMPORTÂNCIA DO GERENCIAMENTO DE PROJETOS NA ELABORAÇÃO DE UM GUIA DE VISITA DOMICILIAR](#)
- [CONTRIBUIÇÕES DAS PRÁTICAS ADAPTATIVAS DE GERENCIAMENTO DE PROJETOS APLICADAS EM AUTARQUIA PÚBLICA: O CASO DO SISTEMA DO PLANO DE TRABALHO PARA INTERNACIONALIZAÇÃO \(PTI\) DA CAPES](#)
- [GESTÃO DE STAKEHOLDERS EM UM PROJETO DE EDUCAÇÃO EMPREENDEDOR](#)

Gestão do Conhecimento e Aprendizagem em Projetos

- [A APRENDIZAGEM ORGANIZACIONAL COMO FATOR ESTRATÉGICO EM GESTÃO DE PROJETOS](#)
- [A APRENDIZAGEM ORGANIZACIONAL NA GESTÃO DE PROJETOS](#)
- [A GEOMETRIA DA VIA AVENIDA CORONEL TEIXEIRA EM FUNÇÃO À GESTÃO DE TRÁFEGO E A SUA INFRAESTRUTURA](#)
- [CRIAÇÃO DE FORMULÁRIOS PARA O CONTROLE DE DEVOLUÇÕES APROVADAS E DESCONTOS CONCEDIDOS EM UMA EMPRESA IMPORTADORA DE TECIDOS](#)
- [GERENCIAMENTO DE LIÇÕES APRENDIDAS EM UM ESCRITÓRIO DE PROJETOS E PROCESSOS: UM ESTUDO DE CASO EM UMA EMPRESA DE SOLDA](#)
- [GESTÃO DO PROJETO DE ATENUAÇÃO DO RUÍDO DE UM CHILLER EM UMA INDÚSTRIA FARMACÊUTICA.](#)
- [JOGOS E SIMULADORES EM GESTÃO DE PROJETOS: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA](#)
- [MÉTODOS ÁGEIS E APRENDIZAGEM ORGANIZACIONAL EM EMPRESAS ORIENTADAS A PROJETOS](#)
- [O GERENTE DE PROJETOS E A METODOLOGIA DE GESTÃO DE PROJETOS NA CADEIA DE SUPRIMENTOS AGRÍCOLA](#)
- [OS PROCESSOS DE APRENDIZAGEM NA CAPACIDADE ABSORVIVA DE ORGANIZAÇÕES BASEADAS EM PROJETOS. UM FRAMEWORK ORIENTATIVO.](#)
- [TRANSFERÊNCIA DO CONHECIMENTO E A GESTÃO DE PROJETOS COMO VANTAGEM COMPETITIVA NAS ORGANIZAÇÕES](#)

Metodologias e Ferramentas de Gestão de Projetos

- [A ESTRUTURAÇÃO DE UMA COMUNIDADE DE PRÁTICA SOBRE DESIGN SCIENCE RESEARCH](#)
- [APLICAÇÃO DA PADRONIZAÇÃO UTILIZANDO FERRAMENTAS DA QUALIDADE PARA MELHORIA EM PROCESSOS INDUSTRIAIS](#)
- [APLICAÇÃO DO MÉTODO TECHNOLOGY READINESS LEVELS \(TRL\) NO GERENCIAMENTO DE PROJETOS DE INOVAÇÃO FARMACÊUTICA](#)
- [AVALIANDO UMA FERRAMENTA BASEADA EM DADOS HISTÓRICOS PARA AUXILIAR O GERENCIAMENTO DE RISCOS: UM ESTUDO DE CASO EM PROJETOS DE SOFTWARE](#)
- [BENEFÍCIOS E DESAFIOS DAS METODOLOGIAS TRADICIONAL, ÁGIL E HÍBRIDA DE GERENCIAMENTO DE PROJETOS NO CONTEXTO DE TRANSFORMAÇÃO DIGITAL](#)
- [CORREÇÃO INFORMATIZADA DO INVENTÁRIO FATORIAL DE PERSONALIDADE: RELATO DA IMPLANTAÇÃO DE UM PROJETO DE SISTEMA DE INFORMAÇÃO](#)
- [COVID-19 E GERENCIAMENTO DE PROJETOS: A ADAPTAÇÃO PARA O NOVO NORMAL.](#)
- [DESIGN THINKING EM GESTÃO DE PROJETOS E NAS EMPRESAS: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA](#)
- [EVOLUÇÃO TECNOLÓGICA DO PRODUTO RENEGOCIAÇÃO PARCELADO PJ – RELATO TÉCNICO DE UM INSTITUIÇÃO FINANCEIRA](#)
- [FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO NA GESTÃO DE PROJETOS DE TI CLOUD](#)
- [GESTÃO DA COMUNICAÇÃO EM PROJETOS: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA BRASILEIRA](#)

- [GESTÃO DE PORTFOLIO DE PROJETOS EM EMPRESAS DE VAREJO: UMA PROPOSIÇÃO DE MODELO](#)
- [GESTÃO DE STAKEHOLDERS EM PROJETOS DA INDÚSTRIA 4.0: O USO DO DESIGN THINKING COMO FERRAMENTA PARA O AUMENTO DO ENGAJAMENTO.](#)
- [INOVAÇÃO INCREMENTAL E LEAN SIX SIGMA: REDUÇÃO DE CUSTO NO PROCESSO DE IMPORTAÇÃO DE UMA MULTINACIONAL DE ELETRODOMÉSTICOS](#)
- [INSTITUCIONALIZAÇÃO E PADRONIZAÇÃO PARA ADAPTAÇÃO DAS PRÁTICAS DE GESTÃO DE PROJETOS NAS ORGANIZAÇÕES: UM ESTUDO BIBLIOMÉTRICO](#)
- [MAPEAMENTO SISTEMÁTICO SOBRE A INFLUÊNCIA DA ADOÇÃO DE PRÁTICAS ÁGEIS NA CULTURA ORGANIZACIONAL](#)
- [PROPOSTA DE UM FRAMEWORK PARA O GERENCIAMENTO DAS FASES DE PRÉ-PROJETO APLICADO AO DESENVOLVIMENTO DE UM PRODUTO INOVADOR](#)
- [PROPOSTA DE UM MODELO DE FRONT END DE PROJETOS EM AMBIENTES DINÂMICOS](#)

Métodos de Pesquisa e Ensino em Gestão de Projetos

- [EDUCAÇÃO E GESTÃO DE PROJETOS: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA](#)

PMO: Portfólio, Maturidade e Estratégia

- [A IMPLANTAÇÃO DO PMO E O NÍVEL DE COMPETÊNCIAS EM PROJETOS DOS FUNCIONÁRIOS PÚBLICOS: AS LIÇÕES APRENDIDAS PELA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA NA CIDADE DE OSASCO.](#)
- [ANÁLISE DA GOVERNANÇA DE PROJETOS DO MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE](#)
- [IMPLANTAÇÃO DE UM ESCRITÓRIO DE GERENCIAMENTO DE PROJETOS EM UMA EMPRESA DE ENGENHARIA](#)
- [MATURIDADE EM GERENCIAMENTO DE PROJETOS EM UMA EMPRESA DO RAMO DE BENS DE CAPITAL](#)
- [MATURIDADE EM GESTÃO DE PROJETOS: UMA ANÁLISE NO CONTEXTO DAS INDÚSTRIAS CRIATIVAS](#)
- [UM ESTUDO DE CASO DE CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DE PROJETOS](#)

Projetos Ágeis e Híbridos

- [ADOÇÃO DE MÉTODOS ÁGEIS COM ENFOQUE DA ORIENTAÇÃO EMPREENDEDORA: UM ARTEFATO CONSTRUÍDO A PARTIR DE DESIGN SCIENCE RESEARCH](#)
- [PRONTIDÃO DE AGILIDADE. AVALIAÇÃO DE UMA ORGANIZAÇÃO DE P&D](#)
- [REESTRUTURAÇÃO DE UM SQUAD DE DESENVOLVIMENTO DE SOFTWARE ÁGIL EM DOIS NOVOS SQUADS: UM ESTUDO DE CASO EM UMA INSTITUIÇÃO FINANCEIRA](#)
- [TRADICIONAL, ÁGIL OU HÍBRIDO? A SELEÇÃO, CONTROLE E AVALIAÇÃO DE PROJETOS DE TI EM UMA EMPRESA DE SERVIÇOS DE GRANDE PORTE](#)

Sustentabilidade em Projetos

- [O QUE A LITERATURA NOS TRAZ SOBRE A GESTÃO DE PROJETOS E ESTRATÉGIAS DE SUSTENTABILIDADE](#)
- [PROJECT CHARTER PARA GESTÃO SUSTENTÁVEL DE PROJETOS](#)

Tecnologias Emergentes (ex. IoT, Analytics, 5G) e a Gestão de Projetos

- [PERCEPÇÃO DE VALOR EM PROJETOS DE SOFTWARES A PARTIR DA EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO](#)
- [PROJETO DE DESENVOLVIMENTO DE SOFTWARE PARA CONFECÇÃO DE ORÇAMENTO E PEDIDOS DE PLACAS DE CIRCUITO IMPRESSO](#)

- [SECPROJECT: UM FRAMEWORK PARA GERENCIAMENTO DE PROJETOS DE CIBERSEGURANÇA EM PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS](#)
- [TECNOLOGIAS DIGITAIS PARA GERENCIAMENTO DE PROJETOS EM TRANSFORMAÇÃO DIGITAL](#)

Tópicos Emergentes em Gestão de Projetos

- [20 ANOS DE PESQUISA EM FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO DO PROJETO: UMA BIBLIOMETRIA DE PAREAMENTO UTILIZANDO ANÁLISE FATORIAL EXPLORATÓRIA](#)
- [ESCALAS DE MEDIÇÃO DE SUCESSO EM PROJETOS - UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DE LITERATURA](#)
- [GERENCIAMENTO DOS RISCOS NAS AQUISIÇÕES DE MATERIAIS PARA PROJETOS DE BENS DE CAPITAL SOB ENCOMENDA](#)
- [INTERAÇÃO ENTRE EMPREENDEDORISMO, PROJETOS E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL](#)
- [O DESENVOLVIMENTO DE UM INSTRUMENTO DE MEDIÇÃO DE SUCESSO EM PROJETOS](#)
- [SUCESSO EM PROJETOS ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA](#)

Indústria 4.0

As tecnologias habilitadoras da indústria 4.0 e seus impactos na Engenharia de Produção e na Estratégia e Gestão de Operações.

- [HEALTHCARE 4.0: APLICAÇÕES DA TECNOLOGIA PARA UMA VIDA MAIS SAUDÁVEL](#)
- [MANUFATURA ADITIVA DE METAL: DESAFIOS E OPORTUNIDADE NA IMPLEMENTAÇÃO](#)
- [PROPOSTA DE VALOR DOS PRODUTOS E-HEALTH ACERCA DAS NECESSIDADES DO ECOSISTEMA DE SAÚDE](#)
- [REVISIÓN BIBLIOMÉTRICA Y SISTEMÁTICA SOBRE LOS SISTEMAS DE SUPERVISIÓN ORIENTADOS A LA INDUSTRIA 4.0](#)
- [UMA REVISÃO DA LITERATURA ATUALIZADA SOBRE OS NOVE PILARES DA INDÚSTRIA 4.0](#)

Computação na nuvem (Cloud Computing) e Segurança Sibernetica ou de Dados (Cyber security).

Gestão de projetos e a Indústria 4.0 e Sucesso.

- [CONTRIBUIÇÕES DA ESCOLA AMBIENTAL DE APRENDIZAGEM NA DIFUSÃO DA TRANSFORMAÇÃO DIGITAL: UM ESTUDO DE CASO DA EMPRESA PREVISIOWN](#)

Indústria 4.0 e Economia Circular.

- [INFLUÊNCIA DA TRANSFORMAÇÃO DIGITAL NA DINÂMICA DA PROPOSTA DE VALOR](#)

Internet das Coisas – IoT (Internet of Things) e Big Data Analytics.

- [DATA SCIENCE EM UMA ESTAÇÃO DE TRATAMENTO DE ESGOTO](#)
- [VALUE CO-CREATION AND CO-DESTRUCTION IN THE SERVICE-DOMINANT LOGIC: A BIBLIOMETRIC PERSPECTIVE](#)

Robôs Autônomo e Colaborativos (Autonomous Robots) e Manufatura Aditiva e Híbrida (Aditive Manufacturing, 3D printing).

Simulação e Modelagem (Digital Twin) e Integração de Sistemas (Equipment Integration)

Supply Chain Management e industria 4.0.

- [A INDÚSTRIA 4.0 E AS INOVAÇÕES EM SUPRIMENTOS: ESTUDO DE CASO DE APLICAÇÃO DO STRATEGIC SOURCING](#)

Inovação e Empreendedorismo

Aspectos Comportamentais da Inovação e do Empreendedorismo

- [A IDENTIDADE PESSOAL DO EMPREENDEDOR COMO BASE DO COMPORTAMENTO EFETUAL](#)
- [AVALIAÇÃO DE UMA INSTITUIÇÃO DE LONGA PERMANÊNCIA PARA IDOSOS COM BASE NA ANÁLISE DA CULTURA ORGANIZACIONAL](#)
- [CONHECIMENTO PRÉVIO E REDE DE RELAÇÃO: ASPECTOS DA EFETUAÇÃO NO DESENVOLVIMENTO DE EMPRESAS BRASILEIRAS BORN GLOBALS](#)
- [EMOÇÕES A FLOR DA PELE: A RELAÇÃO ENTRE AS FALHAS DO EMPREENDEDOR E OS ASPECTOS AFETIVOS](#)
- [EMPREENDEDORISMO E RESILIÊNCIA: UM CASO NA GASTRONOMIA PERUANA NO BRASIL RESUMO](#)
- [IDENTIDADE SOCIAL DO EMPREENDEDOR, EFETUAÇÃO E CAUSAÇÃO: UM ESTUDO DE CASOS MÚLTIPLOS](#)
- [MODELO DE TERAPIA DE GRUPO MEDIADA POR TECNOLOGIAS DIGITAIS DE COMUNICAÇÃO ORIGINADO EM UM PROJETO ORIENTADO POR DESIGN THINKING](#)
- [POSSÍVEIS ASSOCIAÇÕES ENTRE AS MÚLTIPLAS INTELIGÊNCIAS E AS PROFISSÕES](#)

Inovação e Empreendedorismo Digital

- [A INFLUÊNCIA DAS EQUIPES MULTI LOCALIZADAS NA GESTÃO DE PROJETOS EMPREENDEDORES](#)
- [EMPREENDEDORISMO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL](#)
- [EVOLUÇÃO DOS MODELOS DE INCUBADORAS DE EMPRESAS NO CONTEXTO DA TRANSFORMAÇÃO DIGITAL](#)
- [FERRAMENTAS DE MONITORAMENTO WEARABLE DURANTE A GESTAÇÃO: A PROPOSTA DE UMA REDE BASEADA EM VALOR](#)

Inovação e Empreendedorismo Sustentável

- [EMPREENDEDORISMO RURAL, ECONOMIA CIRCULAR E A PARTICIPAÇÃO DOS AGRICULTORES FAMILIARES EM PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA](#)
- [EMPRESAS SOCIAIS E OS SEUS MODELOS DE NEGÓCIO EM CONTEXTO DE POBREZA - UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DE LITERATURA](#)
- [ENTENDENDO A CAPACIDADE DE INOVAÇÃO](#)
- [ENTENDENDO A INOVAÇÃO FRUGAL](#)
- [O EMPREENDEDORISMO SUSTENTÁVEL NOS NEGÓCIOS CIRCULARES: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA](#)

Inovação em Serviços

- [DA TERRA AO COPO](#)
- [O ESPAÇO PARA EMANCIPAÇÃO DO DIREITO NAS DECISÕES JUDICIAIS: ANÁLISE DOS AVANÇOS E DA REAFIRMAÇÃO DO ESTADO DEMOCRÁTICO NOS ARGUMENTOS](#)

Inovação na Administração Pública

- [ANÁLISE DA DINÂMICA TRIBUTÁRIA MEDIANTE UM MODELO COMPORTAMENTAL: UM ESTUDO DE CASO NA PREFEITURA DE RIBEIRÃO DAS NEVES](#)
- [ANÁLISE DA POLÍTICA DE INOVAÇÃO DOS INSTITUTOS DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA PÚBLICOS: UM ESTUDO DE CASO NO INSTITUTO FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL](#)
- [O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR ATRAVÉS DAS CONSTITUIÇÕES: A CONTRIBUIÇÃO HISTÓRICA DOS EVENTOS](#)

Redes, Ecossistemas e Políticas de Inovação e Empreendedorismo

- [GOVERNANÇA E GESTÃO DE CLUSTERS: UMA REVISÃO DAS DIMENSÕES ABORDADAS NA LITERATURA](#)
- [O FENÔMENO DOS FESTIVAIS GASTRONÔMICOS COMO ESTRATÉGIA PARA O DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO DOS MUNICÍPIOS: UM ESTUDO DE CASO FESTIVAL DE CULTURA E GASTRONOMIA DE TIRADENTES](#)
- [O SENSO DE PERTENCIMENTO NO EMPREENDEDORISMO: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA](#)
- [PRÁTICAS EM GESTÃO DE CONHECIMENTO SOB DEMANDA EM AMBIENTES CORPORATIVOS.](#)

Temas Emergentes em Inovação e Empreendedorismo

- [ANÁLISE DE MODELOS DE CAPACIDADE ABSORTIVA EM EMPREENDIMENTOS DE POVOS TRADICIONAIS](#)
- [APRENDIZAGEM DE PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO E O APOIO DA GAMIFICAÇÃO PARA EMPREENDEDORES](#)
- [CAMINHOS DA INOVAÇÃO DISRUPTIVA DIGITAL](#)
- [CAMINHOS PARA O DESENVOLVIMENTO DE UMA CULTURA ORGANIZACIONAL INTRAEMPREENDEDORA: UM CASO EM JOINVILLE, SANTA CATARINA](#)
- [COMPETÊNCIAS GERENCIAIS DE COORDENADORES DE CURSOS EM CONTEXTO DE INOVAÇÃO: ESTUDO EM CENTRO UNIVERSITÁRIO.](#)
- [EFFECTUATION E EMPREENDEDORISMO ENFRENTANDO CRISES: UMA REVISÃO](#)
- [EMPREENDEDORISMO SÊNIOR: INICIATIVAS PARA CONSTRUÇÃO DE ECOSISTEMA EMPREENDEDOR](#)
- [EMPREENDEDORISMO SOCIAL NA SAÚDE](#)
- [EMPRESAS E SETORES MAIS INOVADORES NO BRASIL, NOS OITO ANOS, DO PRÊMIO VALOR INOVAÇÃO BRASIL.](#)
- [INOVAÇÃO DISRUPTIVA NO PODER MARÍTIMO E NA GUERRA NAVAL: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA](#)
- [INTERSEÇÃO ENTRE DESIGN THINKING E BUSINESS PROCESS MANAGEMENT: UMA REVISÃO INTEGRATIVA](#)
- [LOWKO – O DESAFIO DE INOVAÇÃO EM SORVETES](#)
- [MODELO CONCEITUAL SOBRE OS ANTECEDENTES E RESULTADOS DA CAPACIDADE ABSORTIVA INDIVIDUAL](#)
- [O DESAFIO DA NOTCO. NO MERCADO DE PLANT-BASED NO BRASIL](#)
- [O EMPREENDEDOR NA INDÚSTRIA 4.0](#)
- [OPEN BANKING NO BRASIL E NO MUNDO: LIÇÕES APRENDIDAS E A EVOLUÇÃO AO MODELO DE OPEN FINANCE E OPEN DATA](#)
- [RELATO TÉCNICO: PESQUISA DE GEOMARKETING E A APLICAÇÃO DO ARTEFATO G2MC NO VAREJO DE AUTOPEÇAS](#)
- [TRANSFORMAÇÃO DIGITAL: PROPOSTA DE MODELO TEÓRICO-ANALÍTICO PARA GERAÇÃO DE VALOR](#)
- [UM ESTUDO SOBRE CULTURA ORGANIZACIONAL EM EDTECHS NO ENSINO SUPERIOR](#)

Marketing

Administração de marcas

- [A LIBERDADE DE USAR HAVAIANAS: A PROPOSTA DE UTILIZAÇÃO DE UM TEMA GLOBAL PARA RESPOSICIONAR A MARCA NO MERCADO](#)
- [A ADMINISTRAÇÃO DA MARCA COM RELAÇÃO AO MARKETING INTEGRADO: COCA COLA E A PARCERIA COM A NETFLIX](#)
- [A CARACTERIZAÇÃO DA MARCA DE UMA UNIVERSIDADE PÚBLICA NAS DIMENSÕES DE PERSONALIDADE DA MARCA SOB A ÓTICA DE ALUNOS E EGRESSOS](#)
- [A MELHOR COCA-COLA DE TODAS: REPOSICIONAR REFORÇANDO A PROPOSTA DE MARCA ÚNICA](#)
- [ADMINISTRAÇÃO DA MARCA DE PROCESSADORES DE COMPUTADOR AMD](#)
- [CAMPO LARGO](#)
- [ELASTICIDADE DE MARCA COMO REFORÇO DE POSICIONAMENTO: O CASO TODDY](#)
- [NEM TUDO QUE RELUZ É OURO: O EFEITO DA FONTE DE NOTÍCIAS NA INTENÇÃO DE DISSEMINAR FAKE NEWS.](#)

Administração de Trade, Vendas e Canais de distribuição

- [MVP DE UMA NOVA FUNCIONALIDADE EM UM SOFTWARE DE TRADE MARKETING](#)
- [O PAPEL DO TRADE MARKETING NOS BASTIDORES DO SUCESSO DE LEVÍSSIMO](#)
- [OS EFEITOS DE PROGRAMAS HABITACIONAIS NA \(RE\)CONFIGURAÇÃO DO MERCADO MOBILIÁRIO](#)
- [UM MERCADO EM CRESCIMENTO E O DESAFIO DE MINUANO: ALCANÇAR DESTAQUE NO PDV ATRAVÉS DA EXECUÇÃO](#)

Administração do composto de marketing

- [A INFLUÊNCIA DO MIX DE MARKETING NA NETFLIX AO LONGO DOS ANOS](#)
- [ABORDAGEM SOBRE CORRELAÇÃO DO MIX DE MARKETING COM BRANDING](#)
- [EM CRESCIMENTO CONSTANTE: O DESAFIO DA LIVUP FRENTE AO MERCADO PLANT-BASED](#)
- [KOPENHAGEN E A APROXIMAÇÃO DA MARCA À ROTINA DO CONSUMIDOR ATRAVÉS DA INOVAÇÃO](#)
- [MIX DE MARKETING DO PRODUTO SONHO DE VALSA](#)
- [VARIÁVEIS DO MIX DE MARKETING: ANÁLISE DA MARCA MONSTER ENERGY DRINK](#)

Comportamento do consumidor

- [A INFLUÊNCIA DA INTERATIVIDADE NA ATITUDE E INTENÇÃO DE COMPRA: UM ESTUDO BASEADO NOS APLICATIVOS DE DELIVERY DE COMIDA.](#)
- [A INFLUÊNCIA DO ISOLAMENTO SOCIAL NAS RELAÇÕES ENTRE EMOÇÃO, COMPRA POR IMPULSO, VALOR DE COMPRA E DEPLEÇÃO DO EGO NA INTENÇÃO DE COMPRA INDULGENTE](#)
- [A TRANSIÇÃO DO CONSUMIDOR BRASILEIRO NO CENÁRIO COVID-19: OFFLINE TO ONLINE](#)
- [ANÁLISE DA SATISFAÇÃO DE CLIENTES EM RELAÇÃO A UM APLICATIVO BANCÁRIO](#)
- [IMPACTO DO EFEITO DE IMAGEM DO PAÍS DE ORIGEM NA PERCEPÇÃO SOBRE AS VACINAS DE COVID-19 NO BRASIL](#)
- [O EFEITO DA REATÂNCIA NA SATISFAÇÃO DOS CONSUMIDORES BANCÁRIOS: CONTA LIVRE VS CONTA IMPOSTA](#)
- [OS UNIVERSITÁRIOS SÃO CONSUMIDORES SUSTENTÁVEIS? ANÁLISE DAS ATITUDES E DAS PRÁTICAS DE CONSUMO DOS GRADUANDOS DE UMA INSTITUIÇÃO FEDERAL DE ENSINO SUPERIOR](#)

- [PREVENDO OS FATORES QUE INFLUENCIAM A MOTIVAÇÃO E A INTENÇÃO DE RECOMENDAR VIA EWOM: UMA INVESTIGAÇÃO PROFUNDA COM BASE NA ANÁLISE DE RNA](#)
- [ROOTS TO GO E O DESENVOLVIMENTO DO MERCADO DE SNACKS SAUDÁVEIS NO BRASIL](#)
- [UMA REVISÃO DE ESCOPO SOBRE O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR NO COMÉRCIO ELETRÔNICO DURANTE A PANDEMIA DO COVID-19](#)
- [VALIDAÇÃO DE INSTRUMENTO: OS EFEITOS DA IMAGEM DO PAÍS DE ORIGEM NA ACEITAÇÃO DA VACINAÇÃO CONTRA A COVID-19 NO BRASIL](#)
- [VI ESSA NOTÍCIA E PENSEI EM VOCÊ: O EFEITO DA RELEVÂNCIA E DA NECESSIDADE DE APROVAÇÃO SOCIAL NA DISSEMINAÇÃO DE FAKE NEWS](#)

Estratégias de Marketing

- [A ESTRATÉGIA DE MARKETING DE UMA ORGANIZAÇÃO MOVELEIRA DO ESTADO DO PARANÁ](#)
- [A ANÁLISE DO COMPORTAMENTO DE UMA AGÊNCIA PUBLICITÁRIA EM SUPERMERCADOS](#)
- [ESTRATEGIAS DE MARKETING ADOTADAS PARA FIDELIZAR CLIENTES DA EMPRESA DO RAMO DE COLCHÃO](#)
- [ESTRATÉGIAS DE MARKETING DE UMA INDÚSTRIA DE BEBIDAS DO PARANÁ](#)
- [MÃE TERRA ALIMENTANDO A MUDANÇA: COMO A MARCA GEROU VALOR A PARTIR DE SEU POSICIONAMENTO](#)
- [MIX DE MARKETING: AS PRÁTICAS DA EMPRESA THE FINI COMPANY NO MERCADO BRASILEIRO](#)
- [O ENDOMARKETING COMO ESTRATÉGIA DE GESTÃO E CRESCIMENTO EM UMA COOPERATIVA SUCROALCOOLEIRA](#)
- [O MARKETING DE PRODUTO EM UMA MICROEMPRESA DE MODA DO NORTE DO PARANÁ](#)
- [O PAPEL DO MARKETING NA INDÚSTRIA DA BELEZA: FATORES QUE MOTIVAM OS CLIENTES A OPTAREM POR DETERMINADOS PRODUTOS DE CABELO E MAQUIAGEM](#)
- [OMO: MANUTENÇÃO DA LIDERANÇA NA CATEGORIA SABÃO EM PÓ ATRAVÉS DA EXTENSÃO DA MARCA](#)

Marketing de Serviços e Fidelização

- [COCRIAÇÃO DE VALOR POR MEIO DA ESTRATÉGIA DE COOPERAÇÃO, COLABORAÇÃO E COOPETIÇÃO EM COOPERATIVAS DE CRÉDITO](#)
- [O EFEITO DA EXPERIÊNCIA DE COMPRA NA SATISFAÇÃO DOS USUÁRIOS DE APLICATIVOS DE DELIVERY DE COMIDA](#)
- [PERCEPÇÃO DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS PRESTADOS PELA RADSON DIAGNÓSTICO POR IMAGEM DE SANTA CRUZ DO SUL](#)

Marketing digital

- [AS REDES SOCIAIS COMO RECURSO DE ENSINO-APRENDIZAGEM EM ADMINISTRAÇÃO: A PERCEPÇÃO DE ALUNOS DOS NÍVEIS FUNDAMENTAL E MÉDIO](#)
- [COMPORTAMENTO CONTRAVENTOR NO E-COMMERCE: OS ANTECEDENTES DA INTENÇÃO DE RETRANSMITIR INFOPRODUTOS](#)
- [ENGAJAMENTO DIGITAL NA PROMOÇÃO DO E-SPORT NO BRASIL](#)
- [MARKETING DIGITAL COMO ESTRATÉGIA INTELIGENTE DE VENDAS: ESTUDO DE CASO EM UM PEQUENO EMPREENDIMENTO EM FASE DE CONSOLIDAÇÃO DO NEGÓCIO](#)
- [MÍDIAS SOCIAIS: O COMPORTAMENTO DOS TORCEDORES DO ATLÉTICO MINEIRO E CRUZEIRO NAS REDES SOCIAIS OFICIAIS DOS CLUBES](#)
- [O USO DO MARKETING DIGITAL NO ENGAJAMENTO DE ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS COM O CURSO DE GRADUAÇÃO](#)
- [PRESENÇA DE ANITTA: APROPRIAÇÕES DO ENGAJAMENTO EM REDE PARA DISSEMINAR DISCURSOS POLÍTICOS](#)

Sustentabilidade

Cidades Inteligentes e Sustentáveis

- [ELEMENTOS FACILITADORES E RESTRITIVOS DA LOGÍSTICA DE ENTREGA NA CIDADE INTELIGENTE](#)
- [RESILÊNCIA E GESTÃO DE RISCO EM CIDADES PÓS-COLAPSADAS: ESTUDO DE CASO DE PETRÓPOLIS – RJ](#)
- [UTILIZAÇÃO DE SOFTWARE LIVRE E DADOS ABERTOS PARA ELABORAÇÃO DE MAPAS DE INFRAESTRUTURA URBANA](#)

Construções Sustentáveis

- [A UTILIZAÇÃO DO RESÍDUO DREGS OBTIDO DO PROCESSO KRAFT DA INDÚSTRIA DE CELULOSE COMO AGREGADO ALTERNATIVO PARA A MANUFATURA DE ARGAMASSA](#)
- [ESTUDO DA APLICAÇÃO DO REJEITO DE MINÉRIO DE FERRO COMO AGREGADO MIÚDO PARA A PRODUÇÃO DE CONCRETO](#)
- [PRODUÇÃO CIENTÍFICA BRASILEIRA SOBRE SUSTENTABILIDADE E DESIGN DE INTERIORES: APONTANDO AS NECESSIDADES E OPORTUNIDADES DE PESQUISA](#)
- [PROJETO NATUREZA LIMPA: INOVAÇÃO E SUSTENTABILIDADE PARA O REAPROVEITAMENTO DE RESÍDUOS SÓLIDOS URBANOS](#)

Eficiência Energética e uso de energias renováveis

- [DESAFIOS ECONÔMICOS, SOCIAIS, AMBIENTAIS E ESTRATÉGIAS DE MERCADO PARA O SETOR DE ENERGIA SOLAR FOTOVOLTAICA EM CUIABÁ/MT](#)

Indicadores de Sustentabilidade

- [CRÉDITO COOPERATIVO E INADIMPLÊNCIA: O CASO DE UMA COOPERATIVA CENTRAL DO ESTADO DE MINAS GERAIS](#)

Logísticas Reversa e Gestão de Resíduos

- [A REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA SOBRE A OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA DE PRODUTOS ELETROELETRÔNICOS](#)
- [ANÁLISE DAS PRÁTICAS DE LOGÍSTICA REVERSA NAS INDÚSTRIAS METALOMECÂNICAS DE ERECHIM-RS](#)
- [LOGÍSTICA REVERSA: A REGULAMENTAÇÃO DA POLÍTICA NACIONAL DE RESÍDUOS SÓLIDOS NA PERSPECTIVA DO DECRETO 10.936/2022](#)

Metodologias de Pesquisa em Sustentabilidade

- [TRANSPARÊNCIA EM PESQUISAS QUALITATIVAS SOBRE LIDERANÇA SUSTENTÁVEL EM PUBLICAÇÕES DA BASE DE PUBLICAÇÕES WEB OF SCIENCE](#)

Políticas Públicas e Marco Regulatório Ambiental

- [IS SERIALIZATION FOR DRUG TRACEABILITY A COST OR AN INVESTMENT? A STUDY ON ITS IMPLEMENTATION IN BRAZIL](#)

Responsabilidade Social Corporativa

- [ANÁLISE REFLEXIVA SOBRE O PAPEL DA PUBLICIDADE PARA CONSOLIDAR O MODELO DE OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA](#)
- [PAPEL DOS STAKEHOLDERS PARA ADEÇÃO E EFETIVA OBSERVÂNCIA AOS PRINCÍPIOS DA RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL POR CORPORações](#)

Responsabilidade Social Corporativa / ESG

- [ANÁLISE DAS POLÍTICAS ESG \(AMBIENTAL, SOCIAL E GOVERNANÇA\) DAS MAIORES LOCADORAS DE VEÍCULOS DO BRASIL](#)
- [FSC MOTIVAÇÕES, BENEFÍCIOS E DESAFIOS: REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA](#)
- [O FENÔMENO CHAMADO SALON LINE: UM REPOSICIONAMENTO BEM-SUCEDIDO E OS PRÓXIMOS PASSOS SUSTENTÁVEIS](#)

Tópicos Emergentes em Sustentabilidade

- [COOPERAÇÃO TECNOLÓGICA E ESFORÇOS DE INOVAÇÃO NO SEGMENTO DA BIOTECNOLOGIA APLICADA AO AGRONEGÓCIO VEGETAL NOS PAÍSES DA AMÉRICA LATINA](#)
- [A CARACTERIZAÇÃO DO MODELO DE NEGÓCIO SUSTENTÁVEL DAS B CORPS](#)
- [A CONTRIBUIÇÃO DA ANÁLISE DE RISCO AMBIENTAL DE OPERAÇÕES LOGÍSTICAS COMO INSTRUMENTO DE PROTEÇÃO SOCIAL E RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL](#)
- [A DIMENSÃO SOCIAL DA SUSTENTABILIDADE E O PROCESSO DE TRANSPORTE DE ANIMAIS DOMÉSTICOS NO MODAL AÉREO](#)
- [LOCALIZAÇÃO GEOGRÁFICA E VALORAÇÃO ECONÔMICA](#)
- [REFLEXÕES SOBRE INOVAÇÃO ORIENTADA À SUSTENTABILIDADE EM SERVIÇOS DE SAÚDE](#)
- [UM PROJETO DE MIGRAÇÃO PARA COMPUTAÇÃO EM NUVEM: COMO OS ASPECTOS DA GESTÃO DE SUSTENTABILIDADE FORAM TRATADOS?](#)

A LIBERDADE DE USAR HAVAIANAS: A PROPOSTA DE UTILIZAÇÃO DE UM TEMA GLOBAL PARA RESPOSICIONAR A MARCA NO MERCADO

FREEDOM TO WEAR HAVAIANAS: THE PROPOSAL OF THE USE OF A GLOBAL THEME TO REPOSITION THE BRAND IN THE MARKET

ANDREA C M ANTONACCI - GERMINARE ESCOLA DE NEGÓCIOS
MARIA ANTONIA DIAS MARTINS -
HELOISA VELANGA - INSTITUTO J & F
BRUNA CORDEIRO - INSTITUTO GERMINARE

Resumo

As Havaianas e sua trajetória de reposicionamento é o foco deste caso de ensino. Ele apresenta as estratégias adotadas para transformar um produto commoditizado (as sandálias) em objeto de desejo mundial e ícone fashion, chegando ao desafio atual de reposicionar a marca tendo como referência o tema liberdade. O desafio passa por conquistar corações e mentes de consumidores do mundo todo a partir da temática liberdade. Considera a universalidade deste assunto e sua importância após pandemia do coronavírus (ocorrida a partir de 2020) e do longo período de confinamento provocado por ela.

Palavras-chave: Posicionamento internacional de marca, Construção de marca, Havaianas

Abstract

Havaianas and its repositioning process is the focus of this teaching case. It presents the strategies adopted to change a commoditized product (the sandals) into a worldwide object of desire and a fashion icon, coming to the current challenge of repositioning the brand having the theme freedom as a reference. The challenge goes through attracting consumers' hearts and minds all over the world from the theme of freedom. It takes into consideration the universality of this matter and its importance after the coronavirus pandemics (occurred from 2020) and from its long period of lockdown.

Keywords: International brand positioning, Brand building, Havaianas

AVALIAÇÃO E MELHORIAS NO DOCUMENTO FICHA TÉCNICA DA PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO

EVALUATION AND IMPROVEMENTS IN THE DOCUMENT DATA SHEET OF THE MUNICIPALITY OF SÃO PAULO

MAURO RAMON - CENTRO UNIVERSITÁRIO ESTÁCIO DE SÃO PAULO
HELBER HOLLAND - CENTRO UNIVERSITÁRIO ESTÁCIO DE SÃO PAULO

Objetivo do estudo

O sistema público de gestão de informações e documentos tende a ser burocrático e moroso. Este trabalho apresenta os procedimentos do fluxo de trabalho na emissão da Ficha Técnica (FT) de modo a fornecer atendimento otimizado ao público.

Relevância/originalidade

Este é um dos únicos trabalhos na literatura que visa a demonstrar os procedimentos internos de uma Secretaria pública na emissão de um documento obrigatório, FT, para prospecção de imóveis e execução de obras. Além disso, indicar melhorias ao entendimento público.

Metodologia/abordagem

Foram verificados todos os procedimentos da solicitação da FT, bem como levantar os dados públicos também sobre processos de SMUL por meio da legislação vigente.

Principais resultados

O principal motivo para indeferimento de pedidos d FT é relacionado com divergências de informações. Isso mostra a necessidade de discutir o assunto para que o cidadão e empresas evitem gastos desnecessários e atrasos em obras.

Contribuições teóricas/metodológicas

Com os apontamentos e sugestões apresentados neste trabalho é notável a necessidade de um manual ou publicação que mostre para o que ela serve, em linguagem acessível, bem como o passo a passo de solicitá-la.

Contribuições sociais/para a gestão

Este trabalho mostrou-se de grande relevância para a disponibilização de conhecimento, sobretudo para o cidadão comum e engenheiros recém-formados, pois é um assunto pouco discutido durante o período de formação acadêmica.

Palavras-chave: Ficha Técnica, Legislação urbanística, Secretaria Municipal de Urbanismo e Licenciamento , Análise documental

Study purpose

The public information and document management system tends to be bureaucratic and time-consuming. This work presents the workflow procedures in issuing the Technical Data Sheet in order to provide an optimized service to the public.

Relevance / originality

This is one of the only works in the literature that aims to demonstrate the internal procedures of a Public Secretariat in issuing a mandatory document, FT, for prospecting properties and carrying out works. Also, indicate improvements to public understanding.

Methodology / approach

All FT request procedures were verified, as well as collecting public data on SMUL processes through current legislation.

Main results

The main reason for rejecting FT requests is related to discrepancies in information. This shows the need to discuss the matter so that citizens and companies can avoid unnecessary expenses and delays in works.

Theoretical / methodological contributions

With the notes and suggestions presented in this work, it is remarkable the need for a manual or publication that shows what it is for, in accessible language, as well as the step by step of requesting it.

Social / management contributions

This work proved to be of great relevance for the availability of knowledge, especially for the common citizen and newly graduated engineers, as it is a subject little discussed during the academic training period.

Keywords: Technical Datasheet, Urban legislation, Municipal Department of Urbanism and Licensing , Document analysis

COOPERAÇÃO TECNOLÓGICA E ESFORÇOS DE INOVAÇÃO NO SEGMENTO DA BIOTECNOLOGIA APLICADA AO AGRONEGÓCIO VEGETAL NOS PAÍSES DA AMÉRICA LATINA

TECHNOLOGICAL COOPERATION AND INNOVATION EFFORTS IN THE SEGMENT OF BIOTECHNOLOGY APPLIED TO VEGETABLE AGRIBUSINESS IN THE COUNTRIES OF LATIN AMERICA

JOÃO MARCOS SILVA DE ALMEIDA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
PRISCILA REZENDE DA COSTA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

CAPES - Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior

Objetivo do estudo

O objetivo principal nesta investigação é examinar a influência da cooperação tecnológica nos esforços de inovação em países da América Latina, considerando o segmento da biotecnologia aplicada ao agronegócio vegetal (BAV).

Relevância/originalidade

Manter o equilíbrio entre desenvolvimento econômico e preservação ambiental é fundamental para a preservação do nosso planeta. A inovação neste contexto torna-se prioridade principalmente em setores demandantes de conhecimentos e tecnologias específicas, como a Biotecnologia Aplicada ao Agronegócio Vegetal (BAV).

Metodologia/abordagem

Foi realizado um mapeamento de INPADOCS relacionados ao IPC C12N – 15/82. O levantamento foi realizado na base de dados Derwent Clarivate, uma base de dados de patentes da Thomson Reuters® .

Principais resultados

Os resultados demonstram que a cooperação tecnológica, entendida como estratégia que potencializa o desenvolvimento tecnológico (Zhang & Tang, 2018; Ji, Barnett, & Chu, 2019; Mitze & Strotebeck, 2019), teve efeito positivo quando analisada em relação ao esforço de inovação nos países latino-americanos.

Contribuições teóricas/metodológicas

Esperamos com esta pesquisa contribuir para o avanço teórico conceitual no tema “redes de cooperação” em consonância com inovação e sustentabilidade.

Contribuições sociais/para a gestão

Gerencialmente espera-se contribuir, dado que a identificação e descrição destas redes de cooperação poderão fomentar a inovação na área de biotecnologia aplicada à biodiversidade. Espera-se de que os resultados poderão ser alvo de reflexão por parte formuladores de políticas públicas.

Palavras-chave: Cooperação Tecnológica, Esforços de Inovação, Dinâmicas Relacionais, Patente

Study purpose

The main objective of this investigation is to examine the influence of technological cooperation on innovation efforts in Latin American countries, considering the segment of biotechnology applied to plant agribusiness (BAV).

Relevance / originality

To maintain the balance between economic development and environmental preservation is fundamental for the preservation of our planet. Innovation in this context becomes a priority mainly in sectors that demand specific knowledge and technologies, such as Biotechnology Applied to Plant Agribusiness (BAV).

Methodology / approach

A mapping of INPADOCS related to the IPC C12N – 15/82 was carried out. The survey was conducted on the Derwent Clarivate database, a Thomson Reuters® patent database.

Main results

The results show that technological cooperation, understood as a strategy that enhances technological development (Zhang & Tang, 2018; Ji, Barnett, & Chu, 2019; Mitze & Strotebeck, 2019), had a positive effect when analyzed in relation to the innovation effort in Latin American

Theoretical / methodological contributions

We hope with this research to contribute to the theoretical and conceptual advance on the theme “cooperation networks” in line with innovation and sustainability.

Social / management contributions

Managerially, it is expected to contribute, given that the identification and description of these cooperation networks may foster innovation in the area of biotechnology applied to biodiversity. It is expected that the results may be the subject of reflection by public policy.

Keywords: Technological Cooperation, Innovation Efforts, Relational Dynamics, Patent

INFLUÊNCIA DA TRANSFORMAÇÃO DIGITAL NA DINÂMICA DA PROPOSTA DE VALOR

INFLUENCE OF DIGITAL TRANSFORMATION ON THE DYNAMICS OF THE VALUE PROPOSAL

ALEXSANDER CANAPARRO DA SILVA -

JOSÉ CARLOS DA SILVA FREITAS JUNIOR - UNISINOS - UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS

Objetivo do estudo

O objetivo do estudo é entender como a Transformação Digital influencia a dinâmica da Proposta de Valor nas organizações.

Relevância/originalidade

A relevância do estudo está em abordar a Transformação Digital não só sob o aspecto tecnológico, mas em sentido mais amplo, ou seja, como criar valor para o negócio. Desta forma, impactando na Proposta de Valor das organizações.

Metodologia/abordagem

A fim de responder à questão proposta no artigo, foi realizada uma pesquisa bibliográfica. O método utilizado foram os passos propostos por Biolchini et al. (2007) que contempla o planejamento, execução e análise dos resultados.

Principais resultados

Foi possível concluir que a Transformação Digital exerce papel central na dinâmica da Proposta de Valor, na medida em que habilita as empresas a transformar seus modelos de negócio e, por consequência, possibilita que as empresas criem valor de diferentes formas.

Contribuições teóricas/metodológicas

Este estudo pode contribuir na compreensão de como a Transformação Digital pode influenciar na dinâmica da Proposta de Valor das organizações. Pode contribuir para ampliação da discussão do tema PV, pois a maioria dos estudos estão relacionados aos elementos que a compõem.

Contribuições sociais/para a gestão

Este estudo pode auxiliar os gestores que estão envolvidos com o processo de Transformação Digital no sentido de ampliar as perspectivas que devem ser consideradas - pois, não se trata somente tecnologia, mas do modelo de negócios como um todo.

Palavras-chave: TRANSFORMAÇÃO DIGITAL, PROPOSTA DE VALOR, MODELO DE NEGÓCIO

Study purpose

The objective of the study is to understand how Digital Transformation influences the dynamics of the Value Proposition in organizations.

Relevance / originality

The relevance of the study lies in approaching Digital Transformation not only from the technological aspect but in a broader sense, that is, how to create value for the business. In this way, impacting the value proposition of organizations.

Methodology / approach

In order to answer the question proposed in the article, bibliographic research was carried out. The method used was the steps proposed by Biolchini et al. (2007) which include the planning, execution, and analysis of results.

Main results

It was possible to conclude that Digital Transformation plays a central role in the dynamics of the Value Proposition, as it enables companies to transform their business models and, consequently, enables companies to create value in different ways.

Theoretical / methodological contributions

This study can contribute to the understanding of how Digital Transformation can influence the dynamics of the Value Proposition of organizations. It can contribute to broadening the discussion of the PV theme, as most studies are related to the elements that compose

Social / management contributions

This study can help managers who are involved with the Digital Transformation process in order to expand the perspectives that should be considered - because it is not just about technology, but the business model as a whole.

Keywords: DIGITAL TRANSFORMATION, VALUE PROPOSAL, BUSINESS MODEL

20 ANOS DE PESQUISA EM FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO DO PROJETO: UMA BIBLIOMETRIA DE PAREAMENTO UTILIZANDO ANÁLISE FATORIAL EXPLORATÓRIA

*20 YEARS OF RESEARCH INTO PROJECT CRITICAL SUCCESS FACTORS: A
COUPLING BIBLIOMETRICS USING EXPLORATORY FACTOR ANALYSIS*

EDUARDO DE CARVALHO SAKALOUSKAS - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
FLÁVIO SANTINO BIZARRIAS - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à orgão de fomento:

Agradecemos ao Fundo de Amparo à Pesquisa - FAP/UNINOVE

Objetivo do estudo

Este trabalho apresenta como objetivo identificar o direcionamento dos estudos sobre os fatores críticos de sucesso do projeto por meio de uma revisão de pareamento bibliométrico, buscando contribuir com a literatura e formação de gerentes de projeto.

Relevância/originalidade

Os fatores críticos de sucesso são identificados por meio de revisões sistemáticas da literatura, estudos de caso, etc. Este estudo buscou sistematizar esses FCS por meio de um pareamento bibliométrico, além de identificar as similaridades dos FCS entre os tipos de projetos.

Metodologia/abordagem

Este é um estudo de pareamento bibliométrico por meio de análise fatorial exploratória utilizando SPSS 25.

Principais resultados

Foi possível identificar que o direcionamento da literatura sobre os fatores críticos de sucesso e consequentemente da prática do gerenciamento de projetos é que a satisfação do cliente é uma exigência fundamental em todos os tipos de projeto.

Contribuições teóricas/metodológicas

Foi possível identificar que o direcionamento da literatura sobre os fatores críticos de sucesso está dividido em 5 dimensões ou tipos de projeto: i) “parcerias público-privada”; ii) “projetos sustentáveis”; iii) “desenvolvimento de software”; iv) “projetos de construção”; e v) “projetos públicos”

Contribuições sociais/para a gestão

Ao identificar as dimensões em discussão pelos acadêmicos, foi possível criar uma lista de FCS por tipo de projeto, auxiliando os gerentes de projeto na gestão dos projetos, permitindo foco nos FCS pertinente à cada tipo de projeto.

Palavras-chave: Fatores Críticos de Sucesso, Gerenciamento de Projetos, Bibliometria, Análise Fatorial Exploratória, Satisfação do Cliente

Study purpose

This work aims to identify the direction of studies on the critical success factors of the project through a review of bibliographic pairing, seeking to contribute to the literature and training of project managers.

Relevance / originality

Critical success factors are identified through systematic literature reviews, case studies, etc. This study sought to systematize these FCS through a bibliometric pairing, in addition to identifying the similarities of the FCS between the types of projects.

Methodology / approach

This is a bibliometric matching study through exploratory factor analysis using SPSS 25.

Main results

It was possible to identify that the direction of the literature on the critical success factors and consequences of the practice of project management is that customer satisfaction is a fundamental requirement in all types of projects.

Theoretical / methodological contributions

It was possible to identify that the literature on critical success factors is divided into 5 dimensions or types of project: i) “public-private partnerships”; ii) “sustainable projects”; iii) “software development”; iv) “construction projects”; and v) “public projects”

Social / management contributions

Identifying the dimensions under discussion by academics made it possible to create a list of FCS by type of project, helping project managers in project management, and allowing focus on FCS relevant to every project.

Keywords: Critical Success Factors, Project Management, Bibliometrics, Exploratory Factor Analysis, Customer Satisfaction

A ESTRATÉGIA DE MARKETING DE UMA ORGANIZAÇÃO MOVELEIRA DO ESTADO DO PARANÁ

THE MARKETING STRATEGY OF A FURNITURE COMPANY FROM THE STATE OF PARANA

DANIELLE OLIVEIRA NACISO - UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PARANÁ - UNESPAR - CAMPUS APUCARANA

LÍVIA MONTANARI - UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PARANÁ - UNESPAR - CAMPUS APUCARANA

MARISA LEITE GONÇALVES - UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PARANÁ - UNESPAR - CAMPUS APUCARANA

Resumo

Este trabalho é um estudo de caso que busca examinar as ferramentas usadas no setor de marketing da instituição moveleira selecionada para promover seus produtos, fidelizar seus clientes e manter-se sustentável no mercado. Afinal de contas, é perceptível que as empresas que atuam no ramo da movelaria precisam inovar continuamente no cenário atual, onde a concorrência é extremamente alta. A organização escolhida para este estudo é reconhecida internacionalmente, possui um grande porte e situa-se no norte do Paraná. De acordo com a análise dos dados primários e secundários que foram coletados, seu marketing é majoritariamente focado nas redes sociais, onde eles não buscam mostrar apenas imagens do produto, e sim de se aproximar mais de seus consumidores, visto que o maior objetivo da empresa constitui-se na fidelização de clientes.

Palavras-chave: Marketing 5.0, Inovação, Fidelização, Estratégia, Tecnologia

Abstract

This paper is a case study that seeks to examine the tools that the marketing sector of the selected furniture institution uses to promote their products, retain their customers and remain sustainable in the market. After all, it's clear that companies operating in the furniture industry need to keep innovating in the current scenario, where competition is extremely high. The

organization chosen for this study is internationally recognized, it's a large company located in the north of Paraná, and, according to the primary and secondary data collected for the analysis, its marketing is mostly focused on social networks, where they not only seek to expose their products, but also to get closer to their customers since the company's main objective is customer loyalty.

Keywords: Marketing 5.0, Innovation, Loyalty, Strategy, Technology

A ADMINISTRAÇÃO DA MARCA COM RELAÇÃO AO MARKETING INTEGRADO: COCA COLA E A PARCERIA COM A NETFLIX

BRAND ADMINISTRATION REGARDING INTEGRATED MARKETING: COCA COLA AND THE PARTNERSHIP WITH NETFLIX

MARIANA FRANCO FREITAS - UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PARANÁ - UNESPAR - CAMPUS APUCARANA

PAULA JULIANA SIMPLICIO - UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PARANÁ - UNESPAR - CAMPUS APUCARANA

KAROLAINE DE ARAUJO ARTELES - UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PARANÁ - UNESPAR - CAMPUS APUCARANA

Resumo

O trabalho teve como objetivo apresentar o marketing integrado utilizado pela Coca Cola na parceria com a Netflix em 2019, além da administração da sua marca, destacando a importância com o cliente e a divulgação de seus produtos através das mídias digitais. Para tanto, foi realizado um estudo exploratório de abordagem qualitativa, com coleta e análise de informações em fontes secundárias. Outro ponto importante a ser destacado é o lançamento de latas personalizadas da série Stranger Things, onde com uma estratégia de marketing moderno, utiliza-se de uma abordagem de comunicação integrada, buscando constantemente melhorar seu relacionamento com o cliente, criando conexões com ele. Essa relação pode ser observada entre os jovens, que foram conquistados pela trama e personagens da série, fazendo a Coca Cola se destacar em meio a esse público.

Palavras-chave: Marketing Integrado, Marca, Estratégia, Parceria, Comunicação

Abstract

The work purpose to present the integrated marketing used by Coca Cola in the partnership with Netflix in 2019, in addition to the management of its brand, highlighting the importance with the customer and the dissemination of its products through digital media. Therefore, an exploratory study with a qualitative approach was carried out, with the collection and analysis of information from secondary sources. Another important point to be highlighted is the launch of customized cans from the Stranger Things series, where with a modern marketing strategy, an integrated communication approach is used, constantly seeking to improve its relationship with the customer, creating connections with them. This relationship can be observed among young people, who were won over by the plot and characters of the series, making Coca Cola stand out among this audience.

Keywords: Integrated Marketing, Brand, Strategy, Partnership, Communication

A ANÁLISE DO COMPORTAMENTO DE UMA AGÊNCIA PUBLICITÁRIA EM SUPERMERCADOS

ANALYSIS OF THE BEHAVIOR OF AN ADVERTISING AGENCY IN SUPERMARKETS

MATEUS CELESTE MARQUES - UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PARANÁ - UNESPAR - CAMPUS APUCARANA

VINÍCIUS MARTINS CALIXTO - UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PARANÁ - UNESPAR - CAMPUS APUCARANA

LEONARDO PEREIRA MACHADO - UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PARANÁ - UNESPAR - CAMPUS APUCARANA

Resumo

O objetivo do estudo foi mostrar a importância dada pela agência para promover melhor seus clientes, demonstrando os pontos-chaves de suas análises para publicações, se destacando em relação aos seus concorrentes, principalmente como uma promotora de supermercados. No estudo de caso realizado, a coleta de dados contou com entrevistas semiestruturadas realizadas com funcionário responsável pelas atividades de marketing. As estratégias de marketing adotadas pelas empresas são destacadas na força de vendas de produtos e serviços, na realização de planejamento, definição de metas, estratégias de vendas e nas visitas e entrevistas com clientes. Entre as estratégias de marketing verificadas na empresa, destaca-se campanhas para outros ramos empresariais, para expandir seus mercados. Tais ações, representam forte atuação nas ações da empresa, mostrando seu foco estratégico e posicionamento da agência no mercado.

Palavras-chave: Marketing, Stakeholder, Supermercado

Abstract

The objective of the study was to show the importance given by the agency to better promote its customers, demonstrating the key points of its analysis for publications, highlighting itself concerning its competitors, mainly as a supermarket promoter. In the case study carried out, the data collection relied on semi-structured interviews carried out with employees responsible for marketing activities. The marketing strategies adopted by the companies are highlighted in the sales force of products and services, in planning, the definition of goals, sales strategies, and in visits and interviews with clients. Among the marketing strategies verified in the company, campaigns for other business branches, to expand their markets, stand out. Such actions represent a strong performance in the company actions, showing its strategic focus and the agency's positioning in the market.

Keywords: Marketing, Stakeholder, Supermarket

A APRENDIZAGEM ORGANIZACIONAL COMO FATOR ESTRATÉGICO EM GESTÃO DE PROJETOS

ORGANIZATIONAL LEARNING AS A STRATEGIC FACTOR IN PROJECT MANAGEMENT

LUCIANA VIEL GOMES - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

Agradecimentos ao Fundo de Amparo à Pesquisa - FAP/ UNINOVE.

Objetivo do estudo

Entender como a aprendizagem organizacional é usada como fator estratégico na gestão de projetos.

Relevância/originalidade

São demonstradas diferentes formas de utilizar a aprendizagem organizacional como fator estratégico na gestão de projetos, podendo ser aplicada com base na gestão de conhecimento, competências e com base na própria aprendizagem organizacional.

Metodologia/abordagem

A partir de uma abordagem qualitativa foi realizada uma pesquisa exploratória, com base no método de revisão sistemática da literatura O intuito foi de entender como a aprendizagem organizacional é usada como fator estratégico na gestão de projetos.

Principais resultados

Os principais resultados são evidenciados a partir da compreensão da aprendizagem como fator estratégico na gestão de projetos, aumento na competitividade e sucesso do projeto A aprendizagem é vista como fator estratégico, promovendo o conhecimento e competências dos indivíduos da organização.

Contribuições teóricas/metodológicas

A contribuição teórica principal deste estudo está relacionada com o envolvimento dos temas aprendizagem e estratégia no contexto de projetos A aprendizagem pode ser usada estrategicamente para proporcionar conhecimento, e conseqüentemente, contribuir para o sucesso dos projetos.

Contribuições sociais/para a gestão

A contribuição para a prática/gestão se dá pela compreensão de como a aprendizagem deve ser fomentada dentro das organizações para se tornar um fator estratégico e contribuir com o sucesso dos projetos.

Palavras-chave: Aprendizagem em Projetos, Gestão de Projetos, Estratégia, Vantagem Competitiva

Study purpose

Understand how organizational learning is used as a strategic factor in project management.

Relevance / originality

Different ways of using organizational learning as a strategic factor in project management are demonstrated, which can be applied based on the management of knowledge, skills and based on organizational learning itself.

Methodology / approach

From a qualitative approach, an exploratory research was carried out, based on the method of systematic literature review. The aim was to understand how organizational learning is used as a strategic factor in project management.

Main results

The main results are evidenced from the understanding of learning as a strategic factor in project management, increase in competitiveness and project success. Learning is seen as a strategic factor, promoting the knowledge and skills of individuals in the organization.

Theoretical / methodological contributions

The main theoretical contribution of this study is related to the involvement of the themes learning and strategy in the context of projects. Learning can be used strategically to provide knowledge, and consequently, contribute to the success of projects.

Social / management contributions

The contribution to practice/management is given by understanding how learning should be fostered within organizations to become a strategic factor and contribute to the success of projects.

Keywords: Learning in Projects, Project management, Strategy, Competitive advantage

A APRENDIZAGEM ORGANIZACIONAL NA GESTÃO DE PROJETOS

ORGANIZATIONAL LEARNING IN PROJECT MANAGEMENT

RAYSSA SOUZA FIGUEIREDO - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
FRANCISCO CARLOS COBAITO - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
VALDEMILSON DE ASSIS ALVES DE ARAUJO - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
ISABEL CRISTINA SCAFUTO - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

FAP-UNINOVE e à CAPES

Objetivo do estudo

Mapear os estudos sobre a aprendizagem organizacional na área de gestão de projetos.

Relevância/originalidade

É importante a compreensão de que a aprendizagem organizacional é essencial para o setor de projetos como fator chave estratégico.

Metodologia/abordagem

Esta pesquisa utilizou a Revisão Sistemática da Literatura (RSL) como método com o intuito de compreender a concordância das temáticas da Aprendizagem organizacional e a Gestão de Projetos.

Principais resultados

Após análises os resultados culminaram na categorização dos temas dos artigos de acordo com a classificação em quatro categorias: (a) Gestão de Riscos; (b) Gestão de Mudança em Projetos; (c) Gestão do Conhecimento; (d) Incentivo à Criatividade.

Contribuições teóricas/metodológicas

A importância de acesso a uma base que informe os trabalhos realizados, periódicos, autores e categorias de subtemas seja uma ferramenta de apoio para os pesquisadores e profissionais como forma de gerir da melhor maneira o conhecimento tácito para o explícito.

Contribuições sociais/para a gestão

Com isso, foi possível visualizar ainda que, de acordo com os resultados da pesquisa, alguns fatores contribuem para prática com o sucesso e/ou fracasso do projeto sob o olhar dos aspectos de gerenciamento do conhecimento organizacional.

Palavras-chave: Aprendizagem Organizacional, Estratégia, Gestão de Projetos, Gestão de Risco, Gestão de Mudanças

Study purpose

To map studies on organizational learning in the area of project management.

Relevance / originality

It is important to understand that organizational learning is essential for the project sector as a key strategic factor.

Methodology / approach

This research used the Systematic Literature Review (RSL) as a method in order to understand the agreement of the themes of Organizational Learning and Project Management.

Main results

After analysis, the results culminated in the categorization of the topics of the articles according to the classification into four categories: (a) Risk Management; (b) Project Change Management; (c) Knowledge Management; (d) Encouraging Creativity.

Theoretical / methodological contributions

The importance of access to a database that informs the work carried out, journals, authors and sub-theme categories is a support tool for researchers and professionals as a way to better manage tacit knowledge for the explicit.

Social / management contributions

With this, it was also possible to visualize that, according to the research results, some factors contribute to the practice with the success and/or failure of the project from the perspective of aspects of organizational knowledge management.

Keywords: Organizational Learning, Strategy, Project management, Risk management, Change management

A CARACTERIZAÇÃO DA MARCA DE UMA UNIVERSIDADE PÚBLICA NAS DIMENSÕES DE PERSONALIDADE DA MARCA SOB A ÓTICA DE ALUNOS E EGRESSOS

THE CHARACTERIZATION OF A PUBLIC UNIVERSITY'S BRAND IN THE DIMENSIONS OF BRAND PERSONALITY FROM THE PERSPECTIVE OF STUDENTS AND GRADUATES

NAYARA CRISTINA MENDONÇA ZANATA - UFU
ALEANDRA DA SILVA FIGUEIRA SAMPAIO - UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA - UFU
THAÍS MOURA MARTINS DOS SANTOS -
VERÔNICA ANGÉLICA FREITAS DE PAULA - UFU

Objetivo do estudo

Caracterizar as dimensões da personalidade de marca de uma universidade federal sob a ótica de alunos e egressos de cursos de graduação ofertados na cidade de Uberlândia.

Relevância/originalidade

O ambiente educacional sofreu diversas transformações, como o alto índice de competitividade e o surgimento de novas instituições de ensino superior privadas e públicas, e o fortalecimento da marca é um dos possíveis diferenciais das instituições educacionais.

Metodologia/abordagem

A pesquisa tem abordagem quantitativa descritiva e amostragem aleatória simples, com coleta de dados via survey, usando a Escala de Dimensões de Personalidade de Marca de Muniz e Marchetti (2012), que moldaram a escala de Aaker (1997) ao contexto brasileiro.

Principais resultados

Os resultados evidenciam que a dimensão Credibilidade é percebida, precipuamente, com destaque para “Eu acredito que a UFU é respeitável”, “Eu acredito que a UFU é responsável” e “Eu acredito que a UFU é confiável”.

Contribuições teóricas/metodológicas

Ao confirmar a hipótese proposta, o artigo contribui para o avanço dos estudos sobre personalidade de marca, em especial ao aplicar a escala a universidade pública brasileira.

Contribuições sociais/para a gestão

O estudo traz informações sobre o principal cliente da universidade (o aluno) e assim os gestores universitários podem buscar decisões institucionais que levem em consideração os anseios dos alunos e reflitam os valores como parte dos projetos da instituição.

Palavras-chave: Educação Superior, Personalidade de marca, Universidade Pública

Study purpose

To characterize the dimensions of the brand personality of a federal university from the perspective of students and graduates of undergraduate courses offered in the city of Uberlândia.

Relevance / originality

The educational environment has undergone several transformations, such as the high level of competitiveness and the emergence of new private and public higher education institutions, and the strengthening of the brand is one of the possible differentials for educational institutions.

Methodology / approach

The research has a quantitative descriptive approach and simple random sampling, with data collection via survey. The instrument used is the Brand Personality Dimensions Scale proposed by Muniz and Marchetti (2012), which molded Aaker's (1997) scale to the Brazilian context.

Main results

The results evidence that the Credibility dimension is perceived, precipitously, with emphasis on "I believe UFU is respectable", "I believe UFU is responsible" and "I believe UFU is trustworthy".

Theoretical / methodological contributions

By confirming the proposed hypothesis, the article contributes to the advancement of studies on brand personality, in particular by applying the scale to a Brazilian public university.

Social / management contributions

The study provides information about the university's primary customer (the student); therefore, university managers can seek institutional decisions considering the students' wishes and reflect the values as part of the institution's projects.

Keywords: Higher Education, Brand Personality, Public University

A CARACTERIZAÇÃO DO MODELO DE NEGÓCIO SUSTENTÁVEL DAS B CORPS

THE CHARACTERIZATION OF THE SUSTAINABLE BUSINESS MODEL OF B CORPS

ANA CLAUDIA WECKER - UNIVERSIDADE FEEVALE
CRISTIANE FROELICH - UNIVERSIDADE FEEVALE

Objetivo do estudo

Caracterizar o modelo de negócio sustentável das B Corps.

Relevância/originalidade

Embora existam estudos sobre modelos de negócios sustentáveis, ainda há a necessidade de novos estudos que abordem o modelo de negócio das B Corps (Stubbs, 2017; Tabares, 2021) A literatura em relação às B Corps se concentra em assuntos como responsabilidade social.

Metodologia/abordagem

O estudo classifica-se como exploratório e estudos de caso múltiplos com quinze B Corps brasileiras. Os dados foram coletados por meio de entrevistas semiestruturadas e documentos, e foi utilizada a análise de conteúdo para análise dos dados, com uso do NVIVO.

Principais resultados

Foi verificado que estas empresas possuem um modelo de negócio sustentável que atua com a resolução de problemas socioambientais, através de sua atividade fim e até mesmo com práticas que beneficiam a sociedade e meio ambiente.

Contribuições teóricas/metodológicas

Esta pesquisa contribui com a literatura, ao identificar outras características do modelo de negócio sustentável das B Corps nas categorias: resolução de problemas socioambientais, certificação, e indicadores e metas de sustentabilidade.

Contribuições sociais/para a gestão

Como contribuições gerenciais, o estudo pode servir como base para empresas que buscam desenvolver seu modelo de negócio sustentável, bem como é um incentivo para empresários buscarem a certificação B, e serve de estímulo às práticas de sustentabilidade nas organizações.

Palavras-chave: B Corps, Modelo de Negócio, Sustentabilidade, Impacto Socioambiental

Study purpose

To characterize the sustainable business model of B Corps.

Relevance / originality

Although there are studies on sustainable business models, there is still a need for further studies that address the B Corps business model (Stubbs, 2017; Tabares, 2021) The literature on B Corps focuses on issues such as social responsibility.

Methodology / approach

The study is classified as exploratory and multiple case studies with fifteen Brazilian B Corps. Data were collected through semi-structured interviews and documents, and content analysis was used for data analysis, using NVIVO.

Main results

It was verified that these companies have a sustainable business model that works with the resolution of socio-environmental problems, through their core activity and even with practices that benefit society and the environment.

Theoretical / methodological contributions

This research contributes to the literature by identifying other characteristics of the sustainable business model of B Corps in the categories: resolution of socio-environmental problems, certification, and sustainability indicators and goals.

Social / management contributions

As managerial contributions, the study can serve as a basis for companies that seek to develop their sustainable business model, as well as an incentive for entrepreneurs to seek B certification, and serve as a stimulus for sustainability practices in organizations.

Keywords: B Corps, Business Model, Sustainability, Social and Environmental Impact

A COMUNICAÇÃO COMO ESTRATÉGIA DE RELACIONAMENTO COM O CIDADÃO: UM ESTUDO DE CASO NA PREFEITURA MUNICIPAL DE ITAGUARA.

COMMUNICATION AS A RELATIONSHIP STRATEGY WITH THE CITIZEN: A CASE STUDY IN THE MUNICIPALITY OF ITAGUARA. ABRIR NO GOOGLE TRADUTOR

JÉFERSON REZENDE DE OLIVEIRA - PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS (PUC MINAS)
ESTER ELIANE JEUNON - FUNDAÇÃO PEDRO LEOPOLDO (FPL)

Objetivo do estudo

Identificar formas pelas quais a Prefeitura Municipal de Itaguara pode otimizar suas estratégias de comunicação, ampliando o acesso à informação para os cidadãos

Relevância/originalidade

Este relato técnico evidenciou a necessidade da prefeitura se adequar às necessidades informacionais dos cidadãos, expandindo e alterando o processo de divulgação, fazendo com que este atinja todos os munícipes, adotando novas tecnologias que levem ao aperfeiçoamento da equipe e da instituição.

Metodologia/abordagem

Como procedimentos metodológicos foram realizadas pesquisas quantitativa e qualitativa descritivas, tendo como método o estudo de caso.

Principais resultados

A satisfação dos cidadãos, quanto aos serviços informacionais, foi classificada como moderada a alta. Contudo, as notas mais baixas apontaram a ineficiência na entrega de informações, uma carência de capacitação profissional e de assistência individual. Foram indicadas como melhorias.

Contribuições teóricas/metodológicas

Constatou-se que o processo de divulgação inicia com o repasse das informações pelo prefeito ou secretarias. Verificou-se que o conteúdo divulgado não atinge maioria dos cidadãos, principalmente os residentes nas zonas rurais ou em bairros afastados.

Contribuições sociais/para a gestão

Com intuito de resolver os reveses apresentados pelos membros do setor de comunicação e pelos cidadãos itaguarenses, a prefeitura deve intervir de forma extra e intraorganizacional. Dentro da organização podem ser criados planos estratégicos de treinamento e aperfeiçoamento de pessoal.

Palavras-chave: Cidadãos. , Prefeitura. , Comunicação. , Processo., Informações

Study purpose

Identify ways in which the Municipality of Itaguara can optimize its communication strategies, expanding access to information for citizens

Relevance / originality

This article highlighted the need for the city hall to adapt to the informational needs of citizens, expanding and changing the dissemination process, making it reach all citizens, adopting new technologies that lead to the improvement of the team and the institution.

Methodology / approach

As methodological procedures, descriptive quantitative and qualitative research were carried out, using the case study method.

Main results

Citizens' satisfaction with information services was classified as moderate to high. However, the lowest scores indicated inefficiency in the delivery of information, a lack of professional training and individual assistance were indicated as improvements.

Theoretical / methodological contributions

It was found that the disclosure process begins with the transfer of information by the mayor or secretariats. It was found that the content released does not reach the majority of citizens, especially those residing in rural areas or in remote

Social / management contributions

In order to resolve the setbacks presented by the members of the communication sector and by the citizens of Itaguara, the city hall must intervene in an extra and intra-organizational way. Within the organization, strategic plans for training and improving personnel can

Keywords: citizens, City hall, Communication, Process, Information

A CONTRIBUIÇÃO DA ANÁLISE DE RISCO AMBIENTAL DE OPERAÇÕES LOGÍSTICAS COMO INSTRUMENTO DE PROTEÇÃO SOCIAL E RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL

THE CONTRIBUTION OF ENVIRONMENTAL RISK ANALYSIS OF LOGISTICS OPERATIONS AS AN INSTRUMENT OF SOCIAL PROTECTION AND SOCIO-ENVIRONMENTAL RESPONSIBILITY

WILSON PIMENTA DA SILVA D'ÁVILA - INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO ESPÍRITO SANTO (IFES)

Objetivo do estudo

Proceder uma Análise de Risco Ambiental decorrente de vazamento de combustível seguido de incêndio proveniente de um caminhão-tanque em rodovia, em especial no que se refere à estimativa da magnitude dos fluxos térmicos gerados neste cenário acidental.

Relevância/originalidade

Certamente uma das palavras de ordem do momento chama-se sustentabilidade. Assim, a questão socioambiental é uma realidade não somente para o setor produtivo, mas também para o setor logístico, haja vista a importância que o modal rodoviário assumiu no território brasileiro.

Metodologia/abordagem

Foi realizada revisão bibliográfica para definir o modelo matemático a ser utilizado. O modelo proposto por Mudan (1984) foi escolhido para estimar a geometria das chamas, tal como diâmetro máximo da poça (D), comprimento da chama (H) e fluxos térmicos emitidos (q'').

Principais resultados

Em áreas urbanas os fluxos térmicos podem alcançar instalações comerciais, residenciais, dentre outras. Embora existam limitações, a Análise de Risco Ambiental realizada permitiu demonstrar a importância desta ferramenta enquanto instrumento de proteção social e responsabilidade socioambiental.

Contribuições teóricas/metodológicas

Poucos trabalhos têm realizado Análises de Riscos Ambientais para o setor logístico, em especial no que se refere aos estudos de magnitude dos eventos decorrentes de incêndios em caminhões-tanques. Este trabalho auxilia no planejamento territorial e atendimento a emergência ambiental.

Contribuições sociais/para a gestão

Este trabalho constitui um avanço nos estudos sobre gestão dos impactos ambientais gerados pelos incêndios, haja vista que estes eventos são capazes de tirar vidas, paralisar atividades socioeconômicas e destruir o patrimônio cultural, material e imaterial, constituído ao longo de gerações.

Palavras-chave: Meio ambiente, Sustentabilidade, Modelagem, Perigos, Incêndio

Study purpose

Carry out an Environmental Risk Analysis resulting from fuel leakage followed by fire from a tanker truck on the highway, especially with regard to estimating the magnitude of the thermal flows generated in this accidental scenario.

Relevance / originality

Certainly one of the watchwords of the moment is called sustainability. Thus, the socio-environmental issue is a reality not only for the productive sector, but also for the logistics sector, given the importance that the road modal has assumed in Brazilian territory.

Methodology / approach

A bibliographic review was performed to define the mathematical model to be used. The model proposed by Mudan (1984) was chosen to estimate the geometry of the flames, such as maximum pool diameter (D), flame length (H) and emitted heat fluxes (q").

Main results

In urban areas, thermal flows can reach commercial and residential facilities, among others. Although there are limitations, the Environmental Risk Analysis carried out made it possible to demonstrate the importance of this tool as an instrument of social protection and socio-environmental responsibility.

Theoretical / methodological contributions

Few studies have carried out Environmental Risk Analysis for the logistics sector, especially with regard to studies of the magnitude of events resulting from fires in tank trucks. This work assists in territorial planning and environmental emergency response.

Social / management contributions

This work constitutes an advance in studies on the management of environmental impacts generated by fires, given that these events are capable of taking lives, paralyzing socioeconomic activities and destroying cultural, material and immaterial heritage, constituted over generations.

Keywords: Environment, Sustainability, Modeling, Hazards, Fire

A DIMENSÃO SOCIAL DA SUSTENTABILIDADE E O PROCESSO DE TRANSPORTE DE ANIMAIS DOMÉSTICOS NO MODAL AÉREO

THE SOCIAL DIMENSION OF SUSTAINABILITY AND THE PROCESS OF TRANSPORTING DOMESTIC ANIMALS IN AIR MODE

MICHELLY APARECIDA DE BIANCHI - UNIVERSIDADE IBIRAPUERA
RAFAEL MORAIS PEREIRA - UNIVERSIDADE IBIRAPUERA

Objetivo do estudo

O objetivo geral deste estudo foi avaliar como os procedimentos para transporte de animais domésticos em voos domésticos afetam a dimensão social da sustentabilidade nas companhias aéreas.

Relevância/originalidade

Partindo da premissa de que a má gestão do processo de transporte de animais domésticos pode comprometer a sustentabilidade social das companhias aéreas, torna-se relevante analisar as lacunas no processo, desde a documentação exigida até as legislações envolvidas, visando melhorias.

Metodologia/abordagem

A metodologia usada se baseia em pesquisa de revisão bibliográfica exploratória e documental. Assim, a coleta de dados foi baseada em dados secundários. Além de artigos, foram consultadas: legislação sobre a temática, documentos institucionais das companhias e sites.

Principais resultados

Considerando os resultados, evidencia-se certa carência no comprometimento das empresas aéreas na dimensão social da sustentabilidade quando não prestam o serviço de acordo com a percepção dos clientes ou atendem de forma limitada, tornando ineficiente o processo de transporte dos animais domésticos.

Contribuições teóricas/metodológicas

Este estudo contribui com a literatura, porque ainda existem pontos a serem explorados e desafios para o processo atual, devido à falta de legislações mais institucionalizadas referente aos direitos dos animais e os regulamentos do transporte aéreo para esse tipo de serviço.

Contribuições sociais/para a gestão

Foram apresentadas propostas e oportunidades, para lidar com os desafios e dificuldades existentes, com o intuito de que as companhias aéreas possam melhorar o atual processo no transporte doméstico de animais pelo modal aéreo.

Palavras-chave: Gestão responsável, Sustentabilidade social, Transporte de animais, Modal aéreo, Sustentabilidade

Study purpose

The overall objective of this study was to evaluate how the procedures for transporting domestic animals on domestic flights affect the social dimension of sustainability in airlines.

Relevance / originality

Based on the premise that the mismanagement of the process of transporting domestic animals can compromise the social sustainability of airlines, it is relevant to analyze the gaps in the process, from the required documentation to the laws involved, aiming at improvements.

Methodology / approach

The methodology used is based on bibliographic review research and documentary research. Thus, data collection was based on secondary data. In addition to articles, we consulted: legislation on the subject, institutional documents of companies and websites.

Main results

There is a certain lack in the commitment of airlines in the social dimension of sustainability when they don't provide the service according to the perception of customers or attend in a limited way, making inefficient the process of transporting domestic animals.

Theoretical / methodological contributions

This study contributes to the literature, because there are still many points to be explored and challenges for the current process, due to the lack of more institutionalized legislation regarding animal rights and air transport regulations for this type of service.

Social / management contributions

Proposals and opportunities were presented to deal with existing challenges and difficulties, so that airlines can improve the current process of domestic transport of animals by air modal.

Keywords: Responsible management, Social sustainability, Animal transport, Air mode, Sustainability

A ECONOMIA CIRCULAR E O PROJETO DE RECOLHA DE BIORRESÍDUOS NO MUNICÍPIO DE PORTIMÃO, PORTUGAL

THE CIRCULAR ECONOMY AND THE BIO-WASTE COLLECTION PROJECT IN THE MUNICIPALITY OF PORTIMÃO, PORTUGAL

ADRIANA SOFIA DIOGO VIEIRA -
CLAUDIA VANESSA CUNHA -
JESSICA JOSIANA RIBEIRO - INSTITUTO SUPERIOR MANUEL TEIXEIRA GOMES
LUIZ GUERRAZZI - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Objetivo do estudo

Encontrar uma forma sustentável de gerir os bio-resíduos para atender a legislação da Comissão Europeia que dispõe que até 31 de Dezembro de 2023, todos os Estados Membros têm de assegurar que os bio-resíduos sejam recolhidos, separados e reciclados seletivamente e

Relevância/originalidade

Uma medida estratégica com o objetivo sustentável de diminuir a poluição derivada dos resíduos biológicos, com os recursos de que dispõe e apoios fornecidos e que seja económica e operacionalmente viável.

Metodologia/abordagem

Entrevistas e análise de caso, com as soluções implantadas em um projeto-piloto.

Principais resultados

Solução viabilizada e continuidade do projeto assegurada.

Contribuições teóricas/metodológicas

Solução que pode ser adotada por outros municípios; uma adoção dos princípios da economia circular envolvendo sociedade e poder público.

Contribuições sociais/para a gestão

Solução que pode ser adotada por outros municípios; uma adoção dos princípios da economia circular envolvendo sociedade e poder público.

Palavras-chave: Economia circular, União Europeia, Recolha de bio-resíduos,

Study purpose

To find a sustainable way to manage bio-waste to comply with European Commission legislation which states that by December 31, 2023, all Member States must ensure that bio-waste is collected, separated and recycled selectively and not mixed with other types of waste

Relevance / originality

A strategic measure with the sustainable objective of reducing pollution from biological waste, with the resources available and support provided and that is economically and operationally viable.

Methodology / approach

Interviews and case analysis, with the solutions implemented in a pilot project.

Main results

Solution made feasibly and continuity of the project assured.

Theoretical / methodological contributions

Solution that can be adopted by other municipalities; an adoption of circular economy principles involving society and public authorities.

Social / management contributions

Solution that can be adopted by other municipalities; an adoption of circular economy principles involving society and public authorities.

Keywords: Circular economy, European Union, Bio-waste collection

A ESTRUTURAÇÃO DE UMA COMUNIDADE DE PRÁTICA SOBRE DESIGN SCIENCE RESEARCH

STRUCTURING A COMMUNITY OF PRACTICE ON DESIGN SCIENCE RESEARCH

ADRIANA APARECIDA HONÓRIO DO SANTOS - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
NELSON JOSE ROSAMILHA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
SERGIO LUIZ CATTO - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
VALDEMILSON DE ASSIS ALVES DE ARAUJO - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Objetivo do estudo

Este Relato Técnico tem por objetivo documentar a experiência da criação e implementação de uma Comunidade de Prática, contribuindo com a instrumentalização conceitual e o desafio de discutir, partilhar e transformar o conhecimento em aplicação prática.

Relevância/originalidade

Por se tratar de um paradigma, a DSR tem encontrado barreiras, assim alguns pesquisadores despertaram para a necessidade de interagir, discutir e divulgar essa metodologia. Essa maior

interação entre eles contribui para que o método ganhe maior visibilidade e utilização na academia.

Metodologia/abordagem

A pesquisa segue uma abordagem qualitativa exploratória: explora e compreende o significado atribuído ao problema, sendo a análise construída das particularidades para informações gerais e interpretações. Tem por objetivo se aproximar do problema, maximizando o conhecimento em relação a este.

Principais resultados

Como resultado foi estruturada e implementada uma Comunidade de Prática. Ao final, espera-se alcançar um número de participantes ativos, contribuindo com uma plataforma que permita a aprendizagem através de colaboração e troca de experiência entre os participantes.

Contribuições teóricas/metodológicas

Apresentou a viabilidade da utilização de DSR para estudos, buscando estimular a difusão e discutir sua relevância e rigor, principalmente para criação de produtos tecnológicos. Acredita-se que o objetivo foi alcançado, principalmente no aprofundamento, difusão e compartilhamento do conhecimento da metodologia.

Contribuições sociais/para a gestão

Apresentou benefícios significativos, principalmente para os avanços científicos e tecnológicos que a metodologia pode alcançar e a relevância e eficácia que uma pesquisa possa demandar.

Palavras-chave: Design Science, Design Science Research, Comunidade de Prática

Study purpose

This Technical Report aims to document the experience of creating and implementing a Community of Practice, contributing to the conceptual instrumentalization and the challenge of discussing, sharing and transforming knowledge into practical application.

Relevance / originality

Because it is a paradigm, DSR has encountered barriers, so some researchers have awakened to the need to interact, discuss and disseminate this methodology. This greater interaction between them contributes to the method gaining greater visibility and use in academia.

Methodology / approach

The research follows an exploratory qualitative approach: it explores and understands the meaning attributed to the problem, and the analysis is built from the particularities to general information and interpretations. It aims to approach the problem, maximizing knowledge about it.

Main results

As a result, a Community of Practice was structured and implemented. In the end, it is expected to reach a number of active participants, contributing with a platform that allows learning through collaboration and exchange of experience among participants.

Theoretical / methodological contributions

It presents the feasibility of using DSR for studies, seeking to stimulate the dissemination and discuss its relevance and rigor, mainly for the creation of technological products. The objective was achieved, mainly in the deepening, dissemination and sharing of methodology knowledge.

Social / management contributions

It has presented significant benefits, mainly for the scientific and technological advances that the methodology can achieve and the relevance and effectiveness that a research can demand.

Keywords: Design Science, Design Science Research, Community of Practice

A GEOMETRIA DA VIA AVENIDA CORONEL TEIXEIRA EM FUNÇÃO À GESTÃO DE TRÁFEGO E A SUA INFRAESTRUTURA

THE GEOMETRY OF VIA AVENIDA CORONEL TEIXEIRA IN FUNCTION OF TRAFFIC MANAGEMENT AND ITS INFRASTRUCTURE

DÉBORA CAMILLY SILVA DE ARAÚJO - INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAZONAS

JUSSARA SOCORRO CURY MACIEL - INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO AMAZONAS

Agradecimento à órgão de fomento:

À Dra. Professora Jussara Socorro Cury Maciel. Ao órgão responsável pela Mobilidade Urbana. À coordenação do curso de Engenharia Civil do IFAM.

Objetivo do estudo

Considerando a caracterização viária e as inconsistências de aspectos na infraestrutura e na gestão de tráfego, este trabalho tem objetivo de mostrar o impacto que a geometria da via têm na gestão de tráfego, nos acidentes e no deslocamento na via.

Relevância/originalidade

A geometria da via é caracterizada por traçado propriamente dito. O sistema viário possui estrutura e operação complexas. O estudo da Avenida Coronel Teixeira busca ressaltar o diagnóstico do percurso desse caminho solicitado para averiguação estrutural.

Metodologia/abordagem

O método de pesquisa a ser utilizado tem como referência pesquisa qualitativa, a pesquisa teve levantamento de campo: levantamento de informações e definição de amostra e estudo de caso: acesso a informações do órgão público responsável pelo número de acidentes registrados.

Principais resultados

Em virtude das posições obtidas, procedeu-se que o estudo de caso conclui-se que a geometria precisa ter mais elaboração, as faixas da via são mal divididas, há muitas curvas, raio mínimo para circulação de 3 faixas, o traçado poderia ser mais elaborado.

Contribuições teóricas/metodológicas

Identificar confluências na pavimentação da via, tamanho da via, tamanho das faixas, sinalização e acidentes. Aplicar questionário de avaliação da rua e analisar in loco a parte estrutural. Verificar os dados computados do material solicitado por Órgão responsável.

Contribuições sociais/para a gestão

O estudo conteve as repostas de 30 pessoas, com faixa etária de 19 a 43 anos, pessoas que moram há muito tempo em Manaus, que frequentam a Avenida Coronel Teixeira, possuem em média 9 anos de carteira de habilitação.

Palavras-chave: Geometria, Tráfego, Infraestrutura

Study purpose

Considering the road characterization and the inconsistencies of aspects in the infrastructure and in the traffic management, this work aims to show the impact that the geometry of the road has on traffic management, accidents and displacement on the road.

Relevance / originality

The geometry of the track is characterized by the layout itself. The road system has a complex structure and operation. The study of Avenida Coronel Teixeira seeks to highlight the diagnosis of the route of this path requested for structural investigation.

Methodology / approach

The research method to be used has qualitative research as a reference, the research had a field survey: information gathering and sample definition and case study: access to information from the public agency responsible for the number of accidents recorded.

Main results

Due to the propositions obtained, the case study concluded that the geometry needs more elaboration, the lanes of the road are poorly divided, there are many curves, minimum radius for circulation of 3 lanes, the layout could be more elaborate.

Theoretical / methodological contributions

Identify confluences in road paving, road size, lane size, signaling and accidents. Apply a street assessment questionnaire and analyze the structural part in loco. Check the computed data of the material requested by the responsible Agency.

Social / management contributions

The study contained the responses of 30 people, aged between 19 and 43 years, people who have lived for a long time in Manaus, who frequent Avenida Coronel Teixeira, have an average of 9 years of driver's license.

Keywords: Geometry, Traffic, Infrastructure

A IDENTIDADE PESSOAL DO EMPREENDEDOR COMO BASE DO COMPORTAMENTO EFETUAL

THE PERSONAL IDENTITY OF THE ENTREPRENEUR AS A BASE EFFECTUAL BEHAVIOR

ANTONIO DONIZETE FERREIRA DA SILVA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
EDMILSON DE OLIVEIRA LIMA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Objetivo do estudo

O estudo objetivou examinar como a identidade pessoal embasa o comportamento efetual de empreendedores.

Relevância/originalidade

Os achados são três: 1) a identidade pessoal relaciona-se ao desenvolvimento do negócio e à aversão ao risco; 2) a identidade pessoal relaciona-se a comportamentos causais ou efetuais 3) Os meios efetuais (identidade, conhecimento e relações) possuem dinâmicas e interrelações próprias.

Metodologia/abordagem

A pesquisa é qualitativa/exploratória com uma amostra de 12 casos estudados a partir de entrevistas semiestruturadas e a análise de conteúdo realizada com o software Atlas.ti.

Principais resultados

Os resultados evidenciam influência direta da identidade nos meios efetuais do conhecimento e da rede de relação, revelando comportamentos intuitivos ou planejados conforme há maior paixão do empreendedor pelo objeto do negócio ou pelo negócio em si.

Contribuições teóricas/metodológicas

As contribuições teóricas revelam dinâmicas pouco estudadas da teoria da efetuação em relação às interrelações dos meios efetuais e também sobre a identidade pessoal e o desenvolvimento do negócio e a aversão aos riscos assumidos no negócio.

Contribuições sociais/para a gestão

As contribuições sociais revelam que quanto mais paixão o empreendedor tem por suas atividades empreendedoras, maior tende a ser a mescla entre aspectos pessoais e profissionais em seu trabalho, tornando a jornada empreendedora uma jornada também de autoconhecimento e de realização pessoal.

Palavras-chave: Identidade, Efetuação, Empreendedorismo, Causação, comportamento efetual

Study purpose

The study aimed to examine how personal identity underpins the effective behavior of entrepreneurs.

Relevance / originality

The findings are threefold: 1) personal identity is related to business development and risk aversion; 2) personal identity is related to causal or effectual behaviors 3) The effectual means (identity, knowledge and relationships) have their own dynamics and interrelationships.

Methodology / approach

The research is qualitative/exploratory with a sample of 12 cases studied from semi-structured interviews and content analysis performed with Atlas.ti software.

Main results

The results show a direct influence of identity on the effective means of knowledge and the relationship network, revealing intuitive or planned behaviors according to the entrepreneur's greater passion for the object of the business or for the business itself.

Theoretical / methodological contributions

Theoretical contributions reveal little studied dynamics of effectuation theory in relation to the interrelationships of effectual means and also on personal identity and business development and aversion to the risks assumed in the business.

Social / management contributions

Social contributions reveal that the more passion the entrepreneur has for his entrepreneurial activities, the greater the mix between personal and professional aspects in his work, making the entrepreneurial journey also a journey of self-knowledge and personal fulfillment.

Keywords: Identity, effectuation, Entrepreneurship, Causation, effectual behavior

A IMPLANTAÇÃO DO PMO E O NÍVEL DE COMPETÊNCIAS EM PROJETOS DOS FUNCIONÁRIOS PÚBLICOS: AS LIÇÕES APRENDIDAS PELA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA NA CIDADE DE OSASCO.

THE PMO IMPLANTATION AND THE LEVEL OF COMPETENCES IN PROJECTS OF GOVERNMENT EMPLOYEERS: LESSONS LEARNED BY THE PUBLIC ADMINISTRATION IN THE CITY OF OSASCO.

ANDRÉ ROBERTO RAMOS DOS SANTOS - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Objetivo do estudo

O objetivo deste relato técnico é apresentar as lições aprendidas na implantação do PMO – Project Management Office e o nível de competências em projetos dos funcionários dessa nova estrutura organizacional da administração pública na cidade de Osasco.

Relevância/originalidade

Em busca das respostas dos problemas apontados, abordamos através da literatura os dois assuntos de interesse deste relato técnico: o primeiro é sobre o PMO - Project Management Office e o segundo sobre a análise de competências em projetos.

Metodologia/abordagem

A metodologia foi implantada com a participação do autor atuando como parte diretamente envolvida, o que caracterizou o método de abordagem como uma pesquisa-ação, na qual os autores se envolvem com o caso e contribuem para o alcance dos resultados.

Principais resultados

Aprendizado obtido, constituir um banco de lições aprendidas e um grande encontro com todos os gerentes de projetos, para que todos possam dar seu testemunho das lições aprendidas até esse momento, que possa ser consultado futuramente, quando da implantação de outros PMO.

Contribuições teóricas/metodológicas

Ampliar e disseminar material para outros estudos de implantação de escritório de projetos na área pública, com foco em novas áreas como inovação e tecnologia.

Contribuições sociais/para a gestão

Dar continuidade do aprendizado obtido com as lições aprendidas, dar suporte a administração pública para implantação do PMO voltados ao desenvolvimento e gerenciamento de projetos de inovação frugal.

Palavras-chave: Project Management Office, Gestão de Projetos, Competências em Projetos, Lições Aprendidas, Cidade de Osasco

Study purpose

The objective of this technical report is to present the lessons learned in the implementation of the Project Management Office and the level of competences in projects of the employees of this new organizational structure of the public adm in Osasco.

Relevance / originality

In search of answers to the problems mentioned, we approached through the literature the two subjects of interest in this technical report: the first is about the Project Management Office and the second about the analysis of competences in projects.

Methodology / approach

The methodology was implemented with the participation of the author acting as a directly involved party, which characterized the approach method as an action research, in which the authors get involved with the case and contribute to the achievement of results.

Main results

Learning obtained, to create a bank of lessons learned and a great meeting with all project managers, so that everyone can give their testimony of the lessons learned so far, which can be consulted in the future, when other PMO's.

Theoretical / methodological contributions

Expand and disseminate material for other studies of project office implementation in the public area, focusing on new areas such as innovation and technology.

Social / management contributions

Continuing the learning obtained with the lessons learned, supporting the administration public for the implementation of the PMO, development and management of frugal innovation projects.

Keywords: Project Management Office, Project management, Competences in Projects, Lessons Learned, Osasco City

A IMPORTÂNCIA DA INSTITUCIONALIZAÇÃO DE AÇÕES INOVADORAS NO CONTEXTO DA GESTÃO – ESPORTISMO E A APLICAÇÃO DE COMPETÊNCIAS ADQUIRIDAS NO ESPORTE QUE AUXILIAM O DESEMPENHO PROFISSIONAL

THE IMPORTANCE OF INSTITUTIONALIZING INNOVATIVE ACTIONS IN MANAGEMENT - SPORTSMANSHIP AND THE APPLICATION OF COMPETENCIES ACQUIRED IN SPORTS THAT HELP PROFESSIONAL PERFORMANCE

RODRIGO GUIMARÃES MOTTA - PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO - PUC SP
WAGNER CASTROPIL - INSTITUTO VITA
WAGNER HILÁRIO PADULA BORGES -
MARIA AMÉLIA JUNDURIAN CORÁ - UFAL - UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS

Resumo

Segundo o Esportismo, há cinco competências apreendidas nas práticas esportivas que podem ser aplicadas na vida profissional de modo a obter-se melhores resultados no trabalho – atitude, visão, estratégia, execução e teamwork. Visando a compreender se e como as competências apreendidas com práticas esportivas contribuem para o melhor desempenho no trabalho e no esporte, esta pesquisa narrativa de método indutivo propôs seis estudos de caso diante das vivências de altos executivos/empresários e atletas que são referência em suas áreas. A partir das entrevistas realizadas, este estudo verificou que as competências investigadas se mostraram presentes e influentes nos perfis profissionais dos entrevistados e cada um demonstrou ao menos uma habilidade com maior apropriação, corroborando, portanto, que as competências adquiridas no esporte se efetivam como uma ação inovadora ao auxiliar na alta performance profissional e no atingimento da excelência na gestão.

Palavras-chave: Esportismo, Práticas esportivas e organizacionais, Gestão

Abstract

According to Sportsmanship, there are five competencies learned through sports practices that can be applied in professional life to obtain better results at work – attitude, vision, strategy, execution, and teamwork. To understand if and how these competencies contribute to a better performance at work and in sports, this inductive reasoning narrative research proposed six case studies based on experiences of top executives/entrepreneurs and athletes who are references in their fields. Based on the conducted interviews, this study identified that the competencies investigated were present and influential in the respondents' professional profiles, each one showing at least one skill with greater appropriation, and corroborated that

the competencies acquired in sports are effective as an innovative action to assist in professional performance and in achieving excellence in management.

Keywords: Sportsmanship, Sports and organizational practices, Management

A IMPORTÂNCIA DO GERENCIAMENTO DE PROJETOS NA ELABORAÇÃO DE UM GUIA DE VISITA DOMICILIAR

THE IMPORTANCE OF PROJECT MANAGEMENT IN THE DEVELOPMENT OF A HOME VISIT GUIDE

ROSEMARY APARECIDA FRACOLLI PECORA - USP - UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
JOSE LUIS DALTO - UTFPR - UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ

Resumo

Compreender os processos de gerenciamento de projetos é importante para haver boas chances de êxito em um projeto. Assim, há que se obter um termo de abertura e um gerenciamento de escopo adequadamente alinhados e bem estruturados e tais etapas se inserem justamente nos grupos de iniciação e planejamento do projeto. Este estudo teve como objetivo identificar a importância do termo de abertura e do gerenciamento do escopo de um projeto de elaboração de um guia de visita domiciliar. Esta pesquisa fez parte de um projeto em parceria com o UNICEF, Ministério da Cidadania e EEUSP, com estratégias para apoiar mães e pais adolescentes desde a gestação até 18 meses da criança em situação de vulnerabilidade. O estudo apontou um inadequado levantamento e elaboração de documentações necessárias para a equipe do projeto e dos “stakeholders”, bem como dificuldades da equipe em identificar claramente o produto a ser desenvolvido.

Palavras-chave: Gestão de Projetos, Termo de Abertura (TAP), Gerenciamento do Escopo, Elaboração Guia

Abstract

Understanding project management processes is important to having a good chance of success on a project. Thus, it is necessary to obtain an opening term and a properly aligned and well-structured scope management, and such steps are precisely included in the project initiation and planning groups. This study aimed to identify the importance of the charter and scope management of a project to develop a home visit guide. This research was part of a project in partnership with UNICEF, Ministry of Citizenship and EEUSP, with strategies to support adolescent mothers and fathers from pregnancy to 18 months of the child in a vulnerable situation. The study pointed out an inadequate survey and preparation of necessary documentation for the project team and stakeholders, as well as difficulties for the team to clearly identify the product to be developed.

Keywords: Project Management, Project Charter, Scope Management, Guide Development

A INDÚSTRIA 4.0 E AS INOVAÇÕES EM SUPRIMENTOS: ESTUDO DE CASO DE APLICAÇÃO DO STRATEGIC SOURCING

INDUSTRY 4.0 AND INNOVATIONS IN SUPPLY: CASE STUDY OF STRATEGIC SOURCING APPLICATION

FREDERICO CESAR MAFRA PEREIRA - UFMG
BRAULIO ALAOR DA SILVA QUEIROZ - CENTRO UNIVERSITÁRIO UNA
MARCELO AGENOR ESPÍNDOLA - SENAC

Objetivo do estudo

Descrever as oportunidades de automatização dos processos de suprimentos à luz da Indústria 4.0. Buscou-se identificar os motivos da implementação do modelo de Strategic Sourcing, avaliando a percepção dos colaboradores, e apresentar as oportunidades de automatização à luz da Indústria 4.0.

Relevância/originalidade

Ampliação da discussão de novos modelos de gestão da cadeia de suprimentos, suprimindo lacunas científicas, sobretudo na aplicação do Strategic Sourcing, à luz das características da Indústria 4.0, sobretudo no contexto de uma organização multinacional de grande porte.

Metodologia/abordagem

Estudo de caso de natureza pesquisa descritiva, com abordagem qualitativa e objetivo exploratório-descritivo. Utilizou-se um roteiro semiestruturado na realização das entrevistas junto aos profissionais de compras do departamento de suprimentos da organização. Como técnica de análise aplicou-se a análise de conteúdo.

Principais resultados

A empresa definiu o modelo de gestão em função do seu crescimento e da necessidade de controle de indicadores gerenciais, permitindo, assim, identificar possíveis automatizações em processos e utilizando, sobretudo, os princípios da indústria 4.0 para as atividades do departamento de compras.

Contribuições teóricas/metodológicas

Validação de atributos associados ao modelo de Strategic Sourcing para a gestão de suprimentos, sustentado sob a ótica científica contemplada neste estudo, identificando sobretudo as oportunidades de automatização dos processos de suprimentos à luz da Indústria 4.0 no departamento de compras.

Contribuições sociais/para a gestão

O estudo permitiu à empresa ‘Ômega’ uma avaliação mais precisa sobre os impactos da adoção da Strategic Sourcing em seu modelo logístico integrado, demonstrando e reforçando a aplicabilidade do modelo no segmento ferroviário, otimizando os processos e como consequência melhorando as relações

Palavras-chave: Logística, Suprimentos, Indústria 4.0, Modelo de Gestão, Inovação

Study purpose

Describe opportunities for automating supply processes in light of Industry 4.0. We sought to identify the reasons for implementing the Strategic Sourcing model, evaluating the perception of employees, and presenting automation opportunities in the light of Industry 4.0.

Relevance / originality

Expansion of the discussion of new models of supply chain management, filling scientific gaps, especially in the application of Strategic Sourcing, in light of the characteristics of Industry 4.0, especially in the context of a large multinational organization.

Methodology / approach

Case study of a descriptive research nature, with a qualitative approach and an exploratory-descriptive objective. A semi-structured script was used in the interviews with purchasing professionals from the organization's supply department. As an analysis technique, content analysis was applied.

Main results

The company defined the management model based on its growth and the need to control management indicators, thus allowing the identification of possible process automation and using, above all, the principles of industry 4.0 for the activities of the purchasing department.

Theoretical / methodological contributions

Validation of attributes associated with the Strategic Sourcing model for supply management, supported by the scientific perspective contemplated in this study, identifying above all opportunities for automating supply processes in the light of Industry 4.0 in the purchasing department.

Social / management contributions

The study allowed the company 'Ômega' a more accurate assessment of the impacts of adopting Strategic Sourcing in its integrated logistics model, demonstrating and reinforcing the applicability of the model in the railway segment, optimizing processes and, as a consequence, improving relationships.

Keywords: Logistics, Supplies, Industry 4.0, Management model, Innovation

A INFLUÊNCIA DA EXPERIÊNCIA DO CLIENTE NA SUA RETENÇÃO: UM ESTUDO NA FACULDADE COTEMIG – BELO HORIZONTE

THE INFLUENCE OF CUSTOMER EXPERIENCE ON RETENTION: A STUDY AT FACULDADE COTEMIG – BELO HORIZONTE

DAYANE SOARES DE OLIVEIRA - FUNDAÇÃO PEDRO LEOPOLDO (FPL)
ESTER ELIANE JEUNON - FUNDAÇÃO PEDRO LEOPOLDO (FPL)

Objetivo do estudo

Analisar de que forma a gestão estratégica da experiência do cliente influencia a retenção dos clientes da Faculdade Cotemig – Belo Horizonte.

Relevância/originalidade

A aplicabilidade desta pesquisa mostra-se de suma relevância, na medida em que a utilização dos resultados pode auxiliar outras IES a criarem estratégias para a gestão da experiência do cliente com fator de retenção.

Metodologia/abordagem

Pesquisa descritiva, com abordagem quantitativa e qualitativa, tendo como participantes da pesquisa de pesquisa clientes, professores e coordenador de curso da Faculdade Cotemig – Belo Horizonte.

Principais resultados

A IES precisou se reinventar ao longo dos anos e que os esforços da gestão da Faculdade Cotemig focaram em melhorar o relacionamento com o aluno-cliente, utilizando métodos e técnicas orientadas para promover a retenção e mitigar a evasão.

Contribuições teóricas/metodológicas

Os resultados da aplicação da escala podem contribuir de forma relevante para melhorias relativas a experiências proporcionadas pelos serviços ofertados na IES.

Contribuições sociais/para a gestão

Existe uma demanda significativa no mercado para o tema “Customer Experience Management” Os gestores que atuam no âmbito educacional precisam disseminar questões sobre a experiência do cliente, tanto interna quanto externamente, identificar os fatores de retenção a partir da experiência do cliente.

Palavras-chave: Gestão, Influência, Experiência, Cliente, Retenção

Study purpose

To analyze how the strategic management of the customer experience influences the retention of customers at Faculdade Cotemig – Belo Horizonte.

Relevance / originality

The applicability of this research is extremely relevant, as the use of the results can help other HEIs to create strategies for the management of the customer experience with a retention factor.

Methodology / approach

Descriptive research, with a quantitative and qualitative approach, having as research participants clients, professors and course coordinator at Faculdade Cotemig – Belo Horizonte.

Main results

The IES had to reinvent itself over the years and that the efforts of the management of Faculdade Cotemig focused on improving the relationship with the student-client, using methods and techniques oriented to promote retention and mitigate dropout.

Theoretical / methodological contributions

The results of the application of the scale can significantly contribute to improvements related to the experiences provided by the services offered at the HEI.

Social / management contributions

There is a significant demand in the market for the topic “Customer Experience Management” Managers working in the educational field need to disseminate questions about customer experience, both internally and externally, identify retention factors based on customer experience.

Keywords: Management, Influence, Experience, Customer, Retention

A INFLUÊNCIA DA INTELIGÊNCIA CULTURAL NA RELAÇÃO ENTRE A APRENDIZAGEM INDIVIDUAL DO GERENTE DE PROJETOS E O SUCESSO EM PROJETOS

THE INFLUENCE OF CULTURAL INTELLIGENCE ON THE RELATIONSHIP BETWEEN PROJECT MANAGER'S INDIVIDUAL LEARNING AND PROJECT SUCCESS

RONALDO CRUZ DA SILVA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
ISABEL CRISTINA SCAFUTO - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
MANUEL PORTUGAL - INSTITUTO POLITÉCNICO DE LEIRIA - LEIRIA - PORTUGAL
FERNANDO ANTONIO RIBEIRO SERRA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

Agradeço à CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil) e ao Fundo de Apoio à Pesquisa - FAP-UNINOVE.

Objetivo do estudo

O objetivo deste trabalho é analisar o efeito moderador da inteligência cultural na relação entre a aprendizagem individual do gerente de projetos e as dimensões de sucesso em projetos.

Relevância/originalidade

A capacidade de aprendizagem individual do gerente de projetos, e a capacidade de se adaptar a diferentes contextos, pode levar ao sucesso em projetos, podendo ser viabilizada por meio da inteligência cultural, demonstrando assim, a sua relevância.

Metodologia/abordagem

O estudo se deu a partir da análise multivariada de dados, com aplicação da modelagem de equações estruturais com PLS. Para realizar essa análise foi utilizado o software SmartPLS versão 3.0.

Principais resultados

Com base nos resultados deste estudo, é possível concluir que a inteligência cultural, por meio de suas dimensões, inteligência ICK e ECF, potencializa a relação entre a aprendizagem individual do gerente de projetos e a dimensão eficiência do projeto.

Contribuições teóricas/metodológicas

Também ajuda a fortalecer o desenvolvimento da teoria sobre a inteligência cultural, pois uma vez confirmada a moderação na relação apresentada, pode-se desenvolver novas abordagens a partir desta condição.

Contribuições sociais/para a gestão

Este estudo também visa dar apoio ao praticante a fim de melhorar sua atuação em projetos internacionais.

Palavras-chave: Inteligência Cultural, Aprendizagem individual em projetos, Sucesso em Projetos, Gestão de Projetos Internacionais, Projetos Interculturais

Study purpose

The objective of this work is to analyze the moderating effect of cultural intelligence on the relationship between the project manager's individual learning and the dimensions of success in projects.

Relevance / originality

The project manager's individual learning ability, and the ability to adapt to different contexts, can lead to success in projects, and can be made possible through cultural intelligence, thus demonstrating its relevance.

Methodology / approach

The study was based on the multivariate analysis of data, with the application of structural equation modeling with PLS. To perform this analysis, the SmartPLS software version 3.0 was used.

Main results

Based on the results of this study, it is possible to conclude that cultural intelligence, through its dimensions, ICK and ECF intelligence, enhances the relationship between the project manager's individual learning and the project efficiency dimension.

Theoretical / methodological contributions

It also helps to strengthen the development of theory on cultural intelligence, as once moderation is confirmed in the relationship presented, new approaches can be developed based on this condition.

Social / management contributions

This study also aims to support practitioners in order to improve their performance in international projects.

Keywords: Cultural Intelligence, Individual learning in projects, International Project Management, Success in Projects, Intercultural Projects

A INFLUÊNCIA DA INTERATIVIDADE NA ATITUDE E INTENÇÃO DE COMPRA: UM ESTUDO BASEADO NOS APLICATIVOS DE DELIVERY DE COMIDA.

THE INFLUENCE OF INTERACTIVITY ON ATTITUDE AND PURCHASE INTENTION: A STUDY BASED ON FOOD DELIVERY APPS.

DIOGO LEITE DA CRUZ - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
JOANA ROSA CARDOSO DE CARVALHO - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
RONY CASTRO FERNANDES DE SOUSA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
JOSUE JEAN DANIEL ETIENNE - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à orgão de fomento:

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001. E Programa Institucional de Bolsas de Estudo para os Mestrados e Doutorados / FAP – UNINOVE

Objetivo do estudo

Este estudo teve como objetivo investigar a influência da interatividade na atitude e intenção de compras através dos aplicativos de delivery de comida

Relevância/originalidade

Esta pesquisa baseia-se nos estudos sobre aplicativos de delivery que traz lacunas oportunas para novos estudos. Com base nas lacunas, os autores adicionaram a interatividade relacionada com a atitude e intenção de compra dos usuários de aplicativos de delivery de comida.

Metodologia/abordagem

Foi realizada uma survey, respondida por 116 usuários de aplicativos de delivery de comida, os dados foram analisados por meio de modelagem de equações estruturais de mínimos quadrados parciais (PLS-SEM).

Principais resultados

Os resultados demonstram que a interatividade tem um impacto positivo sobre os aplicativos de delivery de comida. Também se constatou que a interatividade dos aplicativos de delivery de comida aumenta a atitude e intenção de compra dos usuários

Contribuições teóricas/metodológicas

A maior contribuição deste estudo é apresentar o efeito positivo da interatividade sobre a atitude e intenção de compra dos usuários de aplicativos de delivery de comida. Pois quanto maior a interatividade, maior é a atitude e intenção de compra dos usuários.

Contribuições sociais/para a gestão

Esta pesquisa contribui para o desenvolvimento e atualizações dos aplicativos de delivery de comida, possibilitando aos gestores a darem ênfase nos recursos interativos, tornando a navegação mais agradável e responsiva, fazendo com que o usuário tenha mais controle em suas ações.

Palavras-chave: Interatividade, aplicativos de delivery, Atitude, Intenção de compras

Study purpose

This study aimed to investigate the influence of interactivity on attitude and purchase intention through food delivery apps.

Relevance / originality

This research is based on studies on delivery apps that bring timely gaps for new studies. Based on the gaps, the authors added interactivity related to the attitude and purchase intention of users of food delivery apps.

Methodology / approach

A survey was performed, answered by 116 users of food delivery applications, the data were analyzed using partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM).

Main results

The results demonstrate that interactivity has a positive impact on food delivery apps. It was also found that the interactivity of food delivery apps increases the attitude and purchase intention of users

Theoretical / methodological contributions

The greatest contribution of this study is to present the positive effect of interactivity on the attitude and purchase intention of users of food delivery applications, because the greater the interactivity, the greater the attitude and purchase intention of users

Social / management contributions

This research contributes to the development and updates of food delivery applications, enabling managers to emphasize interactive features, making navigation more pleasant and responsive, giving the user more control over their actions.

Keywords: Interactivity, Delivery application, attitudes towards, purchase intention

A INFLUÊNCIA DAS EQUIPES MULTI LOCALIZADAS NA GESTÃO DE PROJETOS EMPREENDEDORES

THE INFLUENCE OF MULTI-SITE TEAMS ON ENTREPRENEURIAL PROJECT MANAGEMENT

MARIANNA ESTEVES NASCIMENTO - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
ROQUE RABECHINI JUNIOR - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

Agradeço ainda ao meu orientador, Professor Dr. Roque Rabechini Júnior, por todo empenho e apoio durante toda trajetória; meu muito obrigada e admiração. Ao Professor Dr. Flavio Bizarrias por ajudar quando não sabia que caminho seguir e tornar todo processo mais leve; gratidão sempre. Aos colegas por todo apoio e por estarem sempre dispostos a colaborar com meu processo, muito obrigada. E à instituição e demais Professores, que aprendi a admirar, tanto pela metodologia, quanto pelas pessoas que a frequentam e nela lecionam.

Objetivo do estudo

Ilustrar a influência de equipes multi localizadas de projetos empreendedores e como apresentam diferenciais na renovação da forma de liderar, como mostrar as habilidades de lideranças empreendedoras apesar da distância e das dificuldades culturais e linguísticas.

Relevância/originalidade

Mostra como ambientes empreendedores podem ser a solução para novos formatos de trabalho e necessidades de novos formatos de projetos e como conduzir de forma satisfatória o desempenho das equipes que não ocupam mesmo espaço físico.

Metodologia/abordagem

Revisão Sistemática da literatura com buscas em bases da Web of science e Scopus com análise de 154 artigos através de uma pesquisa qualitativa.

Principais resultados

O empreendedorismo pode contribuir para a adaptação do ambiente multi localizado, adaptação dos colaboradores, gestão diferenciada e as superações de comunicação e culturais. Além da contribuição para ambiente de projetos, encontramos grande contribuição para as organizações .

Contribuições teóricas/metodológicas

Implantar o empreendedorismo dentro das organizações, através de liderança, gestão e ambiente de projetos empreendedores, pode ser a solução para sanar problemas cotidianos e trazer grandes ganhos para ambientes de projetos.

Contribuições sociais/para a gestão

Trazendo uma nova visão do ambiente, de acordo com quem o experiência no dia a dia, teríamos ainda mais conhecimento de possíveis ganhos e perdas, além de maior destaque para colaborar com novos ambientes globais Óticas diferentes sobre um mesmo espaço.

Palavras-chave: Empreendedorismo, Equipes Multi-localizadas, gestão de Projetos, Times, Projetos Empreendedores

Study purpose

To illustrate the influence of multi-localized entrepreneurial project teams and how they present differentials in the renewal of the way of leading, how to show the entrepreneurial leadership skills despite the distance and the cultural and linguistic difficulties.

Relevance / originality

It shows how entrepreneurial environments can be the solution for new work formats and the needs of new project formats, and how to satisfactorily conduct the performance of teams that do not occupy the same physical space.

Methodology / approach

Systematic literature review with searches in Web of science and Scopus databases with analysis of 154 articles through a qualitative research.

Main results

Entrepreneurship can contribute to the adaptation of the multi-localized environment, adaptation of employees, differentiated management, and the overcoming of communication and culture. In addition to the contribution to the project environment, we find a great contribution to organizations.

Theoretical / methodological contributions

Implementing entrepreneurship within organizations, through leadership, management and entrepreneurial project environment, may be the solution to remedy daily problems and bring great gains to project environments.

Social / management contributions

Bringing a new vision of the environment, according to those who experience it on a daily basis, we would have even more knowledge of possible gains and losses, as well as greater prominence to collaborate with new global environments Different optics on

Keywords: Entrepreneurship, Multi-location Teams, Project management, Teams, Entrepreneurial Projects

A INFLUÊNCIA DAS INTELIGÊNCIAS EMOCIONAL E CULTURAL NO SUCESSO DOS PROJETOS, UM ESTUDO QUANTITATIVO.

THE INFLUENCE OF EMOTIONAL AND CULTURAL INTELLIGENCES ON PROJECTS' SUCCESS, A QUANTITATIVE STUDY.

LAURIVAL SIQUEIRA CALÇADA JUNIOR - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

Esta pesquisa tem o apoio da CAPES.

Objetivo do estudo

investigar se existe influência das inteligências cultural e emocional no sucesso do projeto, percebendo que o sucesso não pode ser entendido de maneira restrita aos processos e sim dentro de um conceito estratégico mais amplo, compreendendo o contexto.

Relevância/originalidade

A pesquisa mostra que o sentimento de pertencimento dos membros da equipe tem forte relação com o sucesso dos projetos.

Metodologia/abordagem

A partir de uma abordagem quantitativa, aplicamos um questionário a 231 profissionais ativos em projetos de vários segmentos no Brasil, posteriormente uma análise fatorial e uma regressão linear foram utilizadas para o tratamento dos dados.

Principais resultados

A análise revelou que a satisfação do cliente é fator de percepção de sucesso, além do triângulo de ferro. As hipóteses confirmaram que influências da inteligência emocional; autoconhecimento, autocontrole, associadas aos fatores inteligência cultural cognitiva e comportamental são positivos para o sucesso.

Contribuições teóricas/metodológicas

Para a teoria nosso estudo confirma que fatores contextuais (satisfação do cliente) estão ligados a fatores processuais (triângulo de ferro) na obtenção do sucesso.

Contribuições sociais/para a gestão

Para a prática propomos que as habilidades sociais do indivíduo; foco (inteligência emocional) e motivação/comportamento (inteligência cultural) ligadas ao sentimento de pertencimento são direcionadores para o sucesso.

Palavras-chave: projetos, Inteligência emocional, inteligência cultural, Sucesso em projetos

Study purpose

to investigate whether there is an influence of cultural and emotional intelligence on the success of the project, realizing that success cannot be understood in a restricted way to the processes, but within a broader strategic concept, understanding the context.

Relevance / originality

Research shows that the sense of belonging of team members is strongly related to the success of projects.

Methodology / approach

From a quantitative approach, we applied a questionnaire to 231 professionals active in projects from various segments in Brazil, later a factor analysis and a linear regression were used to process the data

Main results

The analysis revealed that customer satisfaction is a factor of perceived success, in addition to the iron triangle. The hypotheses confirmed that influences of emotional intelligence; self-knowledge, self-control, associated with cognitive and behavioral cultural intelligence factors are positive for success.

Theoretical / methodological contributions

For the theory, our study confirms that contextual factors (customer satisfaction) are linked to process factors (iron triangle) in achieving success.

Social / management contributions

For practice we propose that the social skills of the individual; focus (emotional intelligence) and motivation/behavior (cultural intelligence) linked to the feeling of belonging are drivers for success.

Keywords: project, emotional intelligence, cultural intelligence, project success

A INFLUÊNCIA DO ISOLAMENTO SOCIAL NAS RELAÇÕES ENTRE EMOÇÃO, COMPRA POR IMPULSO, VALOR DE COMPRA E DEPLEÇÃO DO EGO NA INTENÇÃO DE COMPRA INDULGENTE

THE INFLUENCE OF SOCIAL ISOLATION ON THE RELATIONSHIP AMONG EMOTION, IMPULSE PURCHASE, PURCHASE VALUE, AND EGO DEPLETION, IN INDULGENT PURCHASE INTENTION

DIEGO NOGUEIRA RAFAEL - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
EVANDRO LUIZ LOPES - ESCOLA SUPERIOR DE PROPAGANDA E MARKETING - ESPM
DOUGLAS VIDAL - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001

Objetivo do estudo

Este estudo tem o objetivo de identificar a influência do isolamento social nas relações entre emoções positiva e negativa, tendência de compra por impulso, valores de compra hedônico e utilitário e depleção do ego no consumo indulgente.

Relevância/originalidade

A originalidade teórica desta pesquisa está nas relações estabelecidas no modelo conceitual. Após pesquisa, não é do conhecimento dos autores, haver pesquisas na literatura que abordam as hipóteses estabelecidas, a partir do modelo conceitual e revisão da literatura.

Metodologia/abordagem

A pesquisa é quantitativa com análises estatísticas por meio da modelagem de equações estruturais com estimação de ajuste de mínimos quadrados parciais. Uma amostra de 311 estudantes foi utilizada no survey em corte transversal.

Principais resultados

Os principais resultados demonstram que a variável isolamento social percebido, observada atualmente em maiores níveis, em decorrência da pandemia da COVID-19, altera as relações entre emoções negativas, compra por impulso, valores de compra hedônico e utilitário e depleção do ego com a

Contribuições teóricas/metodológicas

A contribuição teórica envolve os construtos emoção positiva e negativa, valores de compra, hedônico e utilitário, e a depleção do ego com suas relações com a intenção de compra indulgente e não indulgente afetadas pelo isolamento social.

Contribuições sociais/para a gestão

As contribuições gerenciais são apontadas com relação às ferramentas de marketing, que podem alterar os níveis de intenção de compra indulgente e não indulgente de diferentes formas na condição do isolamento social.

Palavras-chave: isolamento social, emoção positiva e negativa, valores de compra, depleção do ego, consumo indulgente

Study purpose

This study aims to identify the influence of social isolation on the relationships between positive and negative emotions, impulse buying tendency, hedonic and utilitarian purchase values and ego depletion in indulgent consumption.

Relevance / originality

The theoretical originality of this research lies in the relationships established in the conceptual model. After research, the authors are not aware that there are studies in the literature that address the established hypotheses, based on the conceptual model and literature review.

Methodology / approach

The research is quantitative with statistical analysis through the modeling of structural equations with estimation of partial least squares fit. A sample of 311 students was used in the cross-sectional survey.

Main results

The main results demonstrate that the perceived social isolation variable, currently observed at higher levels as a result of the COVID-19 pandemic, alters the relationships between negative emotions, impulse buying, hedonic and utilitarian purchase values, and ego depletion with lenient and non-indulgent

Theoretical / methodological contributions

The theoretical contribution involves the constructs positive and negative emotion, purchase, hedonic and utilitarian values, and ego depletion with its relationships with indulgent and non-indulgent purchase intent affected by social isolation.

Social / management contributions

Managerial contributions are pointed out in relation to marketing tools, which can change the levels of indulgent and non-indulgent purchase intention in different ways in the condition of social isolation.

Keywords: social isolation, positive and negative emotion, purchase values, ego depletion, indulgent consumption

A INFLUÊNCIA DO MIX DE MARKETING NA NETFLIX AO LONGO DOS ANOS

THE INFLUENCE OF MARKETING MIX ON NETFLIX THROUGHOUT THE YEARS OLD

EMERSON ROBERTO NOESIO DA SILVA DE PAULA - UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PARANÁ - UNESPAR - CAMPUS APUCARANA
JOYCE DA SILVA GOMES PESSOA DE MELO - UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PARANÁ - UNESPAR - CAMPUS APUCARANA

Resumo

O trabalho teve como objetivo analisar de que forma o Mix de marketing vem sendo adotado pela marca Netflix e como suas estratégias têm contribuído para seu desenvolvimento e destaque em relação aos seus concorrentes no segmento de streaming. Foi realizado um estudo exploratório de abordagem qualitativa, com coleta de informações em fontes secundárias (site, redes sociais, entre outras). A empresa oferecia um serviço de locação de DVDs, oferecendo a entrega pelos correios a fim de suprir as necessidades dos consumidores. Com a evolução da tecnologia a marca inovou com a oferta de filmes e séries por streaming, contando com cerca de 200 milhões de assinaturas ao redor do mundo. Tratando-se de estratégias voltadas para o Mix de marketing, a empresa fornece a seus assinantes a capacidade de acessar e desfrutar de uma seleção de filmes, programas de televisão, 24 horas por dia, e um aplicativo dinâmico para o usuário.

Palavras-chave: Serviço, Tecnologia, Estratégias, Entretenimento

Abstract

The objective of this work was to analyze how the Marketing Mix has been adopted by the Netflix brand and how its strategies have contributed to its development and prominence in relation to its competitors in the streaming segment. An exploratory study with a qualitative approach was carried out, with the collection of information from secondary sources (website, social networks, among others). The company offered a DVD rental service, offering courier delivery to meet the needs of consumers. With the evolution of technology, the brand innovated with the offer of movies and series by streaming, with about 200 million subscriptions around the world. As a marketing mix-oriented strategy, the company provides its subscribers with the ability to access and enjoy a selection of movies, television shows, 24 hours a day, and a dynamic user application.

Keywords: Service, Technology, Strategies, Entertainment

A INTEGRAÇÃO FLEXÍVEL E PERMEÁVEL ENTRE O CONFLITO TRABALHO-FAMÍLIA E A ANSIEDADE

FLEXIBLE AND PERMEABLE INTEGRATION BETWEEN WORK-FAMILY CONFLICT AND ANXIETY

ADRIANE FABRICIO - UFSM - UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA

NAIRANA RADTKE CANEPELE - CENTRO UNIVERSITÁRIO UNIHORIZONTES

FERNANDA PASQUALINI - UNIJUÍ - UNIVERSIDADE REGIONAL DO NOROESTE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL

CECILIA SMANEOTO - UNIJUÍ - UNIVERSIDADE REGIONAL DO NOROESTE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL

Agradecimento à órgão de fomento:

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001

Objetivo do estudo

A ansiedade traço configura-se como antecedente do conflito trabalho família em suas dimensões interferência trabalho família, e interferência família trabalho? Nosso objetivo foi identificar se a ansiedade traço é antecedente das dimensões do conflito trabalho família.

Relevância/originalidade

A vida é cada vez mais mediada por papéis formais em configurações organizacionais onde existem transições de funções do dia a dia envolvendo casa, trabalho e outros. Existe a integração flexível e permeável entre o conflito trabalho-família e a ansiedade.

Metodologia/abordagem

Trata-se de uma pesquisa aplicada, quantitativa, de levantamento (Survey), na qual os dados foram analisados por meio de uma Análise Fatorial Confirmatória (AFC) com o uso da técnica de Modelagem de Equações Estruturais (MEE).

Principais resultados

As hipóteses apresentadas foram suportadas. A ansiedade-traço é antecedente do conflito trabalho-família em suas dimensões interferência trabalho-família, e interferência família-trabalho. A interferência trabalho-família impacta mais na ansiedade-traço do que a interferência família-trabalho.

Contribuições teóricas/metodológicas

A relação entre trabalho e família afetam o desempenho individual e organizacional, bem como, o funcionamento familiar considerando que a ansiedade-traço é antecedente do conflito trabalho-família.

Contribuições sociais/para a gestão

Dividir o espaço que antes era de descanso e lazer com as atividades de trabalho tem sido uma tarefa desafiadora. Identificamos que a dimensão interferência do trabalho na família (ITF) é a que mais impacta na ansiedade-traço.

Palavras-chave: Conflito trabalho-família, Interferência trabalho-família, Interferência família-trabalho, Ansiedade-traço

Study purpose

Is trait anxiety configured as an antecedent of work-family conflict in its dimensions of work-family interference and family-work interference? Our objective was to identify whether trait anxiety is an antecedent of the dimensions of work-family conflict.

Relevance / originality

Life is increasingly mediated by formal roles in organizational settings where there are transitions from day-to-day roles involving home, work, and others. There is flexible and permeable integration between work-family conflict and anxiety.

Methodology / approach

This is an applied, quantitative survey (Survey), in which the data were analyzed through a Confirmatory Factor Analysis (CFA) using the Structural Equation Modeling (SEM) technique.

Main results

The hypotheses presented were supported. Trait anxiety is an antecedent of work-family conflict in its dimensions of work-family interference and family-work interference. Work-family interference impacts trait anxiety more than family-work interference.

Theoretical / methodological contributions

The relationship between work and family affects individual and organizational performance, as well as family functioning, considering that trait anxiety is an antecedent of work-family conflict.

Social / management contributions

Dividing the space that used to be for rest and leisure with work activities has been a challenging task. We identified that the dimension interference of work in the family (IWF) is the one that most impacts trait anxiety.

Keywords: Work-family conflict, Work-family interference, Family-work interference, Trait-anxiety

A MELHOR COCA-COLA DE TODAS: REPOSICIONAR REFORÇANDO A PROPOSTA DE MARCA ÚNICA

THE BEST COKE OF ALL: REPOSITIONING ENHANCING THE NEW BRAND APPROACH PROPOSAL

ANDREA C M ANTONACCI - GERMINARE ESCOLA DE NEGÓCIOS
MARIA ANTONIA DIAS MARTINS -
HELOISA VELANGA - INSTITUTO J & F

Resumo

Em maio de 2021, a Coca-Cola lançou no Brasil o sabor Coca-Cola Sem Açúcar, conduzindo uma campanha de comunicação com a pergunta: este novo sabor é o melhor de todos os tempos? A estratégia de posicionamento é enfatizar Coca-Cola como marca única, na qual consumidores são suscitados a provarem e opinarem. O posicionamento de marca única inclui centralizar esforços na promoção de seu principal produto: Coca-Cola Original, considerando a própria comunicação da versão Sem Açúcar um convite para o consumo de um produto mais saudável, mas com o mesmo sabor do original.

Palavras-chave: Reposicionamento de marca, Arquitetura e Construção marca, revisão portfólio, Coca-Cola, Coca-Cola Sem Açúcar

Abstract

In May 2021, Coca-Cola launched in Brazil Sugar Free Coke, leading an advertising campaign with the question: is this new flavor the best of all times? The strategy of positioning is to emphasize Coca-Cola as a new brand approach, in which consumers are invited to try it and

give their opinion about it. The single brand positioning includes focusing efforts on promotion of their main product: Original Coca-Cola, considering the advertising of the Sugar Free flavor an invitation for consuming their product, but with the same flavor as the original one.

Keywords: Brand repositioning, Brand Architecture and Building, Portfolio review, Coca-Cola, Sugar Free Coke

A REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA SOBRE A OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA DE PRODUTOS ELETROELETRÔNICOS

A SYSTEMATIC REVIEW OF THE LITERATURE ON THE PROGRAMMED OBSOLESCENCE OF ELECTRO-ELECTRONIC PRODUCTS

DUSAN SCHREIBER - UNIVERSIDADE FEEVALE
HAIDE MARIA HUPFFER -
SUELY MARISCO GAYER -

Objetivo do estudo

O objetivo do artigo foi o de realizar a revisão sistemática de literatura sobre a obsolescência programada em produtos eletrônicos.

Relevância/originalidade

O tema investigado pode ser considerado relevante, pelo impacto ambiental que a obsolescência programada, notadamente em produtos eletroeletrônicos, causa.

Metodologia/abordagem

Revisão sistemática integrativa da literatura sobre a obsolescência programada em produtos eletroeletrônicos, usando a base EBSCO Discovery Service (EDS), com delimitação temporal deliberada de 2011 a 2020.

Principais resultados

Por meio de revisão sistemática da literatura, do período de 2011 a 2020, foi possível constatar que maior parte da produção científica situa-se no questionamento da cultura de consumo, sugerindo a necessidade de sensibilização da sociedade para sustentabilidade.

Contribuições teóricas/metodológicas

O trabalho oferece contribuições para enfatizar a relevância do tema e estimular mais pesquisas científicas, bem como para indicar alternativas de lacunas na literatura que versa sobre o tema.

Contribuições sociais/para a gestão

A pesquisa contribui para a sociedade, ao evidenciar a existência do fenômeno de obsolescência programada em eletroeletrônicos e para indica elementos críticos que devem ser objeto de atenção para os gestores organizacionais.

Palavras-chave: Revisão sistemática da literatura, Obsolescência Programada, Produtos eletrônicos

Study purpose

The objective of the article was to carry out a systematic review of the literature on programmed obsolescence in electronic products.

Relevance / originality

The subject investigated can be considered relevant, due to the environmental impact that programmed obsolescence, especially in electronic products, causes.

Methodology / approach

Systematic integrative review of the literature on programmed obsolescence in electronics products, using the EBSCO Discovery Service (EDS) base, with a deliberate temporal delimitation from 2011 to 2020.

Main results

Through a systematic review of the literature, from 2011 to 2020, it was possible to verify that most of the scientific production is located in the questioning of consumer culture, suggesting the need to raise society's awareness of sustainability.

Theoretical / methodological contributions

The work offers contributions to emphasize the relevance of the topic and stimulate more scientific research, as well as to indicate alternatives for gaps in the literature that deals with the topic.

Social / management contributions

The research contributes to society, by highlighting the existence of the phenomenon of programmed obsolescence in electronics and by indicating critical elements that must be the object of attention for organizational managers.

Keywords: Systematic review of the literature, Scheduled obsolescence, Electronic products

A TRANSIÇÃO DO CONSUMIDOR BRASILEIRO NO CENÁRIO COVID-19: OFFLINE TO ONLINE

*THE BRAZILIAN CONSUMER TRANSITION IN THE COVID-19 SCENARIO: OFFLINE
TO ONLINE*

REGINA DA SILVA DE CAMARGO BARROS - UNIFESP

Resumo

O comércio eletrônico que já estava se expandindo e alterando a forma como as pessoas se comportam e compram, no período de pandemia recebeu muitos investimentos por parte das empresas, que identificaram aquele que seria o melhor canal para manterem contato com seus

clientes no período de isolamento. Diante desses cenários, torna-se importante investigar a transição do consumidor brasileiro no cenário covid-19: de offline para online. Através da metodologia de pesquisa da netnografia, foram analisadas amostras de comentários extraídos das páginas das empresas selecionadas no Facebook. Com isso, foi possível identificar as necessidades de as empresas realizarem investimentos na logística, na segurança cibernética e de atender a demanda pela expansão da tecnologia e inovação, principalmente na integração dos canais físicos e digitais, que se mostram uma preferência de muitos consumidores, que mesclam os dois mundos para chegar na melhor solução para cada situação.

Palavras-chave: consumidor, comportamento do consumidor, pandemia, covid-19, Consumo online

Abstract

E-commerce which was already expanding and changing the way people behave and buy, during the pandemic period received many investments from companies, which identified the best channel to keep in touch with their customers in the period of isolation. . Given these scenarios, it is important to investigate the transition of the Brazilian consumer in the covid-19 scenario: from offline to online. Through the research methodology of netnography, samples of comments extracted from the pages of the selected companies on Facebook were analyzed. With this, it was possible to identify the needs of companies to invest in logistics, cyber security and to meet the demand for the expansion of technology and innovation, especially in the integration of physical and digital channels, which are a preference of many consumers, who merge the two worlds to arrive at the best solution for each situation.

Keywords: consumer, consumer behavior, pandemic, covid-19, online consumption

A UTILIZAÇÃO DO RESÍDUO DREGS OBTIDO DO PROCESSO KRAFT DA INDÚSTRIA DE CELULOSE COMO AGREGADO ALTERNATIVO PARA A MANUFATURA DE ARGAMASSA

THE USE OF DREGS WASTE OBTAINED FROM THE KRAFT PROCESS OF THE PULP INDUSTRY AS ALTERNATIVE AGGREGATE FOR MORTAR MANUFACTURING

LUCAS DE ALMEIDA MACHADO - UNILESTE MG
LUCAS PINTO DE CARVALHO - UNILESTE MG
WANDERLEY LEITE DA SILVA JUNIOR - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
FABRÍCIO MOURA DIAS -

Agradecimento à órgão de fomento:

Centro Universitário Católica do Leste de Minas Gerais - Unileste

Objetivo do estudo

O objetivo deste trabalho será verificar o comportamento da argamassa no estado fresco e endurecido após a substituição parcial da cal pelo resíduo de dregs, proveniente da indústria de celulose, afim de verificar a possibilidade de seu uso na construção civil.

Relevância/originalidade

As empresas que produzem celulose estão em busca de uma alternativa sustentável para a destinação de seus resíduos. Um resultado promissor poderá propiciar a reutilização do resíduo dregs na construção civil, ao invés de encaminhá-lo para aterros.

Metodologia/abordagem

O trabalho se pautou em pesquisa bibliográfica, em que foram buscados na literatura exemplos de aplicação do uso do resíduo celulose. É também uma pesquisa de campo, pois foram feitos ensaios em laboratório para análise das propriedades da argamassa.

Principais resultados

Quando ainda fresca, a argamassa com resíduo ficou com uma consistência melhor em relação a argamassa convencional. Após endurecido apresentou maior resistência mecânica devido ao empacotamento dos grãos, o que possibilita a sua aplicação em diversas áreas da engenharia civil, inclusive estrutural.

Contribuições teóricas/metodológicas

O conteúdo teórico foi embasado nas principais pesquisas sobre o tema. A metodologia seguiu parâmetros de ensaios e procedimentos práticos conforme literatura nacional e internacional, com autores de referência.

Contribuições sociais/para a gestão

Foi mostrado que é possível utilizar o resíduo de dregs em argamassas, o que possibilita a criação de novas áreas de trabalho na reciclagem e destinação do refugo. Essa alternativa poderá gerar economia para empresa e ampliar o espaço no pátio industrial.

Palavras-chave: Dregs, Kraft, Celulose, Resistência, Sustentabilidade

Study purpose

The objective of this work will be to verify the behavior of the mortar in the fresh and hardened state after the partial replacement of lime by the dregs residue, from the cellulose industry, in order to verify the possibility of its

Relevance / originality

Companies that produce pulp are looking for a sustainable alternative for the destination of their waste. A promising result could lead to the reuse of dregs residue in civil construction, instead of sending it to landfills.

Methodology / approach

The work was based on bibliographic research, in which examples of application of the use of iron ore residue were searched in the literature. It is also a field research, as tests were carried out in the laboratory to analyze the properties.

Main results

When still fresh, the mortar with residue had a better consistency than the conventional mortar. After hardening, it presented greater mechanical resistance due to the packing of the grains, which allows its application in several areas of civil engineering, including structural.

Theoretical / methodological contributions

The theoretical contribution can be observed in the theoretical basis that was presented throughout the text, with a complementary table presenting the main authors that address the topic. In the methodology, a conventional but effective way to perform the tests was presented.

Social / management contributions

It was shown that it is possible to use the residue of dregs in mortars, which makes it possible to create new work areas in the recycling and destination of the refuse. This alternative can generate savings for the company and expand

Keywords: Dregs, Kraft, Cellulose, Resistance, Sustainability

ABORDAGEM SOBRE CORRELAÇÃO DO MIX DE MARKETING COM BRANDING

APPROACH TO CORRELATION OF THE MARKETING MIX WITH BRANDING

MILLENA ISADORA FLORIANO DO SANTOS - UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PARANÁ - UNESPAR - CAMPUS APUCARANA

DANIELA FELIPPE DE SOUZA - UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PARANÁ - UNESPAR - CAMPUS APUCARANA

Resumo

O trabalho teve como objetivo analisar a correlação do Mix de Marketing com o Branding desenvolvido pela empresa. Como foi utilizada a sustentabilidade para a produção do produto estudado e como é importante e impactante para o meio ambiente. Essa abordagem usada pela marca lhe garante um espaço especial no mercado e venda de produtos de beleza. A associação da marca com o trabalho social feito transpassa as barreiras de seus concorrentes, uma preocupação com a natureza, transformou a produção e comercialização de produtos gerando resultados e espaço especial na memória dos consumidores.

Palavras-chave: Branding, Mix de marketing, Natura, Sustentabilidade

Abstract

The study aimed to analyze the correlation of the Marketing Mix with the Branding developed by the company. How sustainability was used for the production of the product studied and how important and impactful it is for the environment. This approach used by the brand guarantees you a special space in the market and sale of beauty products. The association of the brand with the social work done overcomes the barriers of its competitors, a concern for nature, transformed the production and marketing of products generating results and special space in the memory of consumers.

Keywords: Branding, Marketing Mix, Natura, Sustainability

ADMINISTRAÇÃO DA MARCA DE PROCESSADORES DE COMPUTADOR AMD

AMD COMPUTER PROCESSOR BRAND ADMINISTRATION

GUILHERME SANT'ANA PERDIGÃO - UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PARANÁ - UNESPAR - CAMPUS APUCARANA

Resumo

O trabalho teve como objetivo apresentar a diferença e evolução das marcas de processadores AMD e Intel para com seus produtos. Como as duas maiores marcas de processadores de computador do mercado, em relação à administração da sua marca, as empresas demonstram a forma que elas usaram para se destacar e se aprimorar no em seu nicho. As ações de marketing tiveram grandes altos e baixos para ambas as companhias no tocante a processadores. Assim, esta pesquisa buscou demonstrar como a jornada da AMD foi realizada para se equiparar em vendas com a Intel. Para tanto, foi realizado um estudo exploratório, qualitativo, com coleta e análise de dados secundários. Os fatores que demonstram a importância da administração da marca foram embasados na comunidade consumidora desses produtos tecnológicos. Espera-se ampliar o conhecimento em relação a administração de marcas e demonstrar a sua importância para os envolvidos no meio tecnológico.

Palavras-chave: Marketing, Intel, Comparação, Processadores, Tecnologia

Abstract

The objective of this work was to present the difference and evolution of AMD and Intel processor brands with their products. As the two biggest brands of computer processors in the market, in relation to the management of their brand, the companies demonstrate the way they used to stand out and improve in their niche. Marketing has seen big ups and downs for both companies when it comes to processors. Thus, this research sought to demonstrate how AMD's journey was carried out to match sales with Intel. Therefore, an exploratory, qualitative study was carried out, with the collection and analysis of secondary data. The factors that demonstrate the importance of brand management were based on the consumer community of these technological products. It is expected to expand knowledge in relation to brand management and demonstrate its importance for those involved in the technological environment.

Keywords: Marketing, Intel, Comparison, Processors, Technology

ADOÇÃO DE MÉTODOS ÁGEIS COM ENFOQUE DA ORIENTAÇÃO EMPREENDEDORA: UM ARTEFATO CONSTRUÍDO A PARTIR DE DESIGN SCIENCE RESEARCH

*ADOPTION OF AGILE METHODS WITH AN ENTREPRENEURIAL ORIENTATION
FOCUS: AN ARTIFACT BUILT FROM DESIGN SCIENCE RESEARCH*

VANESSA MESQUITA BLAS GARCIA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
CRISTINA DAI PRÁ MARTENS - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
MAURO LUIZ MARTENS - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

Estudo realizado com apoio do Fundo de Apoio à Pesquisa - FAP UNINOVE e do CNPq (PQ e Universal).

Resumo

Métodos ágeis têm se tornado cada vez mais populares e as características das 5 dimensões da Orientação Empreendedora (autonomia, proatividade, assunção de riscos, vantagem competitiva e inovatividade) possuem relação positiva com esses métodos. A agilidade pode ser caracterizada como a mentalidade para atuar na solução de problemas e as organizações precisam comprovar que incentiva essa mentalidade por meio de artefatos. Com o objetivo de implementar soluções para problemas que as organizações vêm enfrentando, optou-se pelo uso do Design Science Research, cujo objetivo final é propor um artefato. O presente trabalho apresenta um artefato denominado Canvas Agilidade Empreendedora que busca contribuir para a solução de desafios da adoção e uso de MA, considerando características dos profissionais, práticas de processos e para mudança cultural, tendo como base as dimensões da OE. Como resultado, o artefato desenvolvido mostrou potencial para contribuir na adoção e uso de métodos ágeis dentro das organizações.

Palavras-chave: Métodos Ágeis, Orientação Empreendedora, Design Science

Abstract

Agile methods have become increasingly popular and the characteristics of the 5 dimensions of Entrepreneurship Orientation (autonomy, proactiveness, risk-taking, competitive advantage and innovativeness) have a positive relationship with these methods. Agility can be characterized as the mindset to act on problem solving and organizations need to prove that they encourage this mindset through artifacts. In order to implement solutions to problems that organizations have been facing, we chose to use Design Science Research, whose ultimate objective is to propose an artifact. The present work presents an artifact called Canvas Agility Entrepreneur that seeks to contribute to the solution of challenges of the adoption and use of AM, considering characteristics of professionals, process practices and for cultural change, based on the dimensions of the EO. As a result, the developed artifact showed potential to contribute to the adoption and use of agile methods within organizations.

Keywords: Agile methods, Entrepreneurial Orientation, Design Science

ANALISANDO A LITERATURA ATUAL EM GESTÃO DO CONHECIMENTO - UMA ABORDAGEM COM PROCESSAMENTO DE LINGUAGEM NATURAL

ANALYZING THE EXTANT RESEARCH ON KNOWLEDGE MANAGEMENT - A NATURAL LANGUAGE PROCESSING APPROACH

DEBORAH FORONI - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
FELLIPE SILVA MARTINS - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

The authors would like to thank CAPES for the scholarship and funding throughout the development of this paper.

Objetivo do estudo

Neste artigo, pretendemos analisar a pesquisa científica recente sobre Gestão do Conhecimento (GC) usando uma abordagem automatizada de agrupamento de tópicos e comparar com o agrupamento encontrado em revisões de literatura de GC feitas manualmente.

Relevância/originalidade

Nossos resultados mostram que é possível extrair e agrupar tópicos de pesquisa de um corpus de artigos científicos em Gestão do Conhecimento usando Processamento de Linguagem Natural (PLN) de última geração.

Metodologia/abordagem

Usamos um novo algoritmo de Processamento de Linguagem Natural (PLN) chamado BERTopic (que gera agrupamentos profundos de tópicos interpretáveis) para determinar a composição interna da pesquisa existente em Gestão do Conhecimento.

Principais resultados

Os resultados apontam para 58 tópicos organizados em quatro agrupamentos bem estabelecidos - três dos quais correspondem aproximadamente a domínios conceituais e um grande cluster de aplicações de domínio metodológico-substantivo.

Contribuições teóricas/metodológicas

Considerando o estado da arte em PLN para extração e agrupamento de tópicos teóricos (e BERTopic como método principal), acreditamos que os resultados obtidos são promissores, considerando as vantagens de reprodutibilidade, transparência, código aberto, automação e baixo viés.

Contribuições sociais/para a gestão

Estamos confiantes nas estratégias baseadas em PLN para servir como uma abordagem complementar aos procedimentos tradicionais na avaliação de aspectos estratégicas.

Palavras-chave: Knowledge Management, Literature Review, Natural Language Processing, Topic Modeling, BERTopic

Study purpose

In this paper, we intend to analyze the recent scientific research on Knowledge Management (KM) using an automated topic clustering approach to compare with the clustering found in current human-made KM literature reviews.

Relevance / originality

Our results show that it is possible to extract and cluster research topics from a corpus of scientific papers in Knowledge Management using state-of-the-art Natural Language Processing (NLP).

Methodology / approach

We have used a novel Natural Language Processing (NLP) algorithm called BERTopic (that generates deep clusters of interpretable topics) to ascertain the inner composition of the extant Knowledge Management research.

Main results

Results point to 58 topics organized in four well-established clusters - three of which roughly correspond to conceptual domains and one large cluster of methodological-substantive domain applications.

Theoretical / methodological contributions

Considering the state of the art in NLP for theory topic extraction and clustering (and BERTopic as a main method), we believe that while the results obtained are promising, considering the advantages of reproducibility, transparency, open source code, automation and low bias.

Social / management contributions

We are confident in NLP-based strategies to serve as a complementary approach to traditional procedures in evaluating strategic aspects.

Keywords: Gestão do conhecimento, Revisão de Literatura, Processamento de Linguagem Natural, Modelagem de Tópicos, BERTopic.

ANÁLISE CONCEITUAL-TEÓRICA DE COMUNIDADES DE PRÁTICAS NO CAMPO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

CONCEPTUAL-THEORETICAL ANALYSIS OF COMMUNITIES OF PRACTICE IN THE FIELD OF APPLIED SOCIAL SCIENCES

ANDERSON ANTÔNIO DE LIMA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
THIAGO DE LUCA SANTANA RIBEIRO - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
BENNY KRAMER COSTA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
GUSTAVO SILVA GONÇALVES - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Objetivo do estudo

O objetivo do estudo é analisar a evolução conceitual teórica do construto comunidades de práticas no campo das ciências sociais aplicadas e identificar as principais correntes teóricas existentes e as fronteiras do conhecimento da temática

Relevância/originalidade

O problema desta pesquisa refere-se a escassez de estudos revisionais que possibilitem compreender como o fenômeno comunidades de práticas evoluiu ao longo do tempo na área de ciências sociais aplicadas O estudo contribui para o avanço do conhecimento teórico e gerencial.

Metodologia/abordagem

Para alcançar os objetivos deste estudo optou-se por realizar uma análise bibliométrica de artigos científicos de periódicos indexados na base de dados Web of Science (WoS) As técnicas de análise de cocitação e de pareamento bibliográfico foram utilizados nesta pesquisa.

Principais resultados

A análise bibliométrica realizada neste estudo possibilitou identificar as principais bases teóricas que contribuíram para a formação do domínio de conhecimento de comunidades de práticas (CoP's), como também as correntes teóricas atuais (fronteiriças e emergentes).

Contribuições teóricas/metodológicas

Os achados desta pesquisa podem contribuir para o avanço do conhecimento sobre a temática de comunidades de práticas por meio do mapeamento e da clusterização das correntes teóricas da temática e da evolução teórica do conceito nas últimas décadas.

Contribuições sociais/para a gestão

Gestores podem utilizar os achados desta pesquisa para implantarem práticas que estimulem quem os colaboradores participem de comunidades de práticas, uma vez que o conhecimento compartilhado em comunidades de práticas contribuem nos processos de inovação organizacional e conseqüentemente melhora a competitividade organizacional.

Palavras-chave: Comunidades de Prática, Compartilhamento de Conhecimentos, Análise Bibliométrica

Study purpose

The objective of the study is to analyze the theoretical conceptual evolution of the communities of practice construct in the field of applied social sciences and to identify the main existing theoretical currents and the frontiers of knowledge on the subject.

Relevance / originality

The problem of this research refers to the scarcity of revision studies that make it possible to understand how the phenomenon communities of practice evolved over time in the area of applied social sciences The study contributes to the advancement of theoretical.

Methodology / approach

To achieve the objectives of this study, it was decided to carry out a bibliometric analysis of scientific articles from journals indexed in the Web of Science (WoS) database. The techniques of co-citation analysis and bibliographic pairing were used in this research.

Main results

The bibliometric analysis carried out in this study made it possible to identify the main theoretical bases that contributed to the formation of the knowledge domain of communities of practice (CoP's), as well as the current theoretical currents (borderline and emerging).

Theoretical / methodological contributions

The findings of this research can contribute to the advancement of knowledge on the subject of communities of practice through the mapping and clustering of theoretical currents on the subject and the theoretical evolution of the concept in recent decades.

Social / management contributions

Managers can use the findings of this research to implement practices that encourage employees to participate in communities of practice, since knowledge shared in communities of practice contributes to organizational innovation processes and consequently improves organizational competitiveness.

Keywords: Communities of Practice, Knowledge Sharing, Bibliometric Analysis

ANÁLISE DA DINÂMICA TRIBUTÁRIA MEDIANTE UM MODELO COMPORTAMENTAL: UM ESTUDO DE CASO NA PREFEITURA DE RIBEIRÃO DAS NEVES

ANALYSIS OF TAX DYNAMICS THROUGH A BEHAVIORAL MODEL: A CASE STUDY IN THE CITY HALL OF RIBEIRÃO DAS NEVES

FABIANO AUGUSTO GOMES - FUNDAÇÃO PEDRO LEOPOLDO (FPL)

WANDERLEY RAMALHO - FUNDAÇÃO PEDRO LEOPOLDO (FPL)

JOSÉ EDSON LARA - FUNDAÇÃO PEDRO LEOPOLDO (FPL)

Objetivo do estudo

O presente artigo tem por objetivo desenvolver uma cadeia nomológica (cadeia causal) que explicita como os antecedentes comportamentais conduzem a intenção e concretização do pagamento do tributo IPTU ao município de Ribeirão das Neves.

Relevância/originalidade

Malgrado seja reconhecida a importância do processo de conformidade fiscal a partir dos aspectos comportamentais na arquitetura de escolha, as administrações públicas ainda não contam com um estudo sistematizado a esse respeito.

Metodologia/abordagem

O adentramento no referencial teórico referente ao comportamento do consumidor permitiu a adaptação de um modelo de análise constituído de nove dimensões (construtos) e 44 indicadores (variáveis medidas) Com base nesse modelo analítico, construiu-se um questionário para um survey aplicado aos contribuintes

Principais resultados

Um modelo que traduz a cadeia causal que permite analisar a influência de aspectos comportamentais na determinação das intenções e concretização do pagamento do IPTU foi validado pelos dados provenientes do survey. Adicionalmente, as hipóteses a respeito dos direcionamentos e intensidades.

Contribuições teóricas/metodológicas

O estudo, além de contribuir com um exame dos fundamentos teóricos do modelo utilizado, representa mais um suporte empírico para o modelo apresentado, contribuindo para a sua robustez.

Contribuições sociais/para a gestão

O modelo adaptado para este estudo e a sua aplicação passam a constituir um instrumento gerencial e de planejamento, para o município de Neves tratar a questão de conformidade fiscal no combate à sonegação do pagamento do IPTU ao município.

Palavras-chave: Comportamento, Conformidade fiscal, Nudge, Ciências Comportamentais

Study purpose

This dissertation aimed to develop a nomological chain (causal chain) that explains how the behavioral antecedents lead to the intention and accomplishment of the payment of the IPTU tax to the municipality of Ribeirão das Neves

Relevance / originality

Although the importance of the process of fiscal compliance is recognized from the behavioral aspects in the architecture of choice, the administration of the municipality of Ribeirão das Neves still does not have a systematized study on this subject.

Methodology / approach

The penetration into the theoretical framework regarding consumer behavior allowed the adaptation of an analysis model consisting of nine dimensions (constructs) and 44 indicators (measured variables). Based on this analytical model, a questionnaire was built for a survey applied to the contributors

Main results

A model that translates the causal chain that allows us to analyze the influence of behavioral aspects in determining the intentions and concretion of the payment of the IPTU was validated by the data from the survey.

Theoretical / methodological contributions

The study, besides contributing an examination of the theoretical foundations of the model used, represents further empirical support for the model presented, contributing to its robustness.

Social / management contributions

The model adapted for this study and its application will become a management and planning tool for the municipality of Neves to address the issue of tax compliance in the fight against evasion of property tax payments to the municipality.

Keywords: Behavior, Fiscal compliance, Nudge, Behavioral Sciences

ANÁLISE DA GOVERNANÇA DE PROJETOS DO MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE

ANALYSIS OF THE PROJECT GOVERNANCE OF THE PUBLIC PROSECUTION OFFICE OF THE STATE OF RIO GRANDE DO NORTE

JÉSSICA VIVIANNE DA CUNHA SILVA DE BRITO - UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE - UFRN

RAQUEL SIQUEIRA MACIEL - UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE - UFRN

WILTON ALVES PEQUENO -

JOHNATAN RAFAEL SANTANA DE BRITO - UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE

Agradecimento à órgão de fomento:

Este estudo foi financiado em parte pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Finanças 001.

Objetivo do estudo

Analisar a governança de projetos do Ministério Público do estado do Rio Grande do Norte a partir de quatro elementos: escritório de gerenciamento de projetos; patrocinador de projetos; gestão de portfólio de projetos; e eficácia da gestão de projetos.

Relevância/originalidade

A perspectiva de que a adoção de mecanismos de gestão por instituições públicas apresenta nuances que a literatura ocasionalmente não abrange, como o fato de que, mesmo sem um processo sistemático de seleção e priorização, o portfólio de projetos pode ser bem-sucedido.

Metodologia/abordagem

Foi empreendido uma pesquisa empírica, qualitativa, com estudo de caso como estratégia e o MPRN como objeto da investigação. A coleta dos dados foi realizada por meio de entrevistas semiestruturadas com membros da instituição e a análise, temática, feita no Atlas.ti.

Principais resultados

Os resultados demonstraram que o MPRN está evoluindo sua governança de projetos, sendo: o gerenciamento de portfólio, não sistemático, mas eficaz; o PMO estratégico; os patrocinadores com perfis articuladores; e a gestão de projetos o mecanismo de ajuste de todo o processo.

Contribuições teóricas/metodológicas

Acredita-se que o trabalho desenvolve a literatura sobre governança de projetos em nível nacional e contribui com o debate acerca da adoção das práticas de gestão de projetos por organizações públicas.

Contribuições sociais/para a gestão

Aponta-se como contribuição gerencial a possibilidade de os gestores do MPRN obterem insights sobre questões que eles não tinham visto até então e sua capacidade de identificar pontos que podem ser melhorados dentro da estrutura de governança de projetos da instituição.

Palavras-chave: Governança de projetos, Escritório de gerenciamento de projetos, Patrocinador de projetos, Gestão de portfólio de projetos, Gestão de projetos

Study purpose

To analyze the governance of projects of the Public Ministry of the State of Rio Grande do Norte from four elements: project management office; project sponsor; project portfolio management; and effectiveness of project management.

Relevance / originality

The perspective that the adoption of management mechanisms by public institutions has nuances that the literature occasionally does not cover, such as the fact that even without a systematic process of selection and prioritization, the project portfolio can be successful.

Methodology / approach

An empirical, qualitative research was undertaken, with a case study as a strategy and the MPRN as an object of investigation. Data collection was carried out through semi-structured interviews with members of the institution and thematic analysis was carried out on Atlas.ti.

Main results

The results showed that the MPRN is evolving its project governance, with portfolio management being unsystematic, but effective; the strategic PMO; sponsors with articulating profiles; and project management the adjustment mechanism of the entire process.

Theoretical / methodological contributions

It is believed that the work develops the literature on governance at the national level and contributes to the debate on the adoption of project management practices by public organizations.

Social / management contributions

It is pointed out as managerial contribution of this research, the possibility for MPRN managers to obtain insights into issues they had not seen before and their ability to identify points that can be improved within the institution's project governance structure.

Keywords: Project governance, Project management office, Project sponsor, Project portfolio management, Project management

ANÁLISE DA POLÍTICA DE INOVAÇÃO DOS INSTITUTOS DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA PÚBLICOS: UM ESTUDO DE CASO NO INSTITUTO FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL

ANALYSIS OF THE INNOVATION POLICY OF PUBLIC INSTITUTES OF SCIENCE AND TECHNOLOGY: A CASE STUDY AT THE FEDERAL INSTITUTE OF RIO GRANDE DO SUL

KEYLLA OLIVEIRA DOS SANTOS - INSTITUTO FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL - IFRS
RÚBIA DA ROSA SOARES - INSTITUTO FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL - IFRS
CLAUDIO VINICIUS SILVA FARIAS -

Objetivo do estudo

Este relato técnico visa analisar a política de inovação de uma ICT pública, a fim de entender o funcionamento e a real implementação da política de inovação.

Relevância/originalidade

Procurou-se mecanismos para manutenção e melhoria da implementação da recente política de inovação do Instituto Federal do Rio Grande do Sul (IFRS), buscando torna-la mais eficiente e efetiva.

Metodologia/abordagem

A metodologia utilizada foi o estudo de caso, com coleta de dados intermediada por meio de entrevistas semiestruturadas. Foram também coletados dados secundários, obtidos no Instituto Federal do Rio Grande do Sul (IFRS), e realizado uma revisão da literatura, viabilizando o estudo.

Principais resultados

Apresenta-se um relato técnico que traz a análise dos dados levantados, identificando problemas e sugerindo soluções relevantes para a ICT estudada. Foi possível visualizar a forma de estruturação de uma ICT pública, assim como seus feitos para a sociedade.

Contribuições teóricas/metodológicas

O relato técnico utilizou conceitos de inovação, núcleo de inovação tecnológica e interação Empresa-Universidade, explorando dados primários e secundários obtidos na pesquisa, considerando possibilidades de práticas alternativas para um resultado útil em relação à política de inovação na ICT.

Contribuições sociais/para a gestão

Foi possível verificar uma instituição em processo de melhoria, possuindo uma política de inovação em fase de implementação. Foram levantadas questões quanto à aproximação da sociedade com a instituição, seja por meio de parcerias ou fomento.

Palavras-chave: Inovação, ICT, Instituto Federal, Política de Inovação

Study purpose

This technical report aims to analyze the innovation policy of a public ICT, in order to understand the functioning and the actual implementation of the innovation policy.

Relevance / originality

Mechanisms were sought to maintain and improve the implementation of the recent innovation policy of the Federal Institute of Rio Grande do Sul (IFRS), seeking to make it more efficient and effective.

Methodology / approach

The methodology used was the case study, with data collection intermediated through semi-structured interviews. Secondary data were also collected, obtained from the Federal Institute of Rio Grande do Sul (IFRS), and a literature review was carried out, enabling the study.

Main results

A technical report is presented that brings the analysis of the data collected, identifying problems and suggesting relevant solutions for the ICT studied. It was possible to visualize the form of structuring a public ICT, as well as its achievements for society.

Theoretical / methodological contributions

The technical report used concepts of innovation, technological innovation nucleus and Company-University interaction, exploring primary and secondary data obtained in the research, considering possibilities of alternative practices for a useful result in relation to the innovation policy in the ICT.

Social / management contributions

It was possible to verify an institution in the process of improvement, having an innovation policy in the implementation phase. Questions were raised regarding the approximation of society with the institution, either through partnerships or promotion.

Keywords: Innovation, ICT, Federal Institute, Innovation Policy

ANÁLISE DA SATISFAÇÃO DE CLIENTES EM RELAÇÃO A UM APLICATIVO BANCÁRIO

ANALYSIS OF CUSTOMER SATISFACTION REGARDING A BANKING APPLICATION

LUCAS LEANDRO VIDAL -

BRENO EUSTÁQUIO DA SILVA - INSTITUTO ENSINAR BRASIL - REDE DOCTUM

ANA PAULA COTA MOREIRA - REDE DE ENSINO DOCTUM

LUZIA NUNES DOS SANTOS - INSTITUTO ENSINAR BRASIL - REDE DOCTUM

Resumo

Em conjunto ao avanço da tecnologia digital, nota-se o crescimento exponencial dos usuários de aplicativos para os mais diversos propósitos, sendo eles: comunicação, informação, relacionamento, negócios em geral e, em destaque, o setor bancário, um ramo competitivo que tem adotado o recurso mobile banking para atender às mais diversas necessidades dos seus clientes. Deste modo, o presente trabalho verificou a satisfação dos usuários de um aplicativo bancário. A pesquisa quali-quantitativa foi aplicada a 93 clientes de um banco da cidade de João Monlevade - MG. Os resultados apresentaram os principais aspectos da utilização deste serviço, como o desconhecimento do software por uma parcela significativa de clientes; o

receio pela segurança das transações online, além de aspectos de interface que podem ser aprimorados para o uso do aplicativo.

Palavras-chave: Tecnologia, Aplicativo bancário, Clientes, Satisfação, Marketing digital

Abstract

Along with the advancement of digital technology, there is an exponential growth of users of applications for the most diverse purposes, like: communication, information, relationships, business in general and, in particular, the banking sector, a competitive branch that has adopted the mobile banking resource to meet the most diverse needs of its customers. In this way, the present work verified the satisfaction of users of a banking application. The quali-quantitative research was applied to 93 customers of a bank in the city of João Monlevade - MG. The results showed the main aspects of using this service, such as the lack of knowledge of the software by a significant portion of customers; the concern for the security of online transactions, in addition to aspects of the interface that can be improved for the use of the application.

Keywords: Technology, Banking app, Customers, Satisfaction, Digital marketing

ANÁLISE DAS POLÍTICAS ESG (AMBIENTAL, SOCIAL E GOVERNANÇA) DAS MAIORES LOCADORAS DE VEÍCULOS DO BRASIL

ANALYSIS OF THE ESG POLICIES (ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND GOVERNANCE) OF THE LARGEST CAR RENTAL COMPANIES IN BRAZIL

VITOR NEVES CABRAL - CENTRO FEDERAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA CELSO SUCKOW DA FONSECA - CEFET/RJ

DADUÍ CORDEIRO GUERRIERI - CENTRO FEDERAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA CELSO SUCKOW DA FONSECA - CEFET/RJ

VANESSA DE ALMEIDA GUIMARÃES - CENTRO FEDERAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA CELSO SUCKOW DA FONSECA - CEFET/RJ

Objetivo do estudo

Apresentar e analisar o crescimento nos últimos anos do setor de locação a partir das maiores locadoras de veículos leves do Brasil, identificando quais práticas de sustentabilidade as principais locadoras têm implementado na medida que se consolidam como principais players do mercado.

Relevância/originalidade

Considerando que o Brasil é signatário de um conjunto de acordos internacionais em busca da sustentabilidade, dentre eles os 17 Objetivos para o Desenvolvimento Sustentável, este artigo mostra-se relevante, visto que analisa as práticas ESG das maiores locadoras do país.

Metodologia/abordagem

Recorreu-se ao método de estudo de caso explicativo, com propósito de compreender as razões que esclarecem o caso analisado. As principais fontes de dados foram os relatórios anuais das

locadoras de veículos destinados aos investidores e disponibilizados em seus endereços eletrônicos.

Principais resultados

As locadoras analisadas apresentaram resultados consideráveis, apesar da necessidade de avançarem em medidas que reduzam a emissão de gases poluentes e em aspectos sociais, como o aumento da participação de mulheres em posições de liderança dentro de suas estruturas organizacionais.

Contribuições teóricas/metodológicas

O artigo reforça a ideia de que é possível que as organizações conciliem crescimento econômico e práticas sustentáveis, ou seja, desenvolver o aspecto organizacional e ainda promover medidas de caráter social e ambiental.

Contribuições sociais/para a gestão

A identificação da necessidade das locadoras avançarem especialmente em medidas de aspectos ambientais e sociais.

Palavras-chave: locadoras, veículos, sustentabilidade, políticas ESG

Study purpose

To present and analyze the growth in recent years of the rental sector from the largest car rental companies in Brazil, identifying which sustainability practices the main rental companies have implemented as they consolidate themselves as main players in the market.

Relevance / originality

Considering that Brazil is a signatory to a set of international agreements in search of sustainability, among them the 17 Sustainable Development Goals, this article is relevant, as it analyzes the ESG practices of the largest rental companies in the country.

Methodology / approach

The explanatory case study method was used, with the purpose of understanding the reasons that explain the analyzed case. The main sources of data were the annual reports of car rental companies intended for investors and made available on their electronic addresses.

Main results

The analyzed rental companies presented considerable results, despite the need to advance in measures that reduce the emission of polluting gases and in social aspects, such as the increase in the participation of women in leadership positions within their organizational structures.

Theoretical / methodological contributions

The article reinforces the idea that it is possible for organizations to reconcile economic growth and sustainable practices, that is, to develop the organizational aspect and also promote social and environmental measures.

Social / management contributions

The identification of the need for rental companies to advance especially in measures of environmental and social aspects.

Keywords: rental companies, vehicles, sustainability, ESG policies

ANÁLISE DAS PRÁTICAS DE LOGÍSTICA REVERSA NAS INDÚSTRIAS METALMECÂNICAS DE ERECHIM-RS

ANALYSIS OF REVERSE LOGISTICS PRACTICES IN THE METALWORKING INDUSTRIES OF ERECHIM-RS

CHRISTOFER GOSTINSKI BIESEKI - INSTITUTO FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL - IFRS
MARCOS ANTONIO CEZNE - INSTITUTO FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL - IFRS

Objetivo do estudo

O objetivo do estudo é analisar as práticas de logística reversa nas empresas do setor metalomecânico da cidade de Erechim – RS, buscando entender suas características, motivações e dificuldades.

Relevância/originalidade

Apesar dos potenciais benefícios, muitas organizações ainda se encontram defasadas na adoção de atividades de logística reversa, Isso pode ser observado pela escassez de estudos abordando sistemas de logística reversa em países emergentes, sobretudo em municípios de pequeno e médio porte.

Metodologia/abordagem

O estudo foi baseado em uma metodologia quantitativa, onde a partir de um questionário, buscou quantificar numericamente as empresas que utilizam a logística reversa, a natureza e as especificidades das práticas utilizadas, bem como entender as expectativas das organizações quanto ao tema.

Principais resultados

Os resultados apontam que a utilização da logística reversa no município é motivada, primordialmente, pelo cumprimento da legislação, e que para os gestores da região, o tema ainda é um investimento difícil de ser justificado e priorizado.

Contribuições teóricas/metodológicas

O modelo proposto, permitiu identificar padrões semelhantes aos indicados na literatura. Além disso, permitiu identificar lacunas na utilização da logística reversa, principalmente no que diz respeito a logística reversa de pós-consumo e de embalagens.

Contribuições sociais/para a gestão

O método utilizado evidenciou oportunidades de estudos e melhorias nas organizações, contribuindo com o valor agregado às operações e redução de custos, além da promoção da sustentabilidade ambiental.

Palavras-chave: Logística reversa, Resíduos, Reaproveitamento

Study purpose

The objective of the study is to analyze reverse logistics practices in companies in the metalworking sector in the city of Erechim - RS, seeking to understand their characteristics, motivations and difficulties.

Relevance / originality

Despite the potential benefits, many organizations are still lagging behind in adopting reverse logistics activities. This can be observed by the scarcity of studies addressing reverse logistics systems in emerging countries, especially in small and medium-sized municipalities.

Methodology / approach

The study was based on a quantitative methodology, where using a questionnaire, it sought to numerically quantify the companies that use reverse logistics, the nature and specificities of the practices used, as well as understand the expectations of organizations on the subject.

Main results

The results indicate that the use of reverse logistics in the municipality is motivated, primarily, by compliance with the legislation, and that for the managers of the region, the theme is still a difficult investment to be justified and prioritized.

Theoretical / methodological contributions

The proposed model allowed the identification of patterns similar to those indicated in the literature. In addition, it made it possible to identify gaps in the use of reverse logistics, especially with regard to post-consumer reverse logistics and packaging.

Social / management contributions

The method used showed opportunities for studies and improvements in organizations, contributing to the added value to operations and cost reduction, in addition to promoting environmental sustainability.

Keywords: reverse logistics, waste, reuse

ANÁLISE DE MODELOS DE CAPACIDADE ABSORTIVA EM EMPREENDIMIENTOS DE POVOS TRADICIONAIS

ANALYSIS OF MODELS OF ABSORPTIVE CAPABILITIES IN TRADITIONAL PEOPLE'S ASSOCIATIONS

ROSANA MARIA VIEIRA CAYRES - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
PEDRO VICTOR DE SANTI - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
RAIMUNDO DONIZETE DE CAMARGO - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

O presente trabalho foi realizado com apoio da Universidade Nove de Julho e da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.

Objetivo do estudo

O objetivo deste estudo foi avaliar modelos de capacidade absorptiva existentes, detalhando os mecanismos capazes de contemplar o conhecimento tradicional dos povos originários, de modo a promover inovação de produtos e serviços, com vista ao desenvolvimento dos empreendimentos sociais locais.

Relevância/originalidade

No decorrer desta pesquisa, desenvolveu-se uma ferramenta complementar a modelos de capacidade absorptiva atualmente disponíveis na literatura científica. O aplicação dirige-se a empreendimentos sociais formados por pessoas participantes de comunidades tradicionais.

Metodologia/abordagem

A abordagem foi qualitativa, com pesquisa do tipo exploratória realizada no Clube de Mães Quilombolas Lar de Maria, localizada na Comunidade rural de Pedrinhas, município de Itapecuru Mirim, Estado do Maranhão, Brasil. Utilizou-se entrevistas, focus groups, consulta à documentação e observação participante.

Principais resultados

Verificou-se que o modelo de capacidade absorptiva que demonstrou maior aderência foi o de Todorova e Durisin, mas foi desenvolvido um dispositivo de análise que julgamos útil para propulsar o aprendizado necessário para materializar inovações para a comunidade.

Contribuições teóricas/metodológicas

A ferramenta proposta mostra-se útil e infere um novo olhar para os modelos de capacidade absorptiva, quando aplicados em contextos semelhantes ao pesquisado neste estudo.

Contribuições sociais/para a gestão

A ferramenta desenvolvida pode ser aplicada em outros casos em que ocorreram ou vêm ocorrendo interações com atores externos, situação cada vez mais frequente, tendo em vista o crescente interesse por parte das organizações de diferentes setores junto a comunidades tradicionais.

Palavras-chave: Capacidade Absortiva, Inovação Social, Tecnologia Social, Povos tradicionais, Quilombola

Study purpose

The objective of this study was to evaluate existing models of absorptive capability, detailing the mechanisms capable of contemplating the traditional knowledge of native peoples, in order to promote innovation in products and services, with a view to the development of local

Relevance / originality

In the course of this research, a complementary tool was developed to models of absorptive capacity currently available in the scientific literature. The application is aimed at social enterprises formed by people participating in traditional communities.

Methodology / approach

The approach was qualitative, with exploratory research at the Clube de Mães Quilombolas Lar de Maria, located in the rural community of Pedrinhas, municipality of Itapecuru Mirim,

Maranhão, Brazil. We use interviews, focus groups, documentation consultation and participant observation.

Main results

It was found that the absorptive capability model that showed the greatest adherence was that of Todorova and Durisin, but an analysis device was developed that we consider useful to promote the learning necessary to materialize innovations for the community.

Theoretical / methodological contributions

The proposed tool proves to be useful and infers a new look at the models of absorptive capacity, when applied in contexts similar to the one researched in this study.

Social / management contributions

The tool developed can be applied in other cases in which interactions with external actors have occurred or are occurring, a situation that is increasingly frequent, given the growing interest on the part of organizations from different sectors in traditional communities.

Keywords: Absorptive Capability, Social Innovation, Social Technology, Traditional people, Quilombola

ANÁLISE DE RISCOS COMO FERRAMENTA DE ACESSORAMENTO NA ELABORAÇÃO DO PLANO DE SEGURANÇA ORGÂNICA: APLICAÇÃO DA METODOLOGIA ARSO NA POLÍCIA FEDERAL BRASILEIRA

RISK ANALYSIS AS AN ADVISORY TOOL IN THE PREPARATION OF THE ORGANIC SECURITY PLAN (OSP): APPLICATION OF ARSO METHODOLOGY IN THE BRAZILIAN FEDERAL POLICE

MARIA AUGUSTA BRITO NETA - ESCOLA SUPERIOR DE DEFESA
JULIO EDUARDO DA SILVA MENEZES - ESCOLA SUPERIOR DE DEFESA

Objetivo do estudo

Apresentar a metodologia de Análise de Riscos em Segurança Orgânica (metodologia ARSO), adotada na Polícia Federal, como ferramenta de inteligência estratégica, no assessoramento à confecção do Plano de Segurança Orgânica (PSO), que norteia o Órgão quanto às medidas de proteção dos ativos.

Relevância/originalidade

A utilização da metodologia ARSO pela Polícia Federal para construção do seu PSO é uma referência na administração pública, visto que proporcionou economia de recursos e agilidade no tratamento de vulnerabilidades e riscos, tornando-se possível sua replicação em outras organizações estratégicas.

Metodologia/abordagem

A metodologia ARSO, ao utilizar-se de ferramentas analíticas e conhecimentos técnicos, gera um produto que possibilita ao tomador de decisão, uma orientação fundamentada em

conhecimento, quanto às ações que devem compor o PSO, o que facilita a implementação de medidas de contrainteligência.

Principais resultados

Apresentar um cenário de grau de riscos com sugestão de medidas corretivas orienta, de forma eficaz, a elaboração de normas de segurança, planos de contingência, protocolos e procedimentos de segurança, evitando vulnerabilidades em procedimentos de segurança de ativos organizacionais.

Contribuições teóricas/metodológicas

O relatório de análise de riscos produzido pela equipe de analistas da Polícia Federal, produto da metodologia ARSO, apresenta-se como ferramenta de assessoramento indispensável à gestão estratégica da Segurança Orgânica, na medida que orienta aplicação de recursos para atender vulnerabilidades críticas.

Contribuições sociais/para a gestão

A utilização da metodologia ARSO têm se mostrado adequada e eficaz, proporcionando equilíbrio de recursos e meios necessários à proteção efetiva dos ativos institucionais em importante Órgão da segurança pública.

Palavras-chave: Segurança Orgânica , Análise de Riscos, Plano de Segurança Orgânica

Study purpose

To present the methodology of Risk Analysis in Organic Security (ARSO methodology), adopted by the Brazilian Federal Police, as a strategic intelligence tool, in advising on the preparation of the Organic Security Plan (PSO), which guides the Agency regarding measures to protect.

Relevance / originality

The ARSO methodology by the Federal Police to build its PSO is a reference in the public administration, since it provided resource savings and agility in the treatment of vulnerabilities and risks, making it possible to replicate it in other similar organizations.

Methodology / approach

The ARSO methodology, when using analytical tools and technical knowledge, generates a product that allows the decision maker to have a knowledge-based orientation regarding the actions that must compose the PSO, which facilitates the implementation of counterintelligence measures.

Main results

Presenting a risk level scenario with a suggestion of corrective measures effectively guides the elaboration of security standards, contingency plans, protocols and security procedures, avoiding vulnerabilities in organizational asset security procedures.

Theoretical / methodological contributions

The risk analysis report produced by the Federal Police's team of analysts, as ARSO methodology product, is presented as an essential advisory tool for the strategic management of Organic Security, as it guides the application of resources to address critical vulnerabilities.

Social / management contributions

The use of the ARSO methodology has been shown to be adequate and effective, providing a balance of resources and means necessary for the effective protection of institutional assets in an important public security body.

Keywords: Organic safety, Risk analysis, Organic Safety Plan

ANÁLISE REFLEXIVA SOBRE O PAPEL DA PUBLICIDADE PARA CONSOLIDAR O MODELO DE OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA

REFLECTIVE ANALYSIS ON THE ROLE OF ADVERTISING TO CONSOLIDATE THE PROGRAMMED OBSOLESCENCE MODEL

DUSAN SCHREIBER - UNIVERSIDADE FEEVALE
HAIDE MARIA HUPFFER -
SUELY MARISCO GAYER -

Objetivo do estudo

O objetivo da pesquisa foi o de estabelecer vínculo, a partir da revisão teórica, entre a atuação da publicidade e propaganda e a percepção da obsolescência, estimulando o comportamento consumista.

Relevância/originalidade

A influência de peças publicitárias e da propaganda para estimular a percepção da obsolescência ainda é pouco explorada na literatura científica. Trata-se de um tema relevante pelo impacto negativo na dimensão ambiental da sustentabilidade.

Metodologia/abordagem

A opção do percurso metodológico foi pela abordagem hermenêutica e método interpretativo, por situar este trabalho dentro do campo das ciências sociais, de acordo com a proposta de investigação apresentada.

Principais resultados

O fenômeno da obsolescência programada encontra amparo em mudanças sociais e comportamentais da humanidade, que estimula a competição individual, relativização das relações sociais constituídas, fragilização de vínculos afetivos e profissionais, bem como a necessidade de legitimação do indivíduo.

Contribuições teóricas/metodológicas

O trabalho de pesquisa contribui para a academia por avançar na discussão acerca da influência da publicidade e propaganda para a percepção da obsolescência.

Contribuições sociais/para a gestão

A pesquisa evidencia o processo de construção do discurso publicitário para estimular a percepção da obsolescência, representando uma contribuição para a sociedade. Para as organizações a pesquisa é importante, ao ressaltar a necessidade de mudança estratégica.

Palavras-chave: Publicidade, Consumo, Obsolescência programada

Study purpose

The objective of the research was to establish a link, based on the theoretical review, between the performance of publicity and advertising and the perception of obsolescence, stimulating consumer behavior.

Relevance / originality

The influence of publicity and advertising to stimulate the perception of obsolescence is still little explored in the scientific literature. This is a relevant topic due to the negative impact on the environmental dimension of sustainability.

Methodology / approach

The methodological approach was chosen for the hermeneutic approach and the interpretive method, for placing this work within the field of social sciences, according to the research proposal presented.

Main results

The phenomenon of programmed obsolescence finds support in social and behavioral changes of humanity, which stimulates individual competition, relativization of constituted social relationships, weakening affective and professional bonds, as well as the need for individual legitimation.

Theoretical / methodological contributions

The research work contributes to the academy by advancing the discussion about the influence of advertising and propaganda on the perception of obsolescence.

Social / management contributions

The research highlights the process of construction of the advertising discourse to stimulate the perception of obsolescence, representing a contribution to society. For organizations, research is important, as it emphasizes the need for strategic change.

Keywords: Advertising, Consumption, Scheduled obsolescence

APLICAÇÃO DO MÉTODO TECHNOLOGY READINESS LEVELS (TRL) NO GERENCIAMENTO DE PROJETOS DE INOVAÇÃO FARMACÊUTICA

APPLICATION OF THE TECHNOLOGY READINESS LEVELS (TRL) METHOD FOR THE MANAGEMENT OF PHARMACEUTICAL INNOVATION PROJECTS

JOEL GONÇALVES DE SOUZA - PECEGE- ESALQ/USP
ENISE ARAGÃO DOS SANTOS - PECEGE- ESALQ/USP
MARISA DUTRA RODRIGUES RIZZI - LABORATÓRIO CRISTÁLIA

Agradecimento à órgão de fomento:

Não se aplica.

Objetivo do estudo

O objetivo desse trabalho foi realizar o enquadramento dos projetos de inovação de acordo com o Cynefin Framework, classificar os projetos conforme metodologia Technology Readiness Level (TRL) e avaliar a abordagem de gestão para cada projeto.

Relevância/originalidade

A gestão de projetos de inovação na indústria farmacêutica requer uma abordagem específica, dependendo dos diferentes níveis de complexidade e maturidade das tecnologias envolvidas no desenvolvimento de medicamentos inovadores.

Metodologia/abordagem

Diferentes formulários foram aplicados aos gestores e/ou dirigentes técnicos. Após a aplicação dos formulários, foi realizada uma entrevista com o gerente PMO para obter informações sobre as abordagens de gestão aplicadas em cada projeto.

Principais resultados

6 projetos foram classificados como complicados, 2 complexos e 1 caótico. Quanto à classificação TRL, 1 projeto foi TRL 1, 1 projeto TRL 3, 2 projetos TRL 4, 2 projetos TRL 5, 2 projetos TRL 6 e 1 projeto TRL 7.

Contribuições teóricas/metodológicas

Os resultados mostraram que os métodos de gestão utilizados foram adequados, permitindo a entrega de resultados conforme o esperado.

Contribuições sociais/para a gestão

O uso de Cynefin e TRL permite uma melhor compreensão da categorização dos projetos em termos de complexidade, estágio de desenvolvimento e abordagem de gestão adequada.

Palavras-chave: Desenvolvimento farmacêutico, TRL, Cynefin, Gerenciamento

Study purpose

This work aimed to frame innovation projects according to Cynefin Framework, classify the projects based on the Technology Readiness Level (TRL) methodology and evaluate the management approach for each project.

Relevance / originality

The management of innovation projects in the pharmaceutical industry requires a specific approach, depending on the different levels of complexity and maturity of the technologies involved in the development of innovative medicines.

Methodology / approach

Different forms were applied to the managers and/or technical leaders. After forms application, an interview was conducted with PMO manager of these projects to obtain information about the management approaches applied in each project.

Main results

6 projects were classified as complicated, 2 as complex and 1 as chaotic. Regarding TRL classification, 1 project was TRL 1, 1 project TRL 3, 2 projects TRL 4, 2 projects TRL 5, 2 projects TRL 6 and 1 project TRL 7.

Theoretical / methodological contributions

The results showed that the management methods used were adequate, allowing the delivery of results as expected.

Social / management contributions

The use of Cynefin and TRL allow a better understand of the categorization of projects in terms of complexity, stage of development and the appropriate management approach.

Keywords: Pharmaceutical development, TRL, Cynefin, Management

APRENDIZAGEM DE PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO E O APOIO DA GAMIFICAÇÃO PARA EMPREENDEDORES

STRATEGIC PLANNING LEARNING AND GAMIFICATION SUPPORT FOR ENTREPRENEURS

SIMEIA AZEVEDO SANTOS - UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE
EDUARDO BERTAZZA - UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE
ALMIR MARTINS VIEIRA - UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE

Objetivo do estudo

O objetivo deste estudo é compreender como a gamificação pode auxiliar a aprendizagem de planejamento estratégico para empreendedores.

Relevância/originalidade

A gamificação é uma das tendências proeminentes no cenário mundial, no Brasil, estudos sobre o mercado de games realizados em 2018 e 2022 mostram um crescimento do setor de jogos para a área de treinamentos corporativos.

Metodologia/abordagem

Como metodologia da pesquisa, serão analisados de forma qualitativa dados de entrevistas com empreendedores jogadores e com criadores e apoiadores do ecossistema de aprendizagem para pequenos empreendedores.

Principais resultados

Na discussão dos resultados, os achados do estudo e a percepção de contribuição da aprendizagem gamificada pelos participantes., bem como recomendações para a continuidade de pesquisas nesta temática.

Contribuições teóricas/metodológicas

Esta pesquisa propõe uma contribuição à literatura sobre a abordagem de aprendizagem com o uso de ferramentas gamificadas para empreendedores.

Contribuições sociais/para a gestão

Esta pesquisa contribui para o entendimento de como a gamificação pode auxiliar a aprendizagem de planejamento estratégico para empreendedores.

Palavras-chave: empreendedores, gamificação, aprendizagem

Study purpose

The objective of this study is to understand how gamification can help entrepreneurs learn strategic planning.

Relevance / originality

Gamification is one of the prominent trends on the world stage, in Brazil, studies on the games market carried out in 2018 and 2022 show a growth in the games sector for the area of corporate training.

Methodology / approach

As a research methodology, data from interviews with player entrepreneurs and with creators and supporters of the learning ecosystem for small entrepreneurs will be analyzed qualitatively.

Main results

In the discussion of the results, the findings of the study and the perception of the contribution of gamified learning by the participants, as well as recommendations for the continuity of research on this topic.

Theoretical / methodological contributions

This research proposes a contribution to the literature on the learning approach using gamified tools for entrepreneurs.

Social / management contributions

This research contributes to the understanding of how gamification can help entrepreneurs learn strategic planning.

Keywords: entrepreneurs, gamification, learning

AS FACETAS DA INTELIGÊNCIA EMOCIONAL: UMA PROPOSTA PARA ESTRUTURAR PESQUISAS FUTURAS

THE FACETS OF EMOTIONAL INTELLIGENCE: A PROPOSAL TO STRUCTURE FUTURE RESEARCH

PAULA APARECIDA LEDIER SCHORSCHER - FACULDADE DE TECNOLOGIA DE SÃO ROQUE
MONICA APARECIDA DA SILVA - FACULDADE DE TECNOLOGIA DE SÃO ROQUE

ALINE CRISTINA DOS SANTOS - FACULDADE DE TECNOLOGIA DE SÃO ROQUE
MARCELO CARVALHO - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Objetivo do estudo

O objetivo deste artigo é entender as origens dos estudos sobre a Inteligência Emocional, aclarar o conceito e identificar o estado atual da pesquisa.

Relevância/originalidade

Uma análise bibliométrica do tema pode auxiliar no mapeamento das principais abordagens e aclarar os pilares conceituais construídos, de modo a sintetizar descobertas de pesquisas anteriores, facilitar a divulgação do conhecimento e, assim, contribuir para o avanço do campo de pesquisa

Metodologia/abordagem

Foi conduzido um estudo quantitativo, por meio de uma pesquisa bibliométrica com análises de citação e cocitação. Foram selecionados 9.048 artigos, publicados até 2021, na base Web of Science.

Principais resultados

Foram identificados os autores mais profícuos, os artigos mais influentes, as principais abordagens conceituais adotadas e a construção colaborativa sobre o tema.

Contribuições teóricas/metodológicas

Este artigo contribui ao retratar a trajetória percorrida no desenvolvimento da estrutura conceitual de pesquisa sobre Inteligência Emocional e incentivar novas avenidas de pesquisa

Contribuições sociais/para a gestão

A complexidade conceitual, somada à popularidade do termo, pode resultar em interpretações errôneas, de modo a gerar expectativas e usos com pouco, ou nenhum, embasamento científico. Faz-se necessário aclarar, as diferentes abordagens, indicando seu correto uso e alcance.

Palavras-chave: Inteligência Emocional, Revisão de Literatura, Bibliometria

Study purpose

The purpose of this article is to understand the origins of studies on Emotional Intelligence, clarify the concept and identify the current state of research.

Relevance / originality

A Bibliometric Analysis can help to map the main approaches and clarify the conceptual pillars built, in order to synthesize findings from previous research, facilitate the dissemination of knowledge and, thus, contribute to the advancement of the research field

Methodology / approach

A quantitative study was conducted through a bibliometric research with citation and co-citation analyses. A total of 9,048 articles were selected, published until 2021, in the Web of Science database.

Main results

The most relevant authors, the most influential articles, the main conceptual approaches adopted and the collaborative construction on the topic were identified.

Theoretical / methodological contributions

This article contributes by portraying the trajectory taken in the development of the conceptual framework for research on Emotional Intelligence and encouraging new avenues of research

Social / management contributions

The conceptual complexity, added to the popularity of the term, can result in misinterpretations, in order to generate expectations and uses with little or no scientific basis. It is necessary to clarify the different approaches, indicating their correct use and scope.

Keywords: Emotional Intelligence, Literature Review, Bibliometric Analysis

AS PERCEPÇÕES DOS DISCENTES DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA UPE-CARUARU SOBRE A TRANSIÇÃO DO ENSINO PRESENCIAL PARA O ENSINO REMOTO NA PANDEMIA

THE PERCEPTIONS OF UPE-CARUARU ADMINISTRATION COURSE STUDENTS ABOUT THE TRANSITION FROM IN-PERSON TEACHING TO REMOTE TEACHING IN THE PANDEMIC

RAYANE SANTANA DA SILVA - UPE - UNIVERSIDADE DE PERNAMBUCO
RÔMULO CÉSAR DIAS DE ANDRADE - UPE - UNIVERSIDADE DE PERNAMBUCO

Objetivo do estudo

Objetivo do trabalho consiste em analisar as percepções dos discentes da UPE-Caruaru sobre o seu aprendizado em relação a transição das aulas presenciais, realizando uma análise comparativa dos impactos no Curso de Administração da UPE Caruaru com o cenário do Brasil.

Relevância/originalidade

Diante do cenário de pandemia, o trabalho apresenta um tema atual, observando as perspectivas dos alunos do curso de administração de uma universidade pública de um campus do interior de Pernambuco em relação ao ensino remoto.

Metodologia/abordagem

O presente trabalho apresenta uma abordagem Quali-Quantitativa, utilizando pesquisa bibliográfica e benchmarking competitivo, possibilitando através de questionário realizar uma análise comparativa entre a UPE Caruaru com o cenário nacional.

Principais resultados

Foi possível identificar que no cenário nacional 45,9% dos alunos tiveram algum impacto negativo, enquanto na UPE Caruaru 25,8%. Em relação a mais tempo disponível para estudar: 16,9% nacional, já a UPE Caruaru 41,9% relataram ter mais tempo.

Contribuições teóricas/metodológicas

O trabalho contribui diretamente para um diagnóstico local da situação de diversos alunos de um campus universitário do interior do estado de PE, não podendo generalizar, mas tendo fortes indícios que esse cenário se repete em outras cidades e regiões.

Contribuições sociais/para a gestão

Por se tratar de um campus no interior do estado de PE, a realidade dos alunos e condições são diferentes do cenário nacional, o resultado do trabalho possibilita a gestão do campus atuar de forma estratégica para melhorar a qualidade de ensino.

Palavras-chave: Ensino presencial, Ensino remoto, Pandemia

Study purpose

The objective of the work is to analyze the perceptions of UPE-Caruaru students about their learning in relation to the transition from face-to-face classes, performing a comparative analysis of the impacts on the UPE Caruaru Administration Course with the Brazilian scenario.

Relevance / originality

In view of the pandemic scenario, the work presents a current theme, observing the perspectives of students from the administration course of a public university on a campus in the interior of Pernambuco in relation to remote teaching.

Methodology / approach

The present work presents a Quali-Quantitative approach, using bibliographic research and competitive benchmarking, making it possible through a questionnaire to carry out a comparative analysis between the UPE Caruaru and the national scenario.

Main results

It was possible to identify that in the national scenario 45.9% of the students had some negative impact, while in the UPE Caruaru 25.8%. Regarding more time available to study: 16.9% nationally, while at UPE Caruaru 41.9% reported having more time.

Theoretical / methodological contributions

The work directly contributes to a local diagnosis of the situation of several students from a university campus in the interior of the state of PE, not being able to generalize, but having strong indications that this scenario is repeated in other.

Social / management contributions

As it is a campus in the interior of the state of PE, the reality of the students and conditions are different from the national scenario, the result of the work allows the management of the campus to act in a strategic.

Keywords: Face-to-face teaching, Remote teaching, Pandemic

AS REDES SOCIAIS COMO RECURSO DE ENSINO-APRENDIZAGEM EM ADMINISTRAÇÃO: A PERCEPÇÃO DE ALUNOS DOS NÍVEIS FUNDAMENTAL E MÉDIO

SOCIAL NETWORKS AS A TEACHING-LEARNING RESOURCE IN ADMINISTRATION: THE PERCEPTION OF FUNDAMENTAL AND MIDDLE STUDENTS

CAMILLA RODRIGUES NETTO DA COSTA ROCHA - ESCOLA SUPERIOR DE PROPAGANDA E MARKETING - ESPM

IARA CRISTINA DE FÁTIMA MOLA - UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE

RODRIGO GUIMARÃES MOTTA - PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO - PUC SP

Objetivo do estudo

O presente estudo objetiva depreender qual a percepção de alunos de Administração, dos níveis fundamental e médio, no que tange ao uso das redes sociais por parte da própria instituição na qual se dá o seu processo de formação nessa área.

Relevância/originalidade

Embora identificados alguns estudos relativos ao uso das redes sociais no processo de aprendizagem do ensino superior em Administração, nada se localizou em relação a pesquisas que contemplassem a percepção dos alunos de Administração dos níveis fundamental e médio a esse respeito.

Metodologia/abordagem

O artigo adotou o estudo de caso, tendo sido aplicado um questionário a uma amostra de 410 alunos dos ensinos fundamental e médio da Escola Germinare (Instituto J&F). Os resultados foram analisados conforme os pressupostos teóricos extraídos do campo da educomunicação.

Principais resultados

Segundo a percepção dos alunos, as redes sociais relativas à Escola parecem se caracterizar de duas maneiras: como veículos simultaneamente informativos e formativos, além de ainda lhes conferir visibilidade como discentes, dentro e fora do próprio espaço (físico e virtual) da Instituição.

Contribuições teóricas/metodológicas

A pesquisa espera somar àqueles estudos que se debruçam sobre o uso das redes sociais como potenciais recursos no processo de ensino-aprendizagem no contexto de Administração, especialmente no das escolas de nível técnico, sobre as quais nada foi encontrado nesse sentido.

Contribuições sociais/para a gestão

Espera ainda, mediante os resultados apresentados, incentivar a adesão às redes sociais (via um projeto pedagógico próprio) por parte de outras escolas que formem jovens administradores, que também precisarão lidar com as complexidades constitutivas dos avanços da tecnologia, inclusive nas redes sociais.

Palavras-chave: comunicação/educação, ensino-aprendizagem em Administração, tecnologia, redes sociais

Study purpose

The present study aims to understand the perception of Business Administration students, from elementary and middle levels, regarding the use of social networks by the institution itself in which their training process in this area takes place.

Relevance / originality

Although some studies related to the use of social networks in the learning process of higher education in Administration were identified, nothing was found in relation to research that contemplated the perception of Administration students from the fundamental and secondary levels in

Methodology / approach

The article adopted the case study, having applied a questionnaire to a sample of 410 elementary and high school students from Escola Germinare (Instituto J&F). The results were analyzed according to the theoretical assumptions extracted from the field of educommunication

Main results

According to the students' perception, the social networks related to the School seem to be characterized in two ways: as both informative and formative vehicles, in addition to giving them visibility as students, inside and outside the institution's own space

Theoretical / methodological contributions

The research hopes to add to those studies that focus on the use of social networks as potential resources in the teaching-learning process in the context of Administration, especially in the technical level schools, about which nothing was found in this sense.

Social / management contributions

It hopes to encourage adherence to social networks (via its own pedagogical project) by other schools that train young administrators, who will also need to deal with the constitutive complexities of advances in technology, including in social networks.

Keywords: communication/education, teaching-learning in Administration, technology, social networks

AVALIAÇÃO DE UMA INSTITUIÇÃO DE LONGA PERMANÊNCIA PARA IDOSOS COM BASE NA ANÁLISE DA CULTURA ORGANIZACIONAL

EVALUATION OF A LONG STAY INSTITUTION FOR THE ELDERLY BASED ON ORGANIZATIONAL CULTURE ANALYSIS

ADRIANA APARECIDA HONÓRIO DO SANTOS - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

Não se aplica

Resumo

A pesquisa tem por objetivo analisar a cultura organizacional em uma Instituição de longa permanência para idosos e como as relações podem influenciar na qualidade do atendimento. Trata-se de uma pesquisa de estudo de caso, com abordagem qualitativa e quantitativa, com nível exploratório e descritivo, tendo como instrumentos um questionário estruturado aplicado em 81 colaboradores da Instituição, um formulário estruturado aplicado em 06 idosos residentes no serviço e uma entrevista semiestruturada com o Gestor. Os resultados revelam que os idosos residentes avaliam os serviços institucionais como bom, enfatizando o ambiente cooperativo e colaborativo, no entanto, ressaltam a importância de novos encaminhamentos e melhorias para dimensão Recursos Humanos, principalmente para o desenvolvimento profissional contínuo e a capacitação dos colaboradores, o que implica novas respostas de cuidados mais adequados e inovadores. Como contribuição, a partir dos achados poderá ser construído um framework com melhores prática de gestão e cuidados com o atendimento.

Palavras-chave: Gestão, Desenvolvimento Regional, Cultura Organizacional, Idosos, Instituições de Longa Permanência

Abstract

The research aims to analyze the organizational culture in a long-stay institution for the elderly and how relationships can influence the quality of care. This is a case study research, with a qualitative and quantitative approach, with an exploratory and descriptive level, having as instruments a structured questionnaire applied to 81 employees of the Institution, a structured form applied to 06 elderly residents in the service and a semi-structured interview with the Manager. The results reveal that the elderly residents evaluate the institutional services as good, emphasizing the cooperative and collaborative environment, however, they emphasize the importance of new referrals and improvements to the Human Resources dimension, mainly for the continuous professional development and training of employees, the which implies new, more adequate and innovative care responses. As a contribution, from the findings, a framework with better management practices and care with care can be built.

Keywords: Management, Regional development, Organizational culture, Seniors, Long Stay Institutions

AVALIANDO UMA FERRAMENTA BASEADA EM DADOS HISTÓRICOS PARA AUXILIAR O GERENCIAMENTO DE RISCOS: UM ESTUDO DE CASO EM PROJETOS DE SOFTWARE

*EVALUATING A TOOL BASED ON HISTORICAL DATA TO SUPPORT RISK
MANAGEMENT: A CASE STUDY IN SOFTWARE PROJECTS*

EMANUEL DANTAS FILHO - UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE
ADEMAR FRANÇA DE SOUSA NETO -
KARLOS MACÊDO TAVARES DE ALMEIDA -
MARCUS CAUÊ DE FARIAS BARBOSA -

Objetivo do estudo

Avaliar a aceitação por profissionais da área de uma ferramenta baseada em dados históricos para apoiar atividades do gerenciamento de riscos em projetos de desenvolvimento de software.

Relevância/originalidade

A indústria de software é um setor de grande rentabilidade, cuja estratégia econômica baseia-se, essencialmente, na inovação tecnológica aplicada ao desenvolvimento de novos produtos, realizada nos centros de Pesquisa e Desenvolvimento.

Metodologia/abordagem

Nesta pesquisa, realizou-se um estudo de caso descritivo baseado na pesquisa qualitativa realizado no contexto de um centro desenvolvimento de software, a coleta de dados aconteceu por meio de um grupo de foco com doze profissionais com experiência em gestão de projetos.

Principais resultados

Os resultados apontaram para utilidade da abordagem na identificação e no monitoramento de riscos. Porém, os profissionais fizeram ressalvas sobre a aplicabilidade com relação à mensuração de riscos.

Contribuições teóricas/metodológicas

Buscou-se contribuir com os estudos sobre o gerenciamento de riscos no contexto de um centro de desenvolvimento de software, considerando escassos trabalhos nessa área de conhecimento de gestão de projetos.

Contribuições sociais/para a gestão

Com o estudo sobre a avaliação da ferramenta, espera-se contribuir com a gestão de projetos na empresa alvo do estudo, e estimular a adoção dessas boas práticas nas organizações de outros contextos de projetos.

Palavras-chave: Gestão de Riscos, Dados Históricos, Ferramentas

Study purpose

Assess the acceptance by professionals in the field of a tool based on historical data to support risk management activities in software development projects.

Relevance / originality

The software industry is a highly profitable sector, whose economic strategy is essentially based on technological innovation applied to the development of new products, carried out in the Research and Development centers.

Methodology / approach

In this research, a descriptive case study was carried out based on qualitative research carried out in the context of a software development center, data collection took place through a focus group with twelve professionals with experience in project management.

Main results

The results pointed to the usefulness of the approach in the identification and monitoring of risks. However, professionals made reservations about the applicability in relation to risk measurement.

Theoretical / methodological contributions

We sought to contribute to studies on risk management in the context of a software development center, considering there are few works in this area of project management knowledge.

Social / management contributions

With the study on the evaluation of the tool, it is expected to contribute to project management in the target company of the study, and to encourage the adoption of these good practices in organizations in other project contexts.

Keywords: Risk management, Historical Data, Tools

AVENTURA METODOLÓGICA? UM OLHAR PARA OS ESTUDOS DE LIDERANÇA E SUA FRUIÇÃO DA “FLEXIBILIDADE SAUDÁVEL” DA ANÁLISE FENOMENOLÓGICA INTERPRETATIVA (IPA)

METHODOLOGICAL ADVENTURE? A LOOK AT LEADERSHIP STUDIES AND THEIR ENJOYMENT OF THE “HEALTHY FLEXIBILITY” OF INTERPRETIVE PHENOMENOLOGICAL ANALYSIS (IPA)

VICENTE REIS MEDEIROS - PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL (PUCRS)
ANA CLARISSA MATTE ZANARDO DOS SANTOS - PUCRS

Objetivo do estudo

Conhecer em que medida e de que forma os estudos de liderança aproveitam os espaços de “flexibilidade saudável” autorizados pela abordagem da análise fenomenológica interpretativa (IPA, na sigla em inglês) para incrementar e inovar no interior dessa perspectiva.

Relevância/originalidade

A inovação metodológica possibilita novos insights teóricos (Lê & Schmid, 2022), incentivando mais estudos nessa direção. Além disso, diferentemente de Brocki & Wearden (2006), que analisou a (in)adequação metodológica à IPA, este artigo investiga uma perspectiva inédita na área.

Metodologia/abordagem

Este estudo promove uma revisão de literatura inspirada em Wolfswinkel, Furtmueller & Wilderom (2013) para identificar 11 estudos de liderança que utilizaram IPA. Assim, analisou-se as estratégias de inovação e criatividade na coleta e análise dos dados e report dos resultados.

Principais resultados

Foram identificadas quatro estratégias que vão além das diretrizes recomendadas pelos fundadores da IPA: a) complementação; b) abordagem longitudinal; c) mapas mentais; e d) software de codificação.

Contribuições teóricas/metodológicas

O uso da IPA reforça a bricolagem na pesquisa qualitativa (Pratt, Sonenshein, & Feldman, 2022) e evidencia certa preferência por van Manen (1990). Este estudo responde Lê & Schmid (2022) sobre inovação metodológica e complementa a abordagem de Brocki & Wearden (2006).

Contribuições sociais/para a gestão

A IPA visa explorar experiências vividas dos participantes, constituindo-se em uma abordagem frutífera nas ciências sociais aplicadas, seja para estudos de âmbito social, seja de âmbito gerencial. Assim, este estudo busca também incentivar seu uso para novas contribuições teóricas.

Palavras-chave: Metodologia, Fenomenologia, análise fenomenológica interpretativa, pesquisa qualitativa, liderança

Study purpose

To know to what extent and in what way leadership studies take advantage of the spaces of “healthy flexibility” authorized by the approach of interpretive phenomenological analysis (IPA) to increase and innovate within this perspective.

Relevance / originality

Methodological innovation enables new theoretical insights (Lê & Schmid, 2022), encouraging further studies in this direction. Furthermore, unlike Brocki & Wearden (2006), who analyzed the methodological (in)adequacy of the IPA, this article investigates an unprecedented perspective in the area.

Methodology / approach

This study promotes a literature review inspired by Wolfswinkel, Furtmueller & Wilderom (2013) to identify 11 leadership studies that used IPA. Thus, innovation and creativity strategies were analyzed in data collection and analysis and results report.

Main results

Four strategies were identified that go beyond the guidelines recommended by the founders of the IPA: a) complementation; b) longitudinal approach; c) mind maps; and d) encoding software.

Theoretical / methodological contributions

The use of IPA reinforces bricolage in qualitative research (Pratt, Sonenshein, & Feldman, 2022) and shows a certain preference for van Manen (1990) This study responds to Lê & Schmid (2022) on methodological innovation and complements the approach of Brocki & Wearden

Social / management contributions

IPA aims to explore the participants' lived experiences, constituting a fruitful approach in applied social sciences, whether for studies of a social or managerial scope. Thus, this study also seeks to encourage its use for new theoretical contributions.

Keywords: methodology, phenomenology, interpretive phenomenological analysis, qualitative research, leadership

BENEFÍCIOS E DESAFIOS DAS METODOLOGIAS TRADICIONAL, ÁGIL E HÍBRIDA DE GERENCIAMENTO DE PROJETOS NO CONTEXTO DE TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

BENEFITS AND CHALLENGES OF TRADITIONAL, AGIL AND HYBRID PROJECT MANAGEMENT METHODOLOGIES IN THE DIGITAL TRANSFORMATION CONTEXT

GRAZIELA FONTES NOVAES - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
CRISTINA DAI PRÁ MARTENS - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

O presente trabalho foi realizado com o apoio do CNPq, da CAPES e do Fundo de Apoio à pesquisa - FAP/UNINOVE

Objetivo do estudo

Analisar a literatura existente sobre as metodologias de gerenciamento de projetos aplicadas no contexto de transformação digital.

Relevância/originalidade

Se faz necessário um olhar aprofundado sobre as metodologias de gerenciamento de projetos utilizadas, de modo a direcionar aspectos apropriados e determinar melhor a contribuição do tema para o contexto de transformação digital.

Metodologia/abordagem

Foi utilizada uma abordagem metodológica qualitativa e exploratória, por meio de uma revisão sistemática da literatura que contou com uma amostra de 23 artigos.

Principais resultados

Esta pesquisa demonstra as principais definições a respeito das metodologias tradicional, ágil e híbrida para o gerenciamento de projetos, bem como os benefícios e desafios encontrados na adoção de cada uma delas no contexto de transformação digital.

Contribuições teóricas/metodológicas

Este estudo contribui teoricamente para ampliar a literatura no campo de gestão de projetos.

Contribuições sociais/para a gestão

Pode fornecer subsídios para que profissionais atuantes na área de projetos possam estabelecer qual metodologia de gerenciamento de projetos é mais adequada às suas circunstâncias.

Palavras-chave: Gerenciamento tradicional de projetos, Gerenciamento ágil de projetos, Gerenciamento híbrido de projetos, Transformação digital

Study purpose

To analyze the existing literature on project management methodologies applied in the digital transformation context.

Relevance / originality

An in-depth look at the project management methodologies used is necessary, in order to direct appropriate aspects and better determine the theme's contribution to the digital transformation context.

Methodology / approach

A qualitative and exploratory methodological approach was used, through a systematic literature review that included a sample of 23 articles.

Main results

This research demonstrates the main definitions regarding traditional, agile and hybrid project management methodologies, as well as the benefits and challenges found in the adoption of each one in the digital transformation context.

Theoretical / methodological contributions

This study theoretically contributes to expand the literature in the project management field.

Social / management contributions

It can provide subsidies so that professionals working in the project area can establish which project management methodology is most appropriate to their circumstances.

Keywords: Traditional project management, Agile project management, Hybrid project management, Digital transformation

CAMINHOS DA INOVAÇÃO DISRUPTIVA DIGITAL

DIGITAL DISRUPTIVE INNOVATION PATHS

ANGELICA PIGOLA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
PRISCILA REZENDE DA COSTA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
LUÍSA MARGARIDA CAGICA CARVALHO - INSTITUTO POLITÉCNICO DE SETÚBAL
ROBERTO CARLOS BERNARDES - CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FEI

Agradecimento à órgão de fomento:

"This study was financed in part by the Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES)

Objetivo do estudo

Esta revisão sistemática da literatura tem como objetivo identificar os caminhos da Inovação Disruptiva Digital em diferentes contextos de mercados.

Relevância/originalidade

Este estudo oferece uma visão integrativa sobre a Inovação Disruptiva Digital apresentando um framework para potencializar novas perspectivas para o desenvolvimento de modelos de negócios inovadores e para o futuro da teoria da Inovação.

Metodologia/abordagem

Revisão sistemática da literatura de 34 estudos na área de 2015 a 2021.

Principais resultados

Os resultados sugerem duas perspectivas diferentes sobre a inovação disruptiva digital, uma seguindo a construção de sistemas de alerta disruptivos e outra seguindo a consciência da disrupção empreendida estratégias de negócios digitais

Contribuições teóricas/metodológicas

Contribuir para as teorias de inovação disruptiva e capacidades dinâmicas oferecendo uma visão holística dos caminhos da inovação em diferentes aspectos do negócio.

Contribuições sociais/para a gestão

Promova uma compreensão mais ampla de como a inovação disruptiva pode alcançar modelos e estratégias de negócios.

Palavras-chave: Inovação Disruptiva, Inovação Digital, Revisão Sistemática Literatura, Capacidades Dinâmicas

Study purpose

This systematic literature review aims to identified Digital Disruptive Innovation paths in different contexts of markets

Relevance / originality

This study offers an integrative view about Digital Disruptive Innovation presenting a framework to potentialize new perspectives for innovative business models development and for the future of Innovation theory.

Methodology / approach

Systematica Literature review of 34 studies in the field from 2015 to 2021.

Main results

Findings suggest two different perspectives about Digital Disruptive Innovation, one following disruptive warning systems building and other following consciousness of disruption undertaken digital business strategies

Theoretical / methodological contributions

Contribute to the disruptive innovation and dynamic capabilities theories offering a holistic view of innovation paths in different aspects of business.

Social / management contributions

Promote a broader understanding of how disruptive innovation can reach out business models and strategies.

Keywords: Disruptive Innovation, Digital Innovation, Systematic Literature Review, Dynamic Capabilities

CAMPO LARGO

LARGE FIELD

ESTER PEREIRA DELALIBERA ROCCO - UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PARANÁ - UNESPAR - CAMPUS APUCARANA

HADRIAN DO NASCIMENTO COIS DE OLIVEIRA - UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PARANÁ - UNESPAR - CAMPUS APUCARANA

Resumo

O trabalho teve como objetivo evidenciar o viés natural e sustentável, adotado pela empresa de bebidas Campo Largo, durante o trabalho destacamos os valores que a marca apresenta, os quais se destacam a qualidade do produto, a preocupação com o meio ambiente e participação ativa na sociedade através de projetos sociais. Entre as estratégias de marketing verificadas destaca-se o sucesso obtido buscando manter a qualidade do produto em todas as etapas para satisfação do cliente, segundo Aaker (1998), valor da marca é um conjunto de recursos, que agregam ou subtraem valor a um produto ou serviço em benefício da empresa e de seus clientes. Conseguindo entregar o portfólio de produtos mais completo desse ramo no Brasil. O estudo foi realizado através de uma análise exploratória nas dentro das mídias digitais da empresa, tais como site, Instagram e Facebook.

Palavras-chave: MARCA, SUSTENTABILIDADE, QUALIDADE, PRODUTO, MARKETING

Abstract

The work aimed to highlight the natural and sustainable bias, adopted by the beverage company Campo Largo, during the work we highlighted the values that the brand presents, which stand out the quality of the product, the concern for the environment and active participation in the society through social projects. Among the verified marketing strategies, the success obtained by seeking to maintain product quality at all stages for customer satisfaction stands out. or service for the benefit of the company and its customers. Being able to deliver the most complete product portfolio of this branch in Brazil. The study was carried out through an exploratory analysis of the company's digital media, such as website, Instagram and Facebook.

Keywords: BRAND, SUSTAINABILITY, QUALITY, PRODUCT, MARKETING

CAPACIDADE DE GESTÃO DA INFORMAÇÃO: VALORES E COMPORTAMENTOS DO USUÁRIO

INFORMATION MANAGEMENT CAPACITY: USER VALUES AND BEHAVIOR - COMPORTAMENTOS E VALORES INFORMACIONAIS. GESTÃO DA INFORMAÇÃO. GESTÃO DO CONHECIMENTO. ESCALA DO TIPO-LICKERT

EDISON LACERDA CARVALHO - INSTITUTO FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL - IFRS
RAFAEL BRINKHUES - INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO RIO GRANDE DO SUL
JOSÉ CARLOS DA SILVA FREITAS JUNIOR - UNISINOS - UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS
DARCI DE BORBA SANTOS JÚNIOR - UNISINOS - UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS

Agradecimento à órgão de fomento:

À FAPERGS - Fundação de Amparo à pesquisa do Estado do RS Ao IFRS - Instituto Federal do Rio Grande do Sul. - Campus Viamão

Objetivo do estudo

O presente estudo tem o objetivo de exemplificar e examinar comportamentos e valores relativos à informação em setores de Tecnologia da Informação preconizados na perspectiva Information Orientation (IO) de Marchand, Kettinger e Rollins.

Relevância/originalidade

Identificando comportamentos e valores relativos à integridade informacional, ao grau de transparência quanto ao uso da informação, ao compartilhamento da informação, e à proatividade em relação à informação.

Metodologia/abordagem

Inicialmente, foi feita através de traduções cruzadas Em um segundo momento, elaborou-se um questionário com vinte e duas questões extraídas do livro Information Orientation e as mesmas questões foram disponibilizadas no Google Forms O questionário utiliza uma Escala Tipo-Likert de sete pontos.

Principais resultados

É um trabalho descritivo de caráter quantitativo através de uma survey, para tal convidou-se 580 gestores, líderes, supervisores de pequena, média e grandes empresas, dos quais 108 responderam.

Contribuições teóricas/metodológicas

Empregou-se a estatística descritiva para analisar os dados levantados e para isso se utilizou software SmartPLS 3 Versão 3 29

Contribuições sociais/para a gestão

Os resultados observados neste estudo mostram que há correlação com as dimensões observadas e uma maior eficiência na execução de serviços e criação de produtos de usuário.

Palavras-chave: Comportamentos e valores informacionais., Gestão da informação. , Gestão do conhecimento., Escala do Tipo-Lickert

Study purpose

This study aims to exemplify and examine behaviors and values related to information in Information Technology sectors advocated in the Information Orientation (IO) perspective of Marchand, Kettinger, and Rollins.

Relevance / originality

It identifies behaviors and values related to information integrity, transparency of information use, information sharing, and information proactivity.

Methodology / approach

Initially, it was done through cross-translations. In a second step, a questionnaire was prepared with twenty-two questions extracted from the book Information Orientation, and the same questions were made available on Google Forms. The questionnaire uses a seven-point Likert-type scale.

Main results

This is a descriptive work of quantitative character through a survey, for which 580 managers, leaders, supervisors of small, medium, and large companies were invited to which 108 responded.

Theoretical / methodological contributions

Descriptive statistics was employed to analyze the data raised and for this purpose SmartPLS 3. Version 3.29 software was used.

Social / management contributions

The results observed in this study show that there is correlation with the observed dimensions and greater efficiency in the execution of services and creation of user products.

Keywords: Informational behaviors and values., Information management. , Knowledge management. , Likert-type scale

CAPACIDADES DINÂMICAS PARA ADAPTAÇÃO ORGANIZACIONAL NO PERÍODO DA PANDEMIA DA COVID-19

DYNAMIC CAPABILITIES FOR ORGANIZATIONAL ADAPTATION IN THE PERIOD OF THE COVID-19 PANDEMIC

DEISE BITENCOURT HAUBRICH - UNIVERSIDADE FEEVALE
CRISTIANE FROELICH - UNIVERSIDADE FEEVALE

Objetivo do estudo

O objetivo do estudo consiste em realizar um ensaio teórico sobre a mobilização das capacidades dinâmicas para a adaptação organizacional no período da pandemia da covid (2020 – 2022).

Relevância/originalidade

Diante das mudanças ocorridas no mercado, causadas pela pandemia da Covid-19, Bulgacov e Takahashi (2019) trazem que uma área de interesse dos pesquisadores nas organizações é o fenômeno das capacidades dinâmicas (CDs), que dizem respeito ao gerenciamento estratégico e às mudanças organizacionais.

Metodologia/abordagem

Optou-se pela escolha de autores seminais, sem restrição de período temporal, e pesquisas em periódicos, que compõem a base Scopus, utilizando o filtro Business, Management and Accounting Os textos foram lidos na íntegra e submetidos à análise interpretativa dos autores da pesquisa.

Principais resultados

Ao identificar oportunidades e ameaças, as empresas possuem maior probabilidade de apreender as oportunidades e, apreendendo as oportunidades, conseguem reconfigurar seus recursos. Para que ocorra essa visualização, as empresas precisam mobilizar as três capacidades dinâmicas sensing, seizing e reconfiguring.

Contribuições teóricas/metodológicas

As contribuições da pesquisa tratam da apresentação de um esquema teórico conceitual e a indicação de pressupostos de pesquisa que indicam uma possibilidade para o avanço do desenvolvimento científico do tema.

Contribuições sociais/para a gestão

A crise trazida pela pandemia da Covid-19 afetou diretamente a economia mundial, trazendo incertezas mercadológicas e a necessidade de constantes mudanças As adaptações provocadas pelo ambiente de crise da Covid-19 fizeram com que as empresas adaptassem seus processos, seus produtos, sua forma.

Palavras-chave: Capacidades Dinâmicas, Adaptação Organizacional, Microfundamentos, Pandemia

Study purpose

The objective of the study is to carry out a theoretical essay on the mobilization of dynamic capabilities for organizational adaptation in the period of the covid pandemic (2020 - 2022).

Relevance / originality

In view of the changes that have taken place in the market, caused by the Covid-19 pandemic, Bulgacov and Takahashi (2019) show that an area of interest for researchers in organizations is the phenomenon of dynamic capabilities (DCs), which concern strategic management.

Methodology / approach

We opted for the choice of seminal authors, without restriction of time period, and research in journals, which make up the Scopus database, using the Business, Management and Accounting filter. The texts were read in full and submitted to the interpretative analysis.

Main results

By identifying opportunities and threats, companies are more likely to seize opportunities and, by seizing opportunities, are able to reconfigure their resources. For this visualization to occur, companies need to mobilize the three dynamic capabilities of sensing, seizing and reconfiguring.

Theoretical / methodological contributions

The research contributions deal with the presentation of a conceptual theoretical scheme and the indication of research assumptions that indicate a possibility for the advancement of the scientific development of the theme.

Social / management contributions

The crisis brought about by the Covid-19 pandemic directly affected the world economy, bringing market uncertainties and the need for constant changes. The adaptations caused by the Covid-19 crisis environment made companies adapt their processes, their products, their form.

Keywords: Dynamic Capabilities, Organizational Adaptation, Microfoundations, Pandemic

CARACTERIZAÇÃO LOGÍSTICA DAS IMPORTAÇÕES DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE NO ANO DE 2020

LOGISTIC CHARACTERIZATION OF THE IMPORTS FROM THE STATE OF RIO GRANDE DO NORTE IN 2020

ARTHUR ARCELINO DE BRITO - INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO RIO GRANDE DO NORTE-IFRN

PAULO EDUARDO DA SILVA JÚNIOR - INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO RIO GRANDE DO NORTE-IFRN

THAYLDSON DA SILVA OLIVEIRA - INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO RIO GRANDE DO NORTE-IFRN

JÉSSICA MARIA DAMIÃO DE ARRUDA CÂMARA - INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO RIO GRANDE DO NORTE-IFRN

Objetivo do estudo

Levando em conta a estratégia de internacionalização por meio da importação, o presente trabalho visou caracterizar logisticamente as importações do estado do Rio Grande do Norte no ano de 2020, durante o primeiro ano da pandemia do covid-19.

Relevância/originalidade

Diante da lacuna de artigos e outros trabalhos científicos que relacionem as importações e a logística às estratégias de internacionalização de empresas do Rio Grande do Norte, propôs-se este estudo.

Metodologia/abordagem

A metodologia contempla uma análise dos dados disponibilizados na plataforma comex stat da secretaria de comércio exterior vinculada ao Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços do governo Brasileiro, por meio da caracterização de fatores logísticos.

Principais resultados

Dentre os resultados obtidos, identificou-se a Argentina como principal exportador, o trigo como o produto mais importado pelo estado, a URF de Natal, com maior percentual de participação de processos aduaneiros, e o modal marítimo como o mais utilizado.

Contribuições teóricas/metodológicas

O trabalho contemplou uma caracterização logística, área associada ao processo de internacionalização de empresas, contribuindo para a lacuna existente na literatura acerca do tema.

Contribuições sociais/para a gestão

O trabalho levantou informações estratégicas acerca dos canais de distribuição, entrada, modais e produtos importados pelo estado do Rio Grande do Norte, contribuindo para empresários, acadêmicos e outras partes interessadas.

Palavras-chave: Comércio Exterior, Importação, Rio Grande do Norte, Logística, Internacionalização

Study purpose

Levando em conta a estratégia de internacionalização por meio da importação, o presente trabalho visou caracterizar logisticamente as importações do estado do Rio Grande do Norte no ano de 2020, durante o primeiro ano da pandemia do covid-19.

Relevance / originality

In view of the lack of articles and other scientific works that relate imports and logistics to the internationalization strategies of companies in Rio Grande do Norte, this study was proposed.

Methodology / approach

The methodology includes an analysis of the data available on the comex stat platform of the foreign trade secretariat linked to the Ministry of Industry, Foreign Trade and Services of the Brazilian government, through the characterization of logistical factors.

Main results

Among the results obtained, Argentina was identified as the main exporter, wheat as the most imported product by the state, the URF of Natal, with the highest percentage of participation of customs processes, and the maritime modal as the most used.

Theoretical / methodological contributions

The work included a logistical characterization, an area associated with the process of internationalization of companies, contributing to the gap in the literature on the subject.

Social / management contributions

The work raised strategic information about distribution channels, entry, modes and products imported by the state of Rio Grande do Norte, contributing to entrepreneurs, academics and other interested parties.

Keywords: Foreign trade, Imports, Rio Grande do Norte, Logistics, Internationalization.

COCRIAÇÃO DE VALOR EM TEMPOS DE CRISE: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA DE 2010 A 2021

VALUE CO-CREATION IN TIMES OF CRISIS: A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW FROM 2010 TO 2021

THIAGO DE LUCA SANTANA RIBEIRO - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
ANDERSON ANTÔNIO DE LIMA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Objetivo do estudo

A partir de uma revisão sistemática da literatura, analisar as perspectivas descritivas, metodológicas, temáticas e gerenciais dos artigos que versam sobre cocriação de valor em tempos de crise.

Relevância/originalidade

Apesar da importância das pesquisas que envolvem cocriação de valor e crises, sobretudo pelo momento pandêmico que estamos vivendo, ainda não encontramos nenhum trabalho que sintetize os achados desta relação. Assim, este trabalho é pioneiro em analisar soluções cocriadoras em crises.

Metodologia/abordagem

Foi realizada uma Revisão Sistemática da Literatura com 42 artigos indexados na base de dados Web of Science entre o período de 2010 e 2021. Foram analisadas as perspectivas descritivas, metodológicas, temáticas e gerenciais dos artigos.

Principais resultados

Entre os principais resultados, destacam-se: quanto ao método, a maioria dos trabalhos identificados são teóricos-conceituais (52,4%); quanto à temática, a maioria dos trabalhos abordam como cenário de crise a Covid-19 (35,6); uma coletânea de soluções cocriadoras são apresentadas como recomendações gerenciais.

Contribuições teóricas/metodológicas

A maioria dos trabalhos identificados são teóricos-conceituais (52,4%), seguidos por qualitativos (42,8%) e quantitativos (4,8%). Os principais temas de crises abordados são: Covid-19, Econômica, Ambiental, Moral, Migração e Drogas.

Contribuições sociais/para a gestão

Uma coletânea de soluções cocriadoras são apresentadas como recomendações para gestão e sociedade. Por exemplo, na saúde será necessária uma verdadeira mudança para alcançar a

justiça social, sendo mais focada e mais representativa das necessidades e vozes das comunidades.

Palavras-chave: Cocriação de Valor, Crise, Revisão Sistemática da Literatura

Study purpose

From a systematic review of the literature, to analyze the descriptive, methodological, thematic and managerial perspectives of the articles that deal with the co-creation of value in times of crisis.

Relevance / originality

Despite the importance of research involving value co-creation and crises, we have not yet found any work that summarizes the findings of this relationship. Thus, this work is a pioneer in analyzing co-creative solutions in crises.

Methodology / approach

A Systematic Literature Review was carried out with 42 articles indexed in the Web of Science database between 2010 and 2021. The descriptive, methodological, thematic and managerial perspectives of the articles were analyzed.

Main results

Among the main results, the following stand out: regarding the method, most of the identified works are theoretical-conceptual (52.4%); as for the theme, most studies address Covid-19 as a crisis scenario (35.6); a collection of co-creator solutions are presented as management recommendations.

Theoretical / methodological contributions

Most of the works identified are theoretical-conceptual (52.4%), followed by qualitative (42.8%) and quantitative (4.8%). The main crisis themes addressed are: Covid-19, Economic, Environmental, Moral, Migration and Drugs.

Social / management contributions

A collection of co-creative solutions are presented as recommendations for management and society. For example, in health real change will be needed to achieve social justice, being more focused and more representative of the needs and voices of communities.

Keywords: value co-creation, crisis, Systematic Review of Literature

COCRIAÇÃO DE VALOR POR MEIO DA ESTRATÉGIA DE COOPERAÇÃO, COLABORAÇÃO E COOPETIÇÃO EM COOPERATIVAS DE CRÉDITO

*VALUE CO-CREATION THROUGH COOPERATION, COLLABORATION AND
COOPETITION STRATEGIES IN CREDIT COOPERATIVES*

FÁTIMA GILVANDRA RODRIGUES - UNISC - UNIVERSIDADE DE SANTA CRUZ DO SUL
PIETRO CUNHA DOLCI - UNISC - UNIVERSIDADE DE SANTA CRUZ DO SUL
FLÁVIO RÉGIO BRAMBILLA - UNISC - UNIVERSIDADE DE SANTA CRUZ DO SUL

Objetivo do estudo

Compreender como as cooperativas de crédito financeiras, através de seus gestores e colaboradores, envolvem seus cooperados no processo de cocriação de valor através de ações de colaboração, competição e coopetição.

Relevância/originalidade

Cocriação de valor, colaboração, competição e coopetição estão presentes na gestão das cooperativas. Ainda assim, é necessária atenção, devido a expansão das cooperativas de crédito financeiro no país, o que requer vigilância ao foco na humanização do serviço.

Metodologia/abordagem

A pesquisa teve duas fases. Na qualitativa foram entrevistados oito gestores e colaboradores das cooperativas de crédito financeiro Sicoob, Sicredi e Unicred. Na etapa quantitativa foi feito levantamento via Google Forms com sócios e não sócios de cooperativas de crédito.

Principais resultados

Os resultados da análise dos dados indicam que os propósitos das cooperativas que embasam as suas ações estão diretamente ligados aos constructos de cocriação de valor, cooperação, colaboração e coopetição.

Contribuições teóricas/metodológicas

É necessário engajamento para o desenvolvimento da instituição cooperativa financeira ser positivo para ambas as partes, pois como sócios do negócio, é fundamental o envolvimento espontâneo, transparente, estratégico e colaborativo.

Contribuições sociais/para a gestão

Observa-se que gerar valor para os cooperados é a forma de manter a essência do cooperativismo, trazendo resultados favoráveis para todos os envolvidos no processo. Essa estrutura favorece e também é favorecida pela cocriação de valor.

Palavras-chave: Cocriação de Valor, Colaboração, Cooperação, Coopetição, Cooperativismo

Study purpose

Understand how financial credit cooperatives, through their managers and employees, involve their members in the process of value co-creation through actions related to collaboration, competition and coopetition.

Relevance / originality

Value co-creation, collaboration, competition and coopetition are present in the management of cooperatives. Even so, attention is needed, due to the expansion of financial credit cooperatives in the country (Brazil), which requires vigilance to focus on service humanization.

Methodology / approach

The research had two phases. In the qualitative, eight managers and employees of the financial credit unions Sicoob, Sicredi and Unicred were interviewed. In the quantitative stage, a survey was carried out by Google Forms with members and non-members of credit cooperatives.

Main results

The results of data analysis indicate that the purposes of the cooperatives that underlie their actions are directly linked to the constructs of value co-creation, cooperation, collaboration and coopetition.

Theoretical / methodological contributions

Engagement is necessary for the development of the financial cooperative institution to be positive for both parties, because as business partners, spontaneous, transparent, strategic and collaborative involvement is essential.

Social / management contributions

It is observed that generating value for the cooperative members is the way to maintain the essence of cooperativism, bringing favorable results for all those involved in the process. This structure favors and is also favored by value co-creation.

Keywords: Value Co-creation, Collaboration, Cooperation, Coopetition, Cooperativism

COESÃO DE EQUIPES: A INFLUÊNCIA DA ORIENTAÇÃO A META E INTRAEMPREENDEDORISMO EM ABORDAGENS ÁGEIS DE PROJETOS.

TEAM COHESION: THE INFLUENCE OF GOAL ORIENTATION AND INTRAPRENEURSHIP IN AGILE PROJECT APPROACHES.

ALBERTO ALVES DA SILVA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Objetivo do estudo

O objetivo deste estudo é avaliar a influência do intraempreendedorismo do indivíduo e sua orientação a metas, sobre a coesão de equipes, mediado pela agilidade em projetos.

Relevância/originalidade

Este artigo é relevante tanto para acadêmicos como profissionais de gestão de projetos na medida que apresenta o quanto a coesão de equipes pode ser tornar mais robusta com o intraempreendedorismo em ambientes ágeis e original por trazer a relação dos temas.

Metodologia/abordagem

Revisão sistemática da literatura e pesquisa quantitativa.

Principais resultados

O resultado da pesquisa indicou que as equipes podem ser mais coesas quando tem funcionários intraempreendedores trabalhando em ambientes ágeis.

Contribuições teóricas/metodológicas

A contribuição teórica foi trazer em um mesmo artigos os temas coesão de equipes, intraempreendedorismo, orientação a meta e ambientes ágeis e suas relações.

Contribuições sociais/para a gestão

Os gestores de projetos poderão utilizar o artigo como fonte para identificar elementos do intraempreendedorismo presente nos funcionários para aumentar a coesão de equipes.

Palavras-chave: Coesão de equipes, Orientação a metas, Intraempreendedorismo, Projetos ágeis, Gestão de projetos

Study purpose

The objective of this study is to evaluate the influence of the individual's intrapreneurship and their goal orientation on team cohesion, mediated by agility in projects.

Relevance / originality

This article is relevant for both academics and project management professionals as it presents how team cohesion can be made more robust with intrapreneurship in agile environments and original by bringing the relationship of themes.

Methodology / approach

Systematic literature review and quantitative research.

Main results

The research result indicated that teams can be more cohesive when they have intrapreneurial employees working in agile environments.

Theoretical / methodological contributions

The theoretical contribution was to bring together in the same article the themes of team cohesion, intrapreneurship, goal orientation and agile environments and their relationships.

Social / management contributions

Project managers will be able to use the article as a source to identify elements of intrapreneurship present in employees to increase team cohesion.

Keywords: Team cohesion, Goal orientation, Intrapreneurship, Agile projects, Project management

COMPETÊNCIAS DE PROJETOS ÁGEIS E SEUS NÍVEIS

AGILE PROJECTS COMPETENCIES AND THEIR LEVELS

RICARDO LAIR FRANCO OLIVEIRA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Objetivo do estudo

Identificar como as competências de projetos ágeis são utilizadas nos diversos níveis organizacionais

Relevância/originalidade

Encontramos evidências nos níveis competência individual, equipe e organizacional, como a metodologia ágil é citada e as melhorias geradas por meio da competência.

Metodologia/abordagem

Revisão sistemática

Principais resultados

Neste estudo, foram abordadas as competências de projetos ágeis e seus níveis (individual, equipe e organizacional).

Contribuições teóricas/metodológicas

Nosso protocolo de pesquisa baseado em Pollock e Berge (2018), pode ser replicado, afim de gerar confirmação dos dados encontrados e melhorar a auditabilidade de nosso estudo.

Contribuições sociais/para a gestão

Por meio dos resultados desse estudo, gestores podem se embasar para a tomada de decisão de quais competências devem ser adquiridas e quais os níveis devem ser abordados.

Palavras-chave: Competências; , Gerenciamento de projeto;, Ágil, Projetos

Study purpose

this article aims to identify how agile project competencies are used at different levels in the organization

Relevance / originality

We find out at the proven technical and organizational competency levels, how smart methodology is cited and how methodology is used through competency.

Methodology / approach

Sistematic Reaviw Research

Main results

In this study, the competencies of agile projects and their levels (individual, team and organizational) were addressed.

Theoretical / methodological contributions

Our research protocol based on Pollock and Berge (2018) can be replicated in order to generate confirmation of the data found and improve the auditability of our study.

Social / management contributions

Through the results of this study, managers can base themselves on the decision making of which skills should be acquired and which levels should be addressed.

Keywords: Competencies, Project Management, Agile, Project

COMPETÊNCIAS ESSENCIAIS PARA OS GERENTES DE PROJETOS EM ÓRGÃOS PÚBLICOS: UM ESTUDO DE CASO EM UMA AUTARQUIA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO E PESQUISA

ESSENTIAL SKILLS FOR PROJECT MANAGERS IN PUBLIC BODIES: A CASE STUDY IN A STATE AUTHORITY OF EDUCATION AND RESEARCH

RODRIGO OLIVETTI - FUNDAÇÃO VANZOLINI
ALINE SACCHI HOMRICH - USP - UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
MARLY MONTEIRO DE CARVALHO - USP - UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

Objetivo do estudo

Identificar quais são as competências essenciais para os gerentes de projetos em órgãos públicos respondendo à questão de pesquisa: “Há um conjunto de competências específicas que são mais relevantes para os gerentes de projetos em órgãos públicos?”.

Relevância/originalidade

A discussão sobre as competências dos gerentes de projetos em órgãos públicos ainda é bastante carente de estudos.

Metodologia/abordagem

Estudo de caso através da seleção de 5 projetos e seus líderes em uma única autarquia estadual de educação superior e pesquisa científica dividido em 2 etapas: obtenção de dados com entrevistas semi-estruturadas; análise dos resultados comparando-os a literatura.

Principais resultados

Há 5 competências de gerentes de projetos, em ordem decrescente de importância, que são mais preponderantes ou essenciais na condução de projetos em órgãos públicos: organização; planejamento; competência técnica; suporte gerencial; resolução de conflitos.

Contribuições teóricas/metodológicas

Academicamente, contribui para ampliação da discussão acerca das competências necessárias aos servidores públicos responsáveis projetos em suas repartições.

Contribuições sociais/para a gestão

Contribui com entidades públicas sugerindo competências que podem ser alvo de ações de treinamento e desenvolvimento interno com a finalidade de melhorar o desempenho dos servidores responsáveis por projetos aumentando as chances de sucesso de seus projetos.

Palavras-chave: Gerenciamento de projetos, Competências do gerente de projetos, Habilidades do gerente de projetos, Administração Pública, Órgão Público

Study purpose

Identify what are the essential competencies for project managers in public agencies by answering the research question: “Is there a set of specific competencies that are most relevant for project managers in public agencies?”.

Relevance / originality

The discussion about the competencies of project managers in public agencies is still quite lacking in studies.

Methodology / approach

Case study through the selection of 5 projects and their leaders in a single state autarchy of higher education and scientific research divided into 2 stages: obtaining data with semi-structured interviews; analysis of the results comparing them to the literature.

Main results

There are 5 competencies of project managers, in descending order of importance, that are most prevalent or essential in the conduct of projects in public agencies: organization; planning; technical competence; managerial support; conflict resolution.

Theoretical / methodological contributions

Academically, it contributes to broadening the discussion about the skills needed by public servants responsible for projects in their departments.

Social / management contributions

Contributes to public entities by suggesting skills that can be the target of training and internal development actions in order to improve the performance of civil servants responsible for projects, increasing the chances of success of their projects.

Keywords: project management, Project manager competencies, Project manager skills, Public administration, Public agency

COMPETÊNCIAS GERENCIAIS DE COORDENADORES DE CURSOS EM CONTEXTO DE INOVAÇÃO: ESTUDO EM CENTRO UNIVERSITÁRIO.

MANAGERIAL COMPETENCIES OF COURSE COORDINATORS IN THE CONTEXT OF INNOVATION: STUDY AT A UNIVERSITY CENTER.

JUCIÊ ABREU DA SILVA - FUNDAÇÃO PEDRO LEOPOLDO (FPL)

REGINALDO DE JESUS CARVALHO LIMA - FUNDAÇÃO PEDRO LEOPOLDO (FPL)

DOMINGOS ANTONIO GIROLETTI - FUNDAÇÃO PEDRO LEOPOLDO (FPL)

Objetivo do estudo

O presente artigo tem por objetivo geral “averiguar como se dá o desenvolvimento de competências gerenciais requeridas de coordenadores de curso no Centro Universitário Avivar, em Minas Gerais”.

Relevância/originalidade

A relevância do estudo se fundamenta na escassez de estudos com o enfoque proposto e a possível contribuição para o debate no plano teórico, a partir da base empírica.

Metodologia/abordagem

Trata-se de estudo de caso descritivo. Os dados foram coletados por questionário, entrevistas e consulta a documentos. O tratamento de dados envolveu Análise de Conteúdo e procedimentos de estatística descritiva com cálculo de mediana e moda.

Principais resultados

Verificou-se que a instituição desempenha função relevante no campo da educação. O desenvolvimento de competências gerenciais dos Coordenadores de curso envolve um processo complexo. Múltiplas competências apresentadas no modelo teórico têm sido requeridas no contexto da instituição analisada.

Contribuições teóricas/metodológicas

A contribuição metodológica aponta a relevância da triangulação de dados a partir de diferentes técnicas de coleta. A contribuição teórica sinaliza que o modelo de Quinn et al. (2003) se revela adequado para a análise da atividade de Coordenadores de cursos.

Contribuições sociais/para a gestão

O modelo teórico adotado mostra que no âmbito de uma IES, diversas competências e referências de gestão configuram o contexto de atuação dos Coordenadores de cursos. Para além das atividades acadêmicas, esse profissional atua estrategicamente na busca de resultados para o negócio.

Palavras-chave: Competências Gerenciais, Centro Universitário, Ensino Superior, Coordenador de Curso, IES

Study purpose

The general objective of this article is to “find out how the development of managerial skills required of course coordinators at Centro Universitário Avivar, in Minas Gerais, takes place”.

Relevance / originality

The relevance of the study is based on the scarcity of studies with the proposed approach and the possible contribution to the theoretical debate, based on the empirical basis.

Methodology / approach

This is a descriptive case study. Data were collected by means of a questionnaire, interviews and consultation of documents. Data treatment involved Content Analysis and descriptive statistics procedures with median and mode calculations.

Main results

It was found that the institution plays a relevant role in the field of education. The development of the course coordinators' managerial competences involves a complex process. Multiple competencies presented in the theoretical model have been required in the context of the

Theoretical / methodological contributions

The methodological contribution points to the relevance of data triangulation from different collection techniques. The theoretical contribution indicates that the model by Quinn et al. (2003) proves to be adequate for the analysis of the activity of Course Coordinators.

Social / management contributions

The theoretical model adopted shows that, within the scope of an HEI, various competencies and management references configure the context of action of course coordinators. In addition to academic activities, this professional acts strategically in the search for results for the business.

Keywords: Management Competencies, University center, High education, Course Coordinator, HEI

COMPETÊNCIAS REQUERIDAS DO ENFERMEIRO DURANTE A PANDEMIA PELO COVID 19: ESTUDO EM UM HOSPITAL DE MÉDIO PORTE NA REGIÃO CENTRAL DE MINAS GERAIS

SKILLS REQUIRED OF THE NURSE DURING THE COVID 19 PANDEMIC: STUDY IN A MEDIUM-SIZED HOSPITAL IN THE CENTRAL REGION OF MINAS GERAIS

EVERALDO RODRIGUES DA SILVA JÚNIOR - FUNDAÇÃO PEDRO LEOPOLDO (FPL)
ELOÍSA HELENA RODRIGUES GUIMARÃES - FUNDAÇÃO PEDRO LEOPOLDO (FPL)
REGINALDO DE JESUS CARVALHO LIMA - FUNDAÇÃO PEDRO LEOPOLDO (FPL)
JÚLIO CÉSAR BATISTA SANTANA -

Objetivo do estudo

Identificar as competências necessárias para a atuação de enfermeiros em tempos de pandemia em um hospital de médio porte localizado na região central de Minas Gerais.

Relevância/originalidade

Relevância e atualidade do tema Como se trata de um cenário de pandemia, estudos sobre a atuação dos enfermeiros no enfrentamento de uma doença até então desconhecida podem ajudar na percepção dos desafios que os profissionais da saúde enfrentam.

Metodologia/abordagem

Trata-se de pesquisa de campo, descritiva, aplicada, de cunho qualitativo Nas pesquisas descritivas, fatos humanos e sociais são observados em seus contextos, a fim de se atentar para as variáveis que atingem esses fatos, registrando-os.

Principais resultados

Com base nas 25 respostas válidas coletadas, foi possível identificar o nível de preparo, mas também o medo, a angústia e a incerteza dos enfermeiros para o enfrentamento da pandemia causada pelo coronavírus SARS-COV-2. Identificaram-se também suas competências e habilidades.

Contribuições teóricas/metodológicas

Esse tipo de pesquisa é muito usado em Ciências Sociais e seus resultados podem estar voltados para a aplicação prática.

Contribuições sociais/para a gestão

Identificando a percepção dos enfermeiros em relação ao seu perfil, a pesquisa fornecerá subsídios para a adoção de estratégias de capacitação desses profissionais, de forma a atender às especificidades do cargo, contribuindo para o seu crescimento profissional e institucional.

Palavras-chave: COVID 19, COMPETÊNCIAS DE ENFERMEIROS, HOSPITAL DE MÉDIO PORTE

Study purpose

To identify the skills necessary for the performance of nurses in times of a pandemic in a medium-sized hospital located in the central region of Minas Gerais.

Relevance / originality

Relevance and topicality of the topic As it is a pandemic scenario, studies on the role of nurses in dealing with a hitherto unknown disease can help in the perception of the challenges that health professionals face.

Methodology / approach

This is field research, descriptive, applied, of a qualitative nature In descriptive research, human and social facts are observed in their contexts, in order to pay attention to the variables that affect these facts, recording them.

Main results

Based on the 25 valid responses collected, it was possible to identify the level of preparation, but also the fear, anguish and uncertainty of nurses to face the pandemic caused by the SARS-COV-2 coronavirus. Their skills and abilities were also identified.

Theoretical / methodological contributions

This type of research is widely used in Social Sciences and its results may be aimed at practical application.

Social / management contributions

By identifying the nurses' perception in relation to their profile, the research will provide subsidies for the adoption of training strategies for these professionals, in order to meet the specificities of the position, contributing to their professional and institutional growth.

Keywords: COVID 19, NURSES' SKILLS, MEDIUM-SIZE HOSPITAL

COMPORTAMENTO CONTRAVENTOR NO E-COMMERCE: OS ANTECEDENTES DA INTENÇÃO DE RETRANSMITIR INFOPRODUTOS

OFFENSIVE BEHAVIOR IN E-COMMERCE: THE ANTECEDENTS OF THE INTENTION TO RELAY INFOPRODUCTS

FABIO MARRA KATSUYAMA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
JÚLIO ARAUJO CARNEIRO CUNHA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

Agradecimentos ao PPGA - Uninove.

Resumo

Cada vez mais o consumo digital tem gerado receita nas organizações. Além dos produtos considerados convencionais os infoprodutos (e-books, músicas digitais, cursos, vídeos de tutoriais, streaming e assinaturas para conteúdos) tem sido considerados. Entretanto as novas práticas de consumo apontam para um comportamento contraventor na retransmissão do infoproduto.

Palavras-chave: Infoproduto, Consumo Digital, Intenção de Retransmissão, Comportamento Contraventor

Abstract

Increasingly, digital consumption has generated revenue in organizations. In addition to the products considered conventional, infoproducts (e-books, digital music, courses, tutorial videos, streaming and subscriptions to content) have been considered. However, the new consumption practices point to a contravention behavior in the retransmission of the infoproduct.

Keywords: Infoproduct, Digital Consumption, Relay Intent, Misbehavior

CONHECIMENTO PRÉVIO E REDE DE RELAÇÃO: ASPECTOS DA EFETUAÇÃO NO DESENVOLVIMENTO DE EMPRESAS BRASILEIRAS BORN GLOBALS

PREVIOUS KNOWLEDGE AND RELATIONSHIP NETWORK: ASPECTS OF EFFECTUATION IN THE DEVELOPMENT OF BRAZILIAN COMPANIES BORN GLOBALS

ADRIANA DE CASTRO PIRES - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

Agradecimento especial a CAPES.

Objetivo do estudo

Compreender como os aspectos da efetuação (conhecimento prévio e rede relação), impulsionaram o desenvolvimento de pequenas empresas brasileiras born globals.

Relevância/originalidade

Compreender o comportamento do empreendedor internacional no desenvolvimento de pequenas empresas que se lançam no mercado internacional em um curto espaço de tempo, se mostra interessante pelos aspectos econômicos e sociais que emergem deste estudo.

Metodologia/abordagem

Trata-se de um estudo qualitativo, de caráter exploratório e interpretativista, cujos dados coletados são de natureza primária (entrevistas semi estruturadas) e secundária (evidências documentais).

Principais resultados

Como resultado, o estudo nos mostrou que os empreendedores internacionais utilizam todo o seu conhecimento adquirido ao longo de sua trajetória, aliado à sua rede de relação, para desenvolver e internacionalizar suas pequenas empresas de modo acelerado.

Contribuições teóricas/metodológicas

O estudo avança no conhecimento sobre a teoria da efetuação, e principalmente, explora aspectos dos empreendedores de pequenas empresas brasileiras que rapidamente se colocam no mercado global.

Contribuições sociais/para a gestão

As contribuições sociais ficam a cargo da importância econômica que estas empresas representam, além de avanços na inovação dos nichos em que atuam.

Palavras-chave: REDE DE RELAÇÃO , CONHECIMENTO PRÉVIO, EFETUAÇÃO, BORN GLOBALS

Study purpose

Understand how the aspects of effectuation (prior knowledge and relationship network), boosted the development of small Brazilian born global companies.

Relevance / originality

Understanding the behavior of the international entrepreneur in the development of small companies that launch themselves in the international market in a short period of time is interesting due to the economic and social aspects that emerge from this study.

Methodology / approach

This is a qualitative, exploratory and interpretive study, whose data collected are primary (semi-structured interviews) and secondary (documentary evidence).

Main results

As a result, the study showed that international entrepreneurs use all their knowledge acquired along their trajectory, combined with their relationship network, to develop and internationalize their small businesses in an accelerated way.

Theoretical / methodological contributions

The study advances the knowledge about the effectuation theory, and mainly, explores aspects of the entrepreneurs of small Brazilian companies that quickly place themselves in the global market.

Social / management contributions

Social contributions are in charge of the economic importance that these companies represent, in addition to advances in innovation in the niches in which they operate.

Keywords: Relationship Network, Previous knowledge, Effectuation , Born Globals

CONHECIMENTOS DOCENTES E DESEMPENHO DOS ALUNOS DOS CURSOS DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO NO BRASIL

TEACHING KNOWLEDGE AND PERFORMANCE OF STUDENTS IN BUSINESS ADMINISTRATION UNDERGRADUATE DEGREES IN BRAZIL

FERNANDA EDILEUZA RICCOMINI DE SOUZA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
JOSÉ EDUARDO STOROPOLI - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001

Objetivo do estudo

Investigar quais são as relações entre os conhecimentos tecnológicos, pedagógicos e de conteúdo do docente (Modelo TPACK) e o desempenho dos alunos, assim como em qual medida elas acontecem no ensino superior.

Relevância/originalidade

A qualidade da educação pode ser melhorada ao se investir e fortalecer as competências dos docentes. Porém pesquisas sobre os conhecimentos docentes (Modelo TPACK) e sua relação com o desempenho dos alunos no ensino superior são escassas.

Metodologia/abordagem

Abordagem quantitativo com uso de um modelo de regressão Bayesiano para analisar dados secundários do Exame Nacional de Desempenho de Estudantes (ENADE) dos cursos de graduação em administração de universidades brasileiras (24.418 alunos).

Principais resultados

Existe associação positiva dos conhecimentos tecnológicos dos docentes e dos conhecimentos de conteúdo dos docentes e o desempenho dos alunos, entretanto, a associação é negativa quando a relação é entre os conhecimentos pedagógicos dos docentes e o desempenho dos alunos.

Contribuições teóricas/metodológicas

Levantar a discussão acerca da importância dos conhecimentos docentes na relação com o desempenho do aluno no ensino superior, a partir de um modelo que visa a integração bem-sucedida da tecnologia no ensino.

Contribuições sociais/para a gestão

Esta pesquisa oportuniza o desenvolvimento de ações governamentais e institucionais para a capacitação docente que visem melhorar a prática docente, o desempenho dos alunos e a qualidade percebida das Instituições de Ensino Superior.

Palavras-chave: TPACK, Desempenho do aluno, Ensino Superior, Conhecimentos Docentes, Cursos de graduação em administração

Study purpose

Investigate what are the relationships between the technological, pedagogical and content knowledge of the teacher (TPACK Model) and student performance, as well as to what extent they occur in higher education.

Relevance / originality

The quality of education can be improved by investing and strengthening the skills of teachers. However, research on teacher knowledge (TPACK Model) and its relationship with student performance in higher education is scarce.

Methodology / approach

Quantitative approach using a Bayesian regression model to analyze secondary data from the National Student Performance Examination (ENADE) of business administration undergraduate degrees at Brazilian universities (24.418 students).

Main results

There is a positive association between professors' technological knowledge and professors' content knowledge and student performance, however, the association is negative when the relationship is between professors' pedagogical knowledge and student performance.

Theoretical / methodological contributions

Raise the discussion about the importance of teaching knowledge in relation to student performance in higher education, from a model that aims at the successful integration of technology in teaching.

Social / management contributions

This research provides opportunities for the development of governmental and institutional actions for teacher training aimed at improving teaching practice, student performance and the perceived quality of Higher Education Institutions.

Keywords: TPACK, Student Performance, Higher Education, Teaching knowledge, business administration undergraduate degrees

CONTRIBUIÇÕES DA ESCOLA AMBIENTAL DE APRENDIZAGEM NA DIFUSÃO DA TRANSFORMAÇÃO DIGITAL: UM ESTUDO DE CASO DA EMPRESA PREVISION

CONTRIBUTIONS OF THE ENVIRONMENTAL LEARNING SCHOOL IN THE DIFFUSION OF DIGITAL TRANSFORMATION: A CASE STUDY OF THE COMPANY PREVISION

ALEXSANDRA LIMA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
ROBERTO LIMA RUAS - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

À Universidade Nove de Julho (Uninove), pelas oportunidades de desenvolvimento de produção acadêmica realização do estudo.

Objetivo do estudo

Analisar a leitura conceitual e empírica, estabelecendo as relações entre Escola Ambiental de Aprendizagem e a Transformação Tecnológica nas Pequenas e Médias Empresas (PMEs).

Relevância/originalidade

Baseada nos estudos sobre a transformação digital demonstrando que a tecnologia da informação tornou-se o principal agente de mudanças das empresas, desafiando profissionais cada vez mais pela busca de conhecimentos técnicos e tecnológicos.

Metodologia/abordagem

Este artigo apresentará uma pesquisa exploratória, de natureza qualitativa, denominada estudo de caso, levantando informações sobre as contribuições da Escola Ambiental de Aprendizagem para a transformação digital das PME's.

Principais resultados

Demonstrar o quanto a Escola Ambiental de Aprendizagem contribuiu e se relaciona com a transformação digital (inovação tecnológica) entre as empresas, utilizando-se de conceitos de um estudo de caso.

Contribuições teóricas/metodológicas

As contribuições da Escola Estratégica de Aprendizagem na transformação digital das pequenas e médias empresas.

Contribuições sociais/para a gestão

Aplicação das premissas da Escola Estratégica de Aprendizagem, exemplificadas na inovação tecnológica (transformação digital) das empresas.

Palavras-chave: Inovação tecnológica, Escola estratégica de aprendizagem, Inovação tecnológica, Inovação tecnológica, Inovação tecnológica

Study purpose

To analyse the conceptual and empirical reading, establishing the relations between Environmental Learning School and Technological Transformation in Small and Medium Enterprises (SMEs).

Relevance / originality

Based on studies on digital transformation showing that information technology has become the main agent of change in companies, challenging professionals increasingly by the search for technical and technological knowledge.

Methodology / approach

This article will present an exploratory research, of qualitative nature, called case study, raising information about the contributions of the Environmental Learning School for the digital transformation of SMEs.

Main results

The contributions of the Strategic Learning School in the digital transformation of small and medium enterprises.

Theoretical / methodological contributions

Application of the premises of the Strategic Learning School, exemplified in the technological innovation (digital transformation) of companies.

Social / management contributions

Application of the premises of the Strategic Learning School, exemplified in the technological innovation (digital transformation) of companies.

Keywords: Technological Innovation, Strategic Learning School, Technological Innovation, Technological Innovation, Technological Innovation

CONTRIBUIÇÕES DAS PRÁTICAS ADAPTATIVAS DE GERENCIAMENTO DE PROJETOS APLICADAS EM AUTARQUIA PÚBLICA: O CASO DO SISTEMA DO PLANO DE TRABALHO PARA INTERNACIONALIZAÇÃO (PTI) DA CAPES

CONTRIBUTIONS OF ADAPTIVE PROJECT MANAGEMENT PRACTICES APPLIED IN A PUBLIC AUTHORITY: THE CASE OF THE CAPES WORK PLAN SYSTEM FOR INTERNATIONALIZATION (PTI)

MILTON SAMPAIO CASTRO DE OLIVEIRA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
EMERSON ANTONIO MACCARI - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
GEOVANE SOARES GALVÃO JUNIOR - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
ELIDA CRISTINA DIAS CALHEIRA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

Agradecemos à CAPES pela oportunidade de estudar in loco o processo de gestão do projeto de desenvolvimento de um sistema na administração pública federal.

Objetivo do estudo

O objetivo deste relato técnico foi explicitar as contribuições do uso de metodologias adaptativas de gerenciamento de projetos, na gestão e nos projetos da diretoria de tecnologia da informação, da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES.

Relevância/originalidade

Este é o primeiro relato técnico sobre estudos de metodologias adaptativas da DTI da CAPES.

Metodologia/abordagem

O método utilizado foi o de pesquisa qualitativa, por meio de técnicas de pesquisa documental.

Principais resultados

Os resultados obtidos na construção do sistema utilizando devidamente as práticas ágeis, aliado ao comprometimento das partes interessadas, conhecimento do Product Owner – PO, permitiram ratificar a contribuição do uso de metodologias ágeis, no atingimento de objetivos de um projeto

Contribuições teóricas/metodológicas

Foi ratificada a contribuição do uso de metodologias ágeis, no atingimento de objetivos de um projeto de desenvolvimento de sistemas, na administração pública federal.

Contribuições sociais/para a gestão

O desenvolvimento do sistema PTI, que permitiu à CAPES avaliar o desenvolvimento dos projetos de internacionalização e dos temas estratégicos das instituições participantes do edital CAPES/PRINT.

Palavras-chave: Gestão de Projetos, Gestão Ágil de Projetos, Métodos Ágeis, Gerenciamento Adaptativo de Projetos, CAPES;

Study purpose

The objective of this technical report was to explain the contributions of the use of adaptive project management methodologies, in the management and in the projects of the information technology directorate of the CAPES.

Relevance / originality

The contribution of the use of agile methodologies, in achieving the objectives of a systems development project, in the federal public administration, was ratified.

Methodology / approach

The method used was qualitative research, using documental research techniques.

Main results

The results obtained in the construction of the system using agile practices properly, combined with the commitment of the interested parties, knowledge of the Product Owner, allowed to ratify the contribution of the use of agile methodologies, in achieving the objectives project

Theoretical / methodological contributions

The contribution of the use of agile methodologies, in achieving the objectives of a systems development project, in the federal public administration, was ratified.

Social / management contributions

The development of the PTI system, which allowed CAPES to evaluate the development of internationalization projects and strategic themes of the institutions participating in the CAPES/PRINT public notice.

Keywords: Project management, Agile Project Management, Agile Methods, Adaptive Project Management, CAPES

CORREÇÃO INFORMATIZADA DO INVENTÁRIO FATORIAL DE PERSONALIDADE: RELATO DA IMPLANTAÇÃO DE UM PROJETO DE SISTEMA DE INFORMAÇÃO

*COMPUTERIZED CORRECTION OF THE FACTORIAL INVENTORY OF PERSONALITY:
REPORT OF THE IMPLEMENTATION OF AN INFORMATION SYSTEM PROJECT*

ELIDA CRISTINA DIAS CALHEIRA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
RENATO PENHA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
GEOVANE SOARES GALVÃO JUNIOR - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
MILTON SAMPAIO CASTRO DE OLIVEIRA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES)

Objetivo do estudo

Apresentar o desenvolvimento de uma ferramenta computacional com a finalidade de suprir a necessidade da informatização no processo de correção de testes psicotécnicos.

Relevância/originalidade

Adequação tecnológica em processos manuais de testes psicotécnicos, substituindo o processo manual.

Metodologia/abordagem

Qualitativa com realização de entrevistas com envolvidos na realização do projeto.

Principais resultados

Implantação de ferramentas computacionais se beneficiem da importância de atuarem próximos de seus stakeholders.

Contribuições teóricas/metodológicas

As principais contribuições acadêmicas deste artigo tecnológico foram sobre o desenvolvimento de um projeto de software para correção de um teste psicotécnico.

Contribuições sociais/para a gestão

Aumento da produtividade pelo profissional de psicologia, com maior satisfação do cliente, e consequentemente, com retorno financeiro para a empresa.

Palavras-chave: Projetos de Desenvolvimento de Software, Teste de Personalidade, Agilidade organizacional.

Study purpose

To present the development of a computational tool in order to meet the need for computerization in the process of correction of psychotechnical tests.

Relevance / originality

Technological adequacy in manual processes of psychotechnical tests, replacing the manual process.

Methodology / approach

Qualitative with conducting interviews with those involved in the realization of the project.

Main results

Implementation of computational tools benefit from the importance of working closely with their stakeholders.

Theoretical / methodological contributions

The main academic contributions of this technological article were about the development of a software project to correct a psychotechnical test.

Social / management contributions

Increased productivity by the psychology professional, with greater customer satisfaction, and consequently, with financial return for the company.

Keywords: Software Development Projects, Personality Testing, Organizational Agility

COVID-19 E GERENCIAMENTO DE PROJETOS: A ADAPTAÇÃO PARA O NOVO NORMAL.

COVID-19 AND PROJECT MANAGEMENT: THE ADAPTATION FOR THE NEW NORMAL.

MARCO ANTONIO PACHECO JUNIOR - UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS - UNICAMP

Objetivo do estudo

Este trabalho tem como objetivo demonstrar como os gerentes de projetos vem se organizando com os impactos causados pela pandemia do COVID-19 na área de gerenciamento de projetos e apresenta observações sobre o tema considerando o cenário brasileiro.

Relevância/originalidade

As observações apresentadas podem contribuir para futuros debates sobre a área de gerenciamento de projetos, bem como, contribuir para moldar novas formas de trabalhar ou gerenciar, principalmente em um cenário de retomada de atividades, pós-pandemia, novo normal.

Metodologia/abordagem

Realizou-se uma pesquisa bibliográfica sobre tema COVID-19 e gerenciamento de projetos, no âmbito global e as três perspectivas intrínsecas ao cenário foram demonstrado: o trabalho remoto, a virtualização e o da liderança, além de como estes contribuem minimizar os impactos no novo.

Principais resultados

Apresentar o considerações e discussões sobre cenário brasileiro e global para adapta-se ao novo normal em gerenciamento de projetos. Apontar quais são os as perspectivas e características que podem reduzir os impactos da pandemia em gestão de projetos.

Contribuições teóricas/metodológicas

A pesquisa bibliográfica realizada contribui para compilação de informações sobre as perspectivas apontadas. Já as considerações e discussões apresentam novas possibilidades de pesquisa, registro do cenário existente na literatura e avanço da literatura sobre o assunto.

Contribuições sociais/para a gestão

As considerações e discussões, colaboram com o avanço científico e com o conhecimento para comunidade em geral sobre a área de gerenciamento de projetos na situação pós-pandemia ou novo normal.

Palavras-chave: Gestão de Projetos, Pandemia do COVID-19, Home Office, Virtualização, Liderança

Study purpose

This paper aims to demonstrate how project managers have been organizing themselves with the impacts caused by the COVID-19 pandemic in the area of project management and presents observations on the subject considering the Brazilian scenario.

Relevance / originality

The observations presented can contribute to future debates about the field of project management, as well as, contribute to shaping new ways of working or managing, especially in a scenario of resumed, post-pandemic, new normal.

Methodology / approach

A literature search was conducted on COVID-19 and project management, globally, and the three perspectives intrinsic to the scenario were demonstrated: remote work, virtualization and leadership, and how these contribute to minimize the impacts on the new one.

Main results

Introduce the considerations and discussions about the Brazilian and global scenario to adapt to the new normal in project management. Point out what are the perspectives and characteristics that can reduce the impacts of the pandemic in project management.

Theoretical / methodological contributions

The bibliographical research carried out contributes to the compilation of information about the perspectives pointed out. The considerations and discussions, on the other hand, present new research possibilities, register the existing scenario in the literature and advance the literature on the subject.

Social / management contributions

The considerations and discussions, contribute to scientific advancement and knowledge for the community at large about the area of project management in the post-pandemic or new normal situation.

Keywords: Project Management, COVID-19 pandemic, Home Office, Virtualization, Leadership

CRÉDITO COOPERATIVO E INADIMPLÊNCIA: O CASO DE UMA COOPERATIVA CENTRAL DO ESTADO DE MINAS GERAIS

COOPERATIVE CREDIT AND DELINQUENCY: THE CASE OF A CENTRAL COOPERATIVE OF THE STATE OF MINAS GERAIS

RONALDO LAMOUNIER LOCATELLI - FUNDAÇÃO PEDRO LEOPOLDO (FPL)
CHARLES CAMPANHA DA SILVA - FUNDAÇÃO PEDRO LEOPOLDO (FPL)
WANDERLEY RAMALHO - FUNDAÇÃO PEDRO LEOPOLDO (FPL)

Objetivo do estudo

O estudo teve como objetivo analisar as variáveis determinantes da inadimplência do crédito pessoal em um sistema cooperativista de crédito no Estado de Minas Gerais, composto de 73 cooperativas singulares.

Relevância/originalidade

Não obstante sua importância, capilaridade e volume das operações de crédito há uma lacuna na literatura referente ao tema inadimplência nessas cooperativas contemplando uma amostra ampla de suas operações.

Metodologia/abordagem

Com base no referencial teórico foram formuladas as hipóteses da pesquisa, sendo avaliadas consoante às estimativas obtidas com o uso da regressão logística ajustada aos dados provenientes de 20.560 operações de crédito, contratadas de outubro de 2019 a julho de 2020.

Principais resultados

O modelo econométrico se mostrou consistente e com boa capacidade de identificar os determinantes da inadimplência. Além das relações entre as variáveis, foram estimadas as razões de chance de um cooperado tornar-se inadimplente, tendo em vista o seu perfil.

Contribuições teóricas/metodológicas

A pesquisa resultou no desenvolvimento de um modelo econométrico, extraído do referencial teórico, com capacidade de fornecer importantes contribuições em análises voltadas para as causas da inadimplência em carteiras de crédito.

Contribuições sociais/para a gestão

O modelo apresentado e a sua aplicação constituem um instrumento de apoio técnico às cooperativas de crédito, bem como a outros segmentos da indústria financeira, por permitirem apoio na tomada de decisão e nas estratégias de gestão do risco de crédito.

Palavras-chave: Inadimplência, Cooperativa de crédito, Risco de crédito

Study purpose

The study aimed to analyze the determinant variables of personal credit default in a cooperative credit system in the State of Minas Gerais, composed of 73 singular unions.

Relevance / originality

Despite its importance, capillarity and the volume of credit operations, there is a gap in the literature regarding the issue of default in these cooperatives contemplating a large sample of their operations.

Methodology / approach

The hypotheses of the research were formulated based on the theoretical framework, which were evaluated according to the estimates obtained with the use of logistic regression adjusted to data from 20.560 credit operations, contracted from October 2019 to July 2020.

Main results

The econometric model proved to be consistent and able to identify the determinants of delinquency. In addition to the relation between the variables, the odds ratio of a cooperative member becoming in default were estimated, taking their profile into account.

Theoretical / methodological contributions

The research resulted in the development of an econometric model, extracted from the theoretical framework, with the ability to provide important contributions in analysis focused on the causes of default in credit portfolios.

Social / management contributions

The model presented and its application are an technical support tool for credit unions, as well as to other segments of the financial industry, as they provide support in decision-making and credit risk management strategies.

Keywords: Default, Credit union, Credit risk

DA TERRA AO COPO

FROM GROUND TO GLASS

THYAGO AUGUSTO DA CONCEIÇÃO BARBOSA - CENTRO UNIVERSITÁRIO SENAC
VICTOR RAGAZZI ISAAC - CENTRO UNIVERSITÁRIO SENAC
DANIEL MARCO BRETZ SALES -
GABRIEL FURLAN COLETTI - CENTRO UNIVERSITÁRIO SENAC

Resumo

A presente pesquisa visa esclarecer a importância do relacionamento e formação de parcerias entre produtores locais e empreendedores de restaurantes de alta gastronomia, com foco em relacionamentos presentes na Serra da Mantiqueira e Vale do Paraíba, e, apresentar os impactos positivos desta relação, expondo os resultados e inovações desta relação. Paralelamente, ainda com o foco na relação do produtor e o estabelecimento gastronômico, será apresentado a inovação no ramo cervejeiro, o surgimento e a expansão de micro cervejarias, apresentando o porquê deste setor estar com altas taxas de crescimento e investimento, e como funciona, além de conectar a relação de pequenos produtores de cervejas artesanais (micro cervejarias) com o estabelecimento de A&B, que compra e cria parcerias para produzir os próprios produtos.

Palavras-chave: Empreendedorismo, Gastronomia, Micro Cervejarias, Inovação

Abstract

The present research aims to clarify the importance of the relationship and formation of partnerships between local producers and entrepreneurs of haute cuisine restaurants, focusing on relationships present in Serra da Mantiqueira and Vale do Paraíba, and to present the positive impacts of this relationship, exposing the results and innovations of this relationship. At the same time, still focusing on the relationship between the producer and the gastronomic establishment, innovation in the brewing industry, the emergence and expansion of microbreweries will be presented, presenting why this sector has high rates of growth and investment, and how it works, in addition to connecting the relationship of small craft beer producers (microbreweries) with the F&B establishment, which buys and creates partnerships to produce its own products.

Keywords: Entrepreneurship, Gastronomy, Micro Brewery, Innovation

DATA SCIENCE EM UMA ESTAÇÃO DE TRATAMENTO DE ESGOTO

DATA SCIENCE IN A SEWAGE TREATMENT PLANT

ALLAN DOS ANJOS PESTANA - INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE SÃO PAULO - IFSP
LINCOLN LUAN SOUZA TELES - SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM INDUSTRIAL - SENAI
LEANDRO CARDOSO DA SILVA - SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM INDUSTRIAL - SENAI

Objetivo do estudo

O objetivo é apresentar um piloto e os possíveis benefícios do uso das tecnologias habilitadoras da Indústria 4.0 no saneamento, mais especificamente em uma Estação de Tratamento de Esgotos (ETE).

Relevância/originalidade

Uso de Data Science em uma Estação de Tratamento de Esgoto com um nível elevado de instrumentação analítica visando otimização e predição e consequentemente eficiência energética e operacional da planta.

Metodologia/abordagem

Piloto de Data Science nas Estações estudadas com o uso de um add-in para excell e observação das correlações e resultados obtidos.

Principais resultados

Altos níveis de correlação observados, e potencial de redução de consumo energético e melhoria na eficiência operacional da Estação.

Contribuições teóricas/metodológicas

Avanço do Data Science no Saneamento.

Contribuições sociais/para a gestão

Levando-se em consideração que as Estações de Tratamento de Esgoto, retornam um bem finito ao meio ambiente, maior performance das mesmas trazem benefícios diretos e indiretos a sociedade e ao meio ambiente.

Palavras-chave: Automação, Indústria 4.0, Tratamento de Esgoto, Data Science

Study purpose

The objective is to present a pilot and the possible benefits of using the enabling technologies of Industry 4.0 in sanitation, more specifically in a Sewage Treatment Station (ETE).

Relevance / originality

Use of Data Science in a Sewage Treatment Plant with a high level of analytical instrumentation aiming at optimization and prediction and consequently energy and operational efficiency of the plant.

Methodology / approach

Data Science pilot in the studied stations with the use of an add-in for excell and observation of the correlations and results obtained.

Main results

High levels of correlation observed, and potential for energy consumption reduction and improvement in the operational efficiency of the Station.

Theoretical / methodological contributions

Advancement of Data Science in Sanitation.

Social / management contributions

Taking into account that the Sewage Treatment Stations return a finite good to the environment, their greater performance brings direct and indirect benefits to society and the environment.

Keywords: Automation, Industry 4.0, Sewage Treatment, Data Science

DESAFIOS ECONÔMICOS, SOCIAIS, AMBIENTAIS E ESTRATÉGIAS DE MERCADO PARA O SETOR DE ENERGIA SOLAR FOTOVOLTAICA EM CUIABÁ/MT

ECONOMIC, SOCIAL, ENVIRONMENTAL CHALLENGES AND MARKET STRATEGIES FOR THE PHOTOVOLTAIC SOLAR ENERGY SECTOR IN CUIABÁ/MT

ELISANDRA MARISA ZAMBRA - UFMT - UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO
FELIPE GUSTAVO DE SOUZA TAVARES -
KARINA NUNES DA SILVA SANTOS - UFMT - UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO

Objetivo do estudo

O objetivo geral deste estudo foi de ‘analisar os desafios e estratégias locais associadas ao mercado de energia solar fotovoltaica em Cuiabá/MT, frente à três dimensões (econômica, social e ambiental) do desenvolvimento sustentável’.

Relevância/originalidade

Trata-se de pesquisa aplicada localmente, que apresenta a visão de empresários e especialistas do setor abordado, que alinha-se direta ou indiretamente à Agenda 2030, principalmente na busca da eficiência energética e uso de energias renováveis.

Metodologia/abordagem

Pesquisa aplicada, de natureza qualitativa, exploratória e de campo. Realizou-se levantamento bibliográfico, documental e entrevistas com informantes-chave do setor. Aplicou-se a técnica de Análise de Conteúdo, visualmente sintetizadas através de alvos de constelações de atributos.

Principais resultados

Ficou evidenciado que, em Cuiabá/MT, o mercado de energia solar fotovoltaica possui demanda crescente e há relevante custo-benefício (de geração e consumo) deste tipo de eletricidade. Porém, é essencial o apoio de linhas de financiamento específicas para o setor.

Contribuições teóricas/metodológicas

A revisão bibliográfica e o levantamento documental fundamentaram a coleta de dados empíricos. A análise permitiu evidenciar que as ações conjuntas (governos, empresas e sociedade) são essenciais para o desenvolvimento do setor de energia solar fotovoltaica local.

Contribuições sociais/para a gestão

Identificou-se que o mercado estudado gera um ecossistema que impulsiona a cadeia produtiva do setor, especialmente na geração de novos negócios e empregos. Entretanto, inexistem

políticas específicas que auxiliem pessoas economicamente vulneráveis a se inserirem nesse ecossistema.

Palavras-chave: Energia solar, Fotovoltaica, Sustentabilidade, Estratégia, Cuiabá/MT

Study purpose

The general objective of this study was to 'analyze the challenges and local strategies associated with the photovoltaic solar energy market in Cuiabá/MT, in view of the three dimensions (economic, social and environmental) of sustainable development'.

Relevance / originality

This is locally applied research, which presents the vision of entrepreneurs and specialists in the sector addressed, which is directly or indirectly aligned with the 2030 Agenda, mainly in the pursuit of energy efficiency and the use of renewable energies.

Methodology / approach

Applied research, qualitative, exploratory and field. A bibliographic and documentary survey and interviews with key informants in the sector were carried out. The Content Analysis technique was applied, visually synthesized through attributes constellations targets.

Main results

It was evidenced that, in Cuiabá/MT, the photovoltaic solar energy market has growing demand and there is relevant cost-benefit (generation and consumption) of this type of electricity. However, the support of specific lines of financing for the sector is essential.

Theoretical / methodological contributions

The bibliographic review and documental survey supported the collection of empirical data. The analysis showed that joint actions (governments, companies and society) are essential for the development of the local photovoltaic solar energy sector.

Social / management contributions

It was identified that the studied market generates an ecosystem that drives the sector's production chain, especially in the generation of new businesses and jobs. However, there are no specific policies that help economically vulnerable people to enter this ecosystem.

Keywords: Solar energy, Photovoltaic, Sustainability, Strategy , Cuiabá/MT

DESIGN THINKING EM GESTÃO DE PROJETOS E NAS EMPRESAS: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA

DESIGN THINKING IN PROJECT MANAGEMENT AND IN COMPANIES: A SYSTEMATIC REVIEW OF THE LITERATURE

SERGIO RICARDO DO NASCIMENTO - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à orgão de fomento:

Agradecimentos ao Fundo de Amparo à Pesquisa - FAP/ UNINOVE.

Objetivo do estudo

Compreender a fronteira do conhecimento dos temas Design Thinking em gestão de projetos, em processos de gestão em geral e assim confirmar a importância de sua adoção nos processos das empresas.

Relevância/originalidade

Gestão de Projetos com abordagem colaborativa

Metodologia/abordagem

Revisão Sistemática de Literatura

Principais resultados

Panorama de aplicação do Design Thinking em Gestão de Projetos e em Processos Gerenciais em Geral

Contribuições teóricas/metodológicas

Verificar as publicações sobre o tema e sugerir novos estudos

Contribuições sociais/para a gestão

Aplicar em Gestão de Projetos para melhor entendimento sobre o escopo e demais.

Palavras-chave: Design Thinking, Gestão de Projetos, Revisão Sistemática Literatura, Inovação, Gestão Ágil

Study purpose

Understand the frontier of knowledge of Design Thinking themes in project management, in management processes in general and thus confirm the importance of its adoption in business processes.

Relevance / originality

Project Management with a collaborative approach

Methodology / approach

Systematic Review of Literature

Main results

Overview of the application of Design Thinking in Project Management and in General Management Processes

Theoretical / methodological contributions

Check publications on the topic and suggest new studies

Social / management contributions

Apply in Project Management for a better understanding of the scope and others.

Keywords: Design Thinking, Project Management, Systematic Review Literature, Innovation, Agile Management

DISTANCIAMENTO PSICOLÓGICO E SUAS IMPLICAÇÕES NA GESTÃO DE PROJETOS

PSYCHOLOGICAL DISTANCE AND ITS IMPLICATIONS IN PROJECT MANAGEMENT

JAIME BARTHOLOMEU FILHO - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Objetivo do estudo

Investigar como o distanciamento psicológico, preconizado na CLT atua nas estruturas organizacionais e, mais especificamente, nas estruturas temporárias e distribuídas, como são as equipes de projetos, respondendo a questão: "Como a distância psicológica afeta o comportamento dos componentes de equipes distribuídas?"

Relevância/originalidade

A CLT promoveu uma nova compreensão das cognições e comportamentos na área de marketing sobre a tomada de decisão nos campos do comportamento do consumidor. A originalidade do presente estudo é pesquisar a CLT e suas implicações em equipes temporárias e distribuídas

Metodologia/abordagem

Utilizou-se uma RSL empregando o método preconizado por Pollock e Berge (2018). Foram analisados 81 artigos obtidos nas bases de dados Web of Science e Scopus. Detalhou-se cada uma das etapas para assegurar a robustez metodológica e possibilitar sua replicação.

Principais resultados

As diferentes dimensões de distância psicológica interagem de formas inesperadas, promovendo diferentes níveis de comportamentos e construções mentais, mormente nos componentes de equipes temporárias e distribuídas (equipes de projetos). Saber utilizar os desdobramentos da CLT promoverá maior probabilidade de sucesso nos projetos

Contribuições teóricas/metodológicas

Demonstrou-se que a CLT possibilitou obter novos conhecimentos sobre fenômenos importantes nas organizações e sua influência nos processos organizacionais, que a distância psicológica e o nível de interpretação podem contribuir para a melhorar a compreensão de fenômenos psicológicos, tais como: engajamento, comprometimento.

Contribuições sociais/para a gestão

Ao fornecer uma explicação mais matizada sobre como as dimensões da distância funcionam, a CLT instrumentaliza os praticantes de projetos no sentido de otimizar os efeitos positivos que provoca e reduzir ou eliminar os efeitos negativos que as diversas distâncias psicológicas promovem

Palavras-chave: gestão de projetos, organizações temporárias, equipes distribuídas, distanciamento psicológico, teoria das construções mentais

Study purpose

To investigate how psychological distancing, advocated in the CLT, acts in organizational structures and, more specifically, in temporary and distributed structures, such as project teams, answering the question: "How does psychological distance affect the behavior of components of distributed teams?"

Relevance / originality

The CLT promoted a new understanding of cognitions and behaviors in the marketing area about decision making in the fields of consumer behavior. The originality of the present study is to research the CLT and its implications in temporary and distributed teams.

Methodology / approach

An RSL was used using the method recommended by Pollock and Berge (2018). Eighty-one articles obtained from the Web of Science and Scopus databases were analyzed. Each of the steps was detailed to ensure methodological robustness and to enable its replication.

Main results

The different dimensions of psychological distance interact in unexpected ways, promoting different levels of behavior and mental constructions, especially in the components of temporary and distributed teams (project teams). Knowing how to use the CLT will promote greater probability of project success.

Theoretical / methodological contributions

Demonstrated that the CLT made possible to obtain new knowledge about important phenomena in organizations and their influence on organizational processes, that psychological distance and the level of interpretation can contribute to improving the understanding of psychological phenomena, such as: engagement, commitment.

Social / management contributions

By providing a more nuanced explanation of how the dimensions of distance work, the CLT equips project practitioners to optimize the positive effects it causes and to reduce or eliminate the negative effects that the various psychological distances promote.

Keywords: Project Management, temporary organizations, distributed teams, psychological distancing, construal level theory

EDUCAÇÃO E GESTÃO DE PROJETOS: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA

EDUCATION AND PROJECT MANAGEMENT: A SYSTEMATIC REVIEW OF THE LITERATURE

EDUARDO DE LIMA PINTO CARREIRO - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

Agradecimentos ao Fundo de Amparo à Pesquisa FAP/UNINOVE

Objetivo do estudo

Compreender a fronteira do conhecimento dos temas educação e gestão de projetos.

Relevância/originalidade

Utilizou a Revisão Sistemática da Literatura (RSL) com o intuito de compreender a fronteira do conhecimento sobre educação e gestão de projetos nas bases Web of Science e Scopus entre os anos de 2018 e 2021

Metodologia/abordagem

Utilizou a Revisão Sistemática da Literatura (RSL) com o intuito de compreender a fronteira do conhecimento sobre educação e gestão de projetos nas bases Web of Science e Scopus entre os anos de 2018 e 2021 a partir desta triagem, foram selecionados.

Principais resultados

Propõem-se a execução de uma agenda de pesquisas sobre a assunto educação em gestão de projetos

Contribuições teóricas/metodológicas

Propõem-se a execução de uma agenda de pesquisas sobre a assunto educação em gestão de projetos

Contribuições sociais/para a gestão

Compreensão das principais fronteiras da educação em gestão de projetos.

Palavras-chave: Educação, Gestão de Projetos, Revisão Sistemática da Literatura

Study purpose

Understand the frontier of knowledge on education and project management.

Relevance / originality

Used the Systematic Literature Review (RSL) in order to understand the frontier of knowledge about education and project management in the Web of Science and Scopus databases between the years 2018 and 2021

Methodology / approach

Systematic Literature Review (RSL)

Main results

It is proposed to carry out a research agenda on the subject of education in project management.

Theoretical / methodological contributions

It is proposed to carry out a research agenda on the subject of education in project management.

Social / management contributions

Understanding the main frontiers of project management education.

Keywords: Education, Project Management, Systematic Review of the Literature

ELASTICIDADE DE MARCA COMO REFORÇO DE POSICIONAMENTO: O CASO TODDY

BRAND ELASTICITY AS POSITIONING REINFORCEMENT: THE TODDY CASE

MARIANNE PIRES DE OLIVEIRA SANTIN RAMOS - INSTITUTO J&F (ESCOLA GERMINARE)
MARINA ATSUKO UTIDA - INSTITUTO J&F (ESCOLA GERMINARE)
VICTO JOSÉ SARIS MORAES - INSTITUTO J&F (ESCOLA GERMINARE)

Resumo

O Caso de Ensino mostra como Toddy, marca com quase 90 anos no Brasil, manteve-se atualizada, conquistando espaço distintivo frente a concorrência através do reposicionamento focado nos consumidores e não nos shoppers. Mostra-se como a marca construiu resultados positivos e sustentáveis ao longo de quase duas décadas com ações coerentes de Branding e um processo bem conduzido de expansão para novas categorias, além de apresentar o desafio: como a marca conseguirá se manter relevante para um público extremamente dinâmico, que está sempre em busca de novas experiências e produtos? Objetiva-se com o Caso de Ensino o entendimento da aplicação da teoria em prática, com base nos questionamentos e desafios vividos pelos gestores da marca Toddy, no dia a dia de suas atividades, fomentando o desenvolvimento do raciocínio analítico crítico e permitindo ao aluno pensar e estruturar ações comuns no ambiente de negócios, aplicando-as em contexto simulado.

Palavras-chave: Caso de Ensino, Posicionamento de Marca, Elasticidade de Marca, Toddy

Abstract

The Teaching Case shows how Toddy, a brand with almost 90 years in Brazil, kept up to date, conquering a distinctive space against the competition through repositioning focused on consumers and not shoppers. It shows how the brand has built positive and sustainable results over almost two decades with coherent branding actions and a well-conducted expansion process into new categories. In addition it presents the following challenge: how will the brand manage to remain relevant to an extremely dynamic audience, who is always looking for new experiences and products? The objective of this Teaching Case is to understand the application of theory in practice, based on the questions and challenges experienced by Toddy Brand managers, in their daily activities, encouraging the development of critical and analytical thinking and allowing the student to develop and to structure usual actions in the business environment, applying them in a simulated context.

Keywords: Teaching Study, Bran POsitioning, Brand Elasticity, Toddy

ELEMENTOS FACILITADORES E RESTRITIVOS DA LOGÍSTICA DE ENTREGA NA CIDADE INTELIGENTE

FACILITATING AND CONSTRAINING ELEMENTS OF DELIVERY LOGISTICS IN THE SMART CITY

WANDERSON FERNANDES MODESTO DE OLIVEIRA - UNIVERSIDADE POTIGUAR UNP
LUCIANA GONDIM DE ALMEIDA GUIMARÃES -
SUELY XAVIER DOS SANTOS - UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO SEMI-ÁRIDO (UFERSA)
LUANA ARAÚJO MATOS - UNIVERSIDADE POTIGUAR UNP

Agradecimento à órgão de fomento:

"O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001."

Objetivo do estudo

Identificar e mensurar os elementos que facilitam e os que restringem a atividade da logística de entrega nas mercadorias na Cidade Inteligente.

Relevância/originalidade

Está na importância do resultado da entrega efetiva das mercadorias, para o desenvolvimento social, econômico e ambiental sob a perspectiva da Cidade Inteligente, uma vez que ele investiga os elementos que facilitam e que restringem essa entrega.

Metodologia/abordagem

Pesquisa quantitativa, de enfoque descritivo, realizada com gestores de logística de empresas transportadoras de cargas de todos os estados brasileiros, por meio de questionário em escala Likert de 5 itens. Utilizou-se software SPSS Statistic e Análise Fatorial Confirmatória para mensuração das variáveis.

Principais resultados

Uma eficiente educação de trânsito, envolvendo motoristas e pedestres, a existência de sinalização do trânsito visível, de placas identificando os nomes dos logradouros e os imóveis tendo numeração regular foram os elementos mais facilitadores e a inexistência de estacionamento o mais restritivo.

Contribuições teóricas/metodológicas

Ele confirmou pela pesquisa survey, o que a literatura pesquisada sinaliza: que os elementos facilitadores interferem no processo de logística de entrega das mercadorias, contribuindo para que essa entrega aconteça em um contexto de maior rapidez, menor custo e impacto ambiental.

Contribuições sociais/para a gestão

Têm relação com os resultados das ações de criação dos elementos facilitadores da logística de entrega, bem como da eliminação dos que restringem essa atividade logística, pois terá contribuirá o desenvolvimento social, econômico e financeiro da Cidade Inteligente.

Palavras-chave: Logística de Entrega, Elementos facilitadores da Logística de Entrega, Elementos restritivos da Logística de Entrega, Cidade Inteligente

Study purpose

Identify and measure the elements that facilitate and those that restrict the activity of the logistics of delivering goods in the Smart City.

Relevance / originality

It is in the importance of the result of the effective delivery of goods, for the social, economic and environmental development from the perspective of the Smart City, since it investigates the elements that facilitate and that restrict this delivery.

Methodology / approach

Quantitative research, with a descriptive approach, carried out with logistics managers of cargo transport companies in all Brazilian states, using a 5-item Likert scale questionnaire. SPSS Statistic and Confirmatory Factor Analysis were used to measure the variables.

Main results

An efficient traffic education, involving drivers and pedestrians, the existence of visible traffic signs, signs identifying the names of the streets and the properties having regular numbering were the most facilitating elements and the lack of parking the most restrictive.

Theoretical / methodological contributions

He confirmed by the survey research, what the researched literature indicates: that the facilitating elements interfere in the logistics process of delivery of goods, contributing to this delivery to happen in a context of greater speed, lower cost and environmental impact .

Social / management contributions

These are related to the results of actions to create the elements that facilitate delivery logistics, as well as the elimination of those that restrict this logistics activity, as it will contribute to the social, economic and financial development of the Smart

Keywords: Delivery Logistics, Facilitating elements of Delivery Logistics, Restrictive Elements of Delivery Logistics, Smart City

EM CRESCIMENTO CONSTANTE: O DESAFIO DA LIVUP FRENTE AO MERCADO PLANT-BASED

CONSTANTLY GROWING: LIVUP'S CHALLENGE IN THE PLANT-BASED MARKET

CAMILLA RODRIGUES NETTO DA COSTA ROCHA - ESCOLA SUPERIOR DE PROPAGANDA E MARKETING - ESPM

MARIANNE PIRES DE OLIVEIRA SANTIN RAMOS - INSTITUTO J&F (ESCOLA GERMINARE)

LAISA ÂNGELO DE ANDREADE - INSTITUTO J&F (ESCOLA GERMINARE)

Resumo

Este caso de ensino apresenta a trajetória da foodtech Livup que revolucionou o setor de alimentação com um modelo de negócio digital, direto ao consumidor. Mostra como a Livup, através da tecnologia, confere acesso aos brasileiros à uma alimentação saudável, levando praticidade a um preço acessível, e, como vem se consolidando enquanto um negócio que cresce exponencialmente, mas que enfrenta novos desafios como o de ingressar no mercado plant-based. Tem como objetivo estimular a compreensão dos estudantes sobre a aplicação de conceitos teóricos para entendimento e definição de público-alvo, análise de competitividade e atratividade de mercado, além da definição de posicionamento e desenvolvimento do marketing mix adequado. Como contribuições secundárias tem-se o incentivo à reflexão, por parte dos estudantes, sobre suas respectivas trajetórias acadêmica e profissional, à luz do empreendedorismo

Palavras-chave: Alimentação saudável, Mercado de plant-based, Livup

Abstract

This teaching case presents the trajectory of foodtech Livup which revolutionized the food sector with a digital, direct-to-consumer business model. It shows how Livup, through technology, gives Brazilians access to healthy food, bringing practicality at an affordable price, and how it has been consolidating itself as a business that grows exponentially, but that faces new challenges such as entering the plant-based market. It aims to stimulate students' understanding of the application of theoretical concepts to understand and define the target audience, analysis of competitiveness and market attractiveness, in addition to the definition of positioning and development of the appropriate marketing mix. As secondary contributions, there is an incentive for students to reflect on their respective academic and professional trajectories, in the light of entrepreneurship

Keywords: Healthy eating, Plant-based market, Livup

EMOÇÕES A FLOR DA PELE: A RELAÇÃO ENTRE AS FALHAS DO EMPREENDEDOR E OS ASPECTOS AFETIVOS

EMOTIONS UNDER THE SKIN: THE RELATIONSHIP BETWEEN ENTREPRENEUR'S FAILURES AND AFFECTIVE ASPECTS

JULIANE DA COSTA EVANGELISTA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
VÂNIA MARIA JORGE NASSIF - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
ALESSANDRA CASSIA DE MEDEIROS DELLAQUILA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001. Fapesp e CNPq.

Objetivo do estudo

a) investigar as potenciais inter-relações entre a afetividade do empreendedor e as falhas; b) levantar os aspectos afetivos que impulsionam os empreendedores a falharem; c) identificar os aspectos afetivos que os empreendedores apresentam ao falharem;

Relevância/originalidade

O tema se torna relevante diante da escassez de estudos que abordam as falhas em um contexto individual no qual o empreendedor assume o protagonismo e que suas emoções podem afetar diretamente o negócio.

Metodologia/abordagem

O método utilizado é o qualitativo de natureza descritiva e exploratória. A coleta de dados foi realizada através de entrevistas.

Principais resultados

Os resultados demonstraram que os aspectos afetivos se relacionam com as falhas dos empreendedores impulsionando a ocorrência das falhas e que perduram após o evento da falha.

Contribuições teóricas/metodológicas

O propósito é o de trazer contribuições para o debate sobre como a afetividade podem impactar os empreendedores. Estas evidências apresentam uma lacuna a ser pesquisada.

Contribuições sociais/para a gestão

Esse estudo contribui no aspecto de retirar o estigma da falha como algo que traz apenas consequências negativas ao empreendedor auxiliando no processo de aprendizagem.

Palavras-chave: Empreendedor, Falha, Aspectos afetivos

Study purpose

a) investigate potential interrelationships between the entrepreneur's activity and failures; b) raise the affective aspects that drive entrepreneurs to fail; c) identify the affective aspects that entrepreneurs present;

Relevance / originality

The topic becomes relevant in view of the scarcity of studies that address failures in an individual context in which the entrepreneur takes the lead and in which his emotions can directly affect the business.

Methodology / approach

The method used is qualitative, descriptive and exploratory. Data collection was carried out through interviews.

Main results

The results showed that the affective aspects are related to the failures of entrepreneurs, driving the occurrence of failures and that persist after the failure event.

Theoretical / methodological contributions

The purpose is to bring contributions to the debate on how affectivity can impact entrepreneurs. This evidence presents a gap to be investigated.

Social / management contributions

This study contributes to the aspect of removing the stigma of failure as something that only brings negative consequences to the entrepreneur, helping in the learning process.

Keywords: Entrepreneur, Failure, Affective aspects

EMPREENDEDORISMO E RESILIÊNCIA: UM CASO NA GASTRONOMIA PERUANA NO BRASIL RESUMO

ENTREPRENEURSHIP AND RESILIENCE: A CASE IN PERUVIAN GASTRONOMY IN BRAZIL

GIVALDO GUILHERME DOS SANTOS - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
VÂNIA MARIA JORGE NASSIF - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
LUIS EDUARDO BRANDÃO PAIVA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
FLÁVIA MARIA DA SILVA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Objetivo do estudo

Este artigo pretende analisar como o comportamento empreendedor pode contribuir para o desenvolvimento da resiliência como um atributo decisivo na jornada de seu negócio.

Relevância/originalidade

Esse tema é relevante diante da importância em compreender aspectos intrinsecamente relacionais ao comportamento humano na jornada empreendedora, se são incisivos ou não no enfrentamento de desafios de adaptabilidade e sustentabilidade do negócio.

Metodologia/abordagem

Método com abordagem qualitativa e análise de conteúdo dedutiva.

Principais resultados

Revela como a influência dos aspectos comportamentais foram pontuais na sustentabilidade de sua operação,

Contribuições teóricas/metodológicas

O estudo revela apesar de suas limitações a importância de mais investigações sobre os aspectos cognitivos e afetivos nas ações empreendedoras como atributos de competitividade.

Contribuições sociais/para a gestão

O apelo para o sucesso do empreendedor deva ser considerado aspectos muito além dos processos e também na esfera cognitiva e afetiva.

Palavras-chave: Empreendedorismo, Empreendedora, Cognição, Afetividade, Resiliência

Study purpose

This article aims to analyze how entrepreneurial behavior can contribute to the development of resilience as a decisive attribute in your business journey.

Relevance / originality

This topic is relevant given the importance of understanding aspects intrinsically related to human behavior in the entrepreneurial journey, whether or not they are incisive in facing challenges of adaptability and sustainability of the business.

Methodology / approach

Method with a qualitative approach and deductive content analysis.

Main results

It reveals how the influence of behavioral aspects were punctual in the sustainability of its operation,

Theoretical / methodological contributions

Despite its limitations, the study reveals the importance of further investigations into the cognitive and affective aspects of entrepreneurial actions as attributes of competitiveness.

Social / management contributions

The appeal to the entrepreneur's success must be considered aspects far beyond the processes and also in the cognitive and affective sphere.

Keywords: Entrepreneurship, Entrepreneur, cognition, affectivity, Resilience

EMPREENDEDORISMO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

ENTREPRENEURSHIP AND DIGITAL TRANSFORMATION

ADRIANA APARECIDA HONÓRIO DO SANTOS - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
EDMILSON DE OLIVEIRA LIMA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

Não se aplica.

Objetivo do estudo

O objetivo da pesquisa proposta que é caracterizar a condição de empreendedorismo na realidade atual do mundo digital.

Relevância/originalidade

Enfatiza a importância de novas abordagens, bem como o mapeamento de melhores práticas de gestão.

Metodologia/abordagem

A abordagem é qualitativa, nível exploratório e o método utilizado é uma revisão narrativa de literatura de 24 artigos neste campo de pesquisa.

Principais resultados

Os resultados revelam o incentivo para rede de alianças e ações colaborativas, aumento da capacidade de inovação e desenvolvimento de novas competências e habilidade individuais e gerenciais e o fortalecimento da eficiência dos processos e modelos de negócios.

Contribuições teóricas/metodológicas

As contribuições envolvem aprofundamento da literatura sobre empreendedorismo e transformação digital, enfatizando a importância de novas abordagens, bem como o mapeamento de melhores práticas de gestão.

Contribuições sociais/para a gestão

Mapeamento de melhores práticas de gestão.

Palavras-chave: empreendedorismo, transformação digital, revisão de literatura

Study purpose

The objective of the proposed research is to characterize the condition of entrepreneurship in the current reality of the digital world.

Relevance / originality

It emphasizes the importance of new approaches, as well as the mapping of best management practices.

Methodology / approach

The approach is qualitative, exploratory level and the method used is a narrative literature review of 24 articles in this field of research.

Main results

The results reveal the incentive for a network of alliances and collaborative actions, an increase in the capacity for innovation and the development of new individual and managerial skills and abilities, and the strengthening of the efficiency of processes and business models.

Theoretical / methodological contributions

The contributions involve deepening the literature on entrepreneurship and digital transformation, emphasizing the importance of new approaches, as well as the mapping of best management practices.

Social / management contributions

Mapping of best management practices.

Keywords: entrepreneurship, digital transformation, literature review

EMPREENDEDORISMO RURAL, ECONOMIA CIRCULAR E A PARTICIPAÇÃO DOS AGRICULTORES FAMILIARES EM PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA

RURAL ENTREPRENEURSHIP, CIRCULAR ECONOMY AND THE PARTICIPATION OF FAMILY FARMERS IN SUSTAINABLE PRACTICES: A SYSTEMATIC REVIEW OF THE LITERATURE

MARCOS FERREIRA DE MAGALHÃES - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
CLAUDIA MARIA DA SILVA BEZERRA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
HEIDY RODRIGUEZ RAMOS - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001. Este estudo foi financiado no Brasil pelo CNPQ – Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, Bolsa de Produtividade em Pesquisa.

Objetivo do estudo

Fornecer um levantamento atual da pesquisa bibliográfica relacionada ao conceito de empreendedorismo rural (ER), econômica circular (EC), práticas sustentáveis (PS) e agricultura familiar (AF).

Relevância/originalidade

Os ER, como agricultores familiares buscam estratégias de redução de custos, diferenciação e aumento de produtividade que exigem diferentes práticas, relacionadas à preservação ambiental. Nesse contexto, surge a EC, com o propósito de mudar esse cenário por meio de PS e circulares.

Metodologia/abordagem

Estudo qualitativo, com abordagem descritiva, elaborada por meio de revisão sistemática da literatura (RSL) de 224 artigos, coletados nas bases de dados da Web of Science e Scopus, cuja análise de conteúdo foi realizada como auxílio dos softwares Rayyan e Atlas ti.

Principais resultados

A análise dos artigos selecionados permitiu evidenciar práticas sustentáveis em empreendimentos em diversos setores da economia e no meio rural em quatro categorias: práticas empreendedoras, práticas agrícolas, práticas circulares e práticas sustentáveis.

Contribuições teóricas/metodológicas

Contribuir para a evolução no campo de estudos em empreendedorismo rural, EC e a participação da agricultura familiar na identificação de práticas sustentáveis que contribuam no desenvolvimento sustentável no meio rural como práticas empreendedoras, práticas agrícolas, práticas circulares e práticas sustentáveis.

Contribuições sociais/para a gestão

Contribuir com respostas aos questionamentos acerca deste fenômeno e suas particularidades, especialmente no âmbito do desenvolvimento sustentável do setor agrícola. Nesse sentido, tanto a EC quanto a sustentabilidade, buscam em comum a equidade das três dimensões: ambientais, sociais e econômicas.

Palavras-chave: Empreendedorismo, Empreendedorismo rural, Economia circular, Sustentabilidade, Agricultura familiar

Study purpose

Provide a current survey of bibliographic research related to the concept of rural entrepreneurship, circular economics (EC), sustainable practices and family farming.

Relevance / originality

The RE, as family farmers, seek strategies to reduce costs, differentiation and increase productivity that require different practices related to environmental preservation. In this context, CE appears, with the purpose of changing this scenario through PS and circulars.

Methodology / approach

Qualitative study, with a descriptive approach, elaborated through a systematic literature review (RSL) of 224 articles, collected in the Web of Science and Scopus databases, whose content analysis was performed with the aid of Rayyan and Atlas ti software.

Main results

The analysis of the selected articles made it possible to highlight sustainable practices in enterprises in different sectors of the economy and in rural areas in four categories: entrepreneurial practices, agricultural practices, circular practices and sustainable practices.

Theoretical / methodological contributions

Contribute to the evolution in the field of studies in RE, EC and the participation of family farming in the identification of SP that contribute to sustainable development in rural areas such as entrepreneurial practices, agricultural practices, circular practices and sustainable practices.

Social / management contributions

Contribute with answers to questions about this phenomenon and its particularities, especially in the context of sustainable development of the agricultural sector. In this sense, both EC and sustainability seek in common the equity of the three dimensions: environmental, social and economic.

Keywords: Entrepreneurship, Rural entrepreneurship, Circular economy, Sustainability, Family farming

EMPREENDEDORISMO SÊNIOR: INICIATIVAS PARA CONSTRUÇÃO DE ECOSISTEMA EMPREENDEDOR

SENIOR ENTREPRENEURSHIP: INITIATIVES TO BUILD ENTREPRENEURIAL ECOSYSTEM

ELOISA ELENA RAMOS DIAS SHINOHARA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
VÂNIA MARIA JORGE NASSIF - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
JULIANE DA COSTA EVANGELISTA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
LUIS EDUARDO BRANDÃO PAIVA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

"O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001”.

Objetivo do estudo

Analisar, a partir da visão de especialistas, as principais iniciativas que contribuem com o desenvolvimento de um EE sustentável direcionado aos empreendedores 50+.

Relevância/originalidade

Empreendedorismo Sênior (ES) está cada vez mais presente dentro de debates políticos e acadêmicos. Ecosistemas empreendedores surgiram como uma força dinâmica que moldam desempenho econômico de regiões, empresas e indivíduos. Não há ecossistema para ES, embora participem ativamente de outros ecossistemas genéricos.

Metodologia/abordagem

Esta é uma pesquisa qualitativa, exploratória e descritiva. Os dados foram coletados através um Grupo Focal, realizado on-line com sete especialistas em ES. Os dados foram imputados no Atlas.TI e analisados por meio de análise de conteúdo.

Principais resultados

Desenvolver um ecossistema empreendedor adequado ao público 50+ através de um pacote de políticas multifacetadas. As principais iniciativas sugeridas foram a formação de coaching, acesso a recursos, treinamentos e cursos de especialização, apoio e comunicação de entidades públicas e privadas.

Contribuições teóricas/metodológicas

Através da visão de especialistas, este estudo delineou principais barreiras enfrentadas pelo empreendedor (ou aspirante), mas também algumas sugestões de solução para superar estas barreiras. O ES pode ser capaz de minimizar preocupações financeiras dos trabalhadores mais velhos.

Contribuições sociais/para a gestão

Deve ser colocado em ação um conjunto de atividades políticas e governamentais, em uma perspectiva integrada, que apoiem e contribuam para superar potenciais barreiras e tendências relativas ao crescimento do desemprego entre os idosos.

Palavras-chave: Empreendedorismo Sênior, Ecosistema Empreendedor, Barreiras, Dificuldades, Superação de barreiras

Study purpose

To analyze, from the point of view of experts, the main initiatives that contribute to the development of a sustainable EE aimed at entrepreneurs 50+.

Relevance / originality

Senior Entrepreneurship (ES) is increasingly present within political and academic debates. Entrepreneurial ecosystems have emerged as a dynamic force shaping economic performance of regions, companies and individuals. There is no ecosystem for ES, although they actively participate in other generic ecosystems.

Methodology / approach

This is a qualitative, exploratory and descriptive research. Data were collected through a Focus Group, carried out online with seven specialists in ES. Data were input into Atlas.TI and analyzed using content analysis.

Main results

Develop an entrepreneurial ecosystem suitable for the 50+ audience through a multifaceted policy package. The main initiatives suggested were coaching training, access to resources, training and specialization courses, support and communication from public and private entities.

Theoretical / methodological contributions

Through the vision of experts, this study outlined the main barriers faced by the entrepreneur (or aspiring), but also some suggestions for solutions to overcome these barriers. The ES may be able to minimize the financial worries of older workers.

Social / management contributions

A set of political and governmental activities should be put into action, in an integrated perspective, that support and contribute to overcome potential barriers and trends related to the growth of unemployment among the elderly.

Keywords: Senior Entrepreneurship, Entrepreneurial Ecosystem, Barriers, Difficulties, Overcoming Barriers

EMPREENDEDORISMO SOCIAL NA SAÚDE

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN HEALTH

ADRIANA APARECIDA HONÓRIO DO SANTOS - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

Não se aplica

Objetivo do estudo

Explicar quais são as ações realizadas pelos empreendedores sociais na área da saúde.

Relevância/originalidade

Verifica-se que questões de como os empreendedores sociais mobilizam os recursos disponíveis para criar valor social na área da saúde, necessitam ser exploradas, especialmente no contexto dos países em desenvolvimento. Propõe-se a construção de um framework de boas práticas.

Metodologia/abordagem

Abordagem qualitativa e exploratória e revisão de literatura narrativa de 22 artigos sobre o tema, utilizando para análise dos resultados o software Iramuteq e ATLAS-ti.

Principais resultados

Os resultados revelam diferentes métodos e práticas utilizados para resolver problemas sociais na área da saúde, dentre os quais: uso de competências empreendedoras, exploração de redes e parcerias, inovação e equilíbrio entre qualidade e custos.

Contribuições teóricas/metodológicas

As contribuições do artigo envolvem aprofundamento dos conhecimentos sobre empreendedorismo social na área da saúde e o levantamento de ações e abordagens que incentivem serviços de qualidade. Propõe-se a construção de framework de boas práticas.

Contribuições sociais/para a gestão

O estudo oferece um mapeamento de boas práticas de gestão para responder as necessidades de saúde, fornecendo insights para o aprimoramento de ações em serviços humanizados e de excelência, principalmente para população mais vulnerável.

Palavras-chave: Empreendedorismo social, Saúde, Superação de limitação de recursos

Study purpose

Explain what are the actions carried out by social entrepreneurs in the health area.

Relevance / originality

It appears that issues of how social entrepreneurs mobilize available resources to create social value in the area of health need to be explored, especially in the context of developing countries. It is proposed to build a framework of good practices.

Methodology / approach

Qualitative and exploratory approach and narrative literature review of 22 articles on the topic, using the Iramuteq and ATLAS-ti software for analysis of results.

Main results

The results reveal different methods and practices used to solve social problems in the health area, among which: use of entrepreneurial skills, exploration of networks and partnerships, innovation and balance between quality and costs.

Theoretical / methodological contributions

The article's contributions involve deepening knowledge about social entrepreneurship in the health area and surveying actions and approaches that encourage quality services. It is proposed to build a framework of good practices.

Social / management contributions

The study offers a mapping of good management practices to respond to health needs, providing insights for the improvement of actions in humanized and excellent services, especially for the most vulnerable population.

Keywords: Social entrepreneurship, Health, Resource overrun

EMPRESAS E SETORES MAIS INOVADORES NO BRASIL, NOS OITO ANOS, DO PRÊMIO VALOR INOVAÇÃO BRASIL.

THE MOST INNOVATIVE COMPANIES AND INDUSTRIES IN BRAZIL, DURING THE EIGHT YEARS OF THE BRAZIL VALOR INNOVATION AWARD.

LUIS ALBERTO FIGUEIREDO DE SOUSA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
VINÍCIUS RODRIGUES SILVA PIRES - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
BENNY KRAMER COSTA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
CLAUDIA BRITO SILVA CIRANI - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

Este trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES).

Resumo

ESTE TRABALHO APRESENTA OS RESULTADOS DO PRÊMIO VALOR INOVAÇÃO BRASIL ENTRE 2015 E 2022, ANALISA OS SETORES MAIS INOVADORES E ELENCA AS EMPRESAS MAIS INOVADORAS, OBSERVANDO LONGITUDINALMENTE OS DADOS NO DECORRER DAS SUAS OITO EDIÇÕES. É FEITA A ANÁLISE DE CONTEÚDO A PARTIR DOS DADOS OBTIDOS DAS OITO EDIÇÕES DO PRÊMIO VALOR INOVAÇÃO BRASIL. IDENTIFICANDO AS EMPRESAS E OS SETORES QUE OCUPARAM AS PRIMEIRAS POSIÇÕES NO RANKING, BEM COMO AS VARIAÇÕES DE POSICIONAMENTO AO LONGO DO TEMPO. HÁ UMA TROCA DINÂMICA NAS PRIMEIRAS POSIÇÕES DO RANKING. EMBRAER DESTACA-SE COMO EMPRESA. O SETOR BENS DE CAPITAL É O MAIS INOVADOR E O SETOR DE COSMÉTICOS, FICA EM SEGUNDO. TAIS ACHADOS EVIDENCIAM QUE AS EMPRESAS COM INTERNACIONALIZAÇÃO TENDEM A INOVAR MAIS. AS EMPRESAS PODEM BENEFICIAR-SE COM O CONHECIMENTO SOBRE QUAIS DIMENSÕES O MERCADO CONSIDERA AO AVALIAR O QUÃO INOVADORAS SÃO AS EMPRESAS VISANDO DESENVOLVER COMPETÊNCIAS INTERNAS PARA CAPTURAR VALOR PELA INOVAÇÃO.

Palavras-chave: INOVAÇÃO, COMPETITIVIDADE, SETORES INOVADORES, EMPRESAS INOVADORAS

Abstract

THIS STUDY PRESENTS THE RESULTS OF THE VALOR INOVAÇÃO BRASIL AWARD BETWEEN 2015 AND 2022, SEEKING TO ANALYZE THE MOST INNOVATIVE INDUSTRIES IN BRAZIL, LISTING THE MOST INNOVATIVE COMPANIES, OBSERVING THE DATA LONGITUDINALLY DURING ITS EIGHT EDITIONS. A CONTENT ANALYSIS IS PERFORMED OVER THE DATA OBTAINED FROM THE EIGHT EDITIONS OF THE VALOR INOVAÇÃO BRASIL AWARD. IDENTIFYING THE COMPANIES AND SECTORS THAT OCCUPIED THE FIRST POSITIONS IN THE RANKING, AS WELL AS THE VARIATIONS IN POSITION OVER TIME. THERE IS A DYNAMIC SWITCH IN THE FIRST RANKING POSITIONS. EMBRAER STANDS OUT AS A COMPANY. THE CAPITAL GOODS SECTOR IS THE MOST INNOVATIVE AND THE COSMETICS SECTOR IS IN SECOND. SUCH FINDINGS EVIDENCE THAT INTERNATIONALIZED COMPANIES TEND TO BE MORE INNOVATIVE. COMPANIES CAN BENEFIT FROM KNOWLEDGE ABOUT WHAT DIMENSIONS THE MARKET CONSIDERS WHEN ASSESSING HOW INNOVATIVE COMPANIES ARE IN ORDER TO DEVELOP INTERNAL SKILLS TO CAPTURE VALUE THROUGH INNOVATION

Keywords: INNOVATION, COMPETITIVENESS, INNOVATIVE INDUSTRIES, INNOVATIVE COMPANIES

EMPRESAS SOCIAIS E OS SEUS MODELOS DE NEGÓCIO EM CONTEXTO DE POBREZA - UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DE LITERATURA

SOCIAL ENTERPRISES AND THEIR BUSINESS MODELS IN THE CONTEXT OF POVERTY - A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW

WANDERLEY LEITE DA SILVA JUNIOR - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
JOSÉ EDSON LARA - FUNDAÇÃO PEDRO LEOPOLDO (FPL)
CRISTIANO CAPELLANI QUARESMA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
LUCAS PINTO DE CARVALHO - UNILESTE MG

Agradecimento à órgão de fomento:

Esta pesquisa contou com o apoio financeiro do CNPq - Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico e CAPES.

Objetivo do estudo

Este estudo tem por objetivo obter um melhor entendimento das empresas sociais e os modelos de negócios presentes na literatura.

Relevância/originalidade

O trabalho apresenta relevância para os estudos direcionado às Empresas Sociais, devido as mais diversas lacunas presentes na literatura, como não foi encontrado um estudo que especifique a atuação social em contexto de pobreza.

Metodologia/abordagem

Por meio da revisão sistemática e literatura e aplicação do Business Model Canvas (BMC) a partir dos resultados, o trabalho apresenta a estruturação de um Modelo de Negócios para as Empresas Sociais em contexto de pobreza.

Principais resultados

O trabalho apresenta um Modelo de Negócio baseado no Business Model Canvas, aplicado a realidade das Empresas Sociais em contexto de pobreza.

Contribuições teóricas/metodológicas

Limitações / implicações da pesquisa – O trabalho se baseou na busca de artigos em uma única base (Web of Science – WoS) e artigos em formato aberto, o que de certa forma não pode contemplar a totalidade dos trabalhos aderentes

Contribuições sociais/para a gestão

O trabalho tem um enfoque na atuação das Empresas Sociais em contexto de pobreza, conforme string de busca utilizada na busca de dados.

Palavras-chave: Model Business Canvas (BMC), Empresas Sociais, Pobreza, Vulnerabilidade Social, Empreendedorismo Social

Study purpose

This study aims to obtain a better understanding of social enterprises and the business models present in the literature.

Relevance / originality

The work is relevant for studies directed to Social Enterprises, due to the most diverse gaps present in the literature, as no study was found that specifies social action in a context of poverty.

Methodology / approach

Through systematic literature review and application of the Business Model Canvas (BMC) from the results, the work presents the structuring of a Business Model for Social Enterprises in a context of poverty.

Main results

The work presents a Business Model based on the Business Model Canvas, applied to the reality of Social Enterprises in a context of poverty.

Theoretical / methodological contributions

Limitations / implications of the research - The work was based on the search for articles in a single database (Web of Science - WoS) and articles in open format, which in a way cannot cover all the adherent works.

Social / management contributions

The work focuses on the performance of Social Enterprises in a context of poverty, according to the search string used in the data search.

Keywords: Model Business Canvas (BMC), Social Enterprises, Poverty, Social vulnerability, Social Entrepreneurship

ENGAJAMENTO DIGITAL NA PROMOÇÃO DO E-SPORT NO BRASIL

DIGITAL ENGAGEMENT IN E-SPORT PROMOTION IN BRAZIL

JULIO CESAR CORREA DA COSTA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

WESLEY MOREIRA PINHEIRO - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

JÚLIO ARAUJO CARNEIRO CUNHA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Resumo

O e-sport é uma modalidade esportiva em ascensão no Brasil, atraindo o interesse de clubes clássicos como Corinthians e Cruzeiro, como marcas não tradicionais no esporte como Meta Business e Vivo. Estima-se que em 2023 esse mercado supere os US\$ 200 bilhões no mundo, tornando um objeto importante de investigação sobre como o marketing digital é trabalhado para a promoção, popularização e crescimento no país, a partir do engajamento em rede. Os principais resultados da pesquisa mostram a importância das torcidas das equipes tradicionais do LBFF, e não necessariamente das torcidas vindas de marcas e times tradicionais, tal como usualmente acontece com clubes esportivos com multimodalidades. Os indicadores de engajamento foram positivos, demonstrando a força do consumidor como propagador da modalidade, e conseqüentemente do consumo da promoção de marcas e produtos atrelados aos eventos.

Palavras-chave: marketing de e-sport, engajamento digital, análise de rede

Abstract

E-sport is a sport on the rise in Brazil, attracting the interest of classic clubs such as Corinthians and Cruzeiro, as well as non-traditional sports brands such as Meta Business and Vivo. It is estimated that in 2023 this market will exceed US\$ 200 billion in the world, making it an important object of investigation on how digital marketing is worked to promote, popularize and grow in the country, based on network engagement. The main results of the research show the importance of the supporters of the traditional teams of the LBFF, and not necessarily of the supporters coming from traditional brands and teams, as usually happens with sports clubs with multimodalities. The engagement indicators were positive, demonstrating the strength of the consumer as a propagator of the modality, and consequently of the consumption of the promotion of brands and products linked to the events.

Keywords: e-sports marketing, digital engagement, network analysis

ENGAJAMENTO E A PERCEPÇÃO DE VALOR NO PROJETO

ENGAGEMENT AND PERCEPTION OF VALUE IN THE PROJECT

SAMIR CAVALETTI - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

Agradecemos ao Fundo de Amparo à Pesquisa – FAP\UNINOVE

Objetivo do estudo

O objetivo deste artigo é identificar como o engajamento dos stakeholders afeta a percepção de valor do projeto, avaliando os impactos identificados no atual corpus de pesquisa

Relevância/originalidade

O engajamento de stakeholder é frequentemente simplificado como um ato de responsabilidade social corporativa, a proposta desta RSL é que o engajamento dos stakeholders deve ser feita de forma relacional apoiando uma a narrativa de valor dentro do projeto

Metodologia/abordagem

O método de pesquisa será uma revisão sistemática de literatura, seguindo o protocolo descrito por Pollock e Berge (2018), assim a pesquisa irá buscar na literatura científica artigos dentro das áreas correlatas a gestão de projeto que tragam importantes contribuições

Principais resultados

O GP deve ter clareza que o projeto é feito para atender as necessidades dos stakeholders, assim o engajamento deve ocorrer de forma transparente e com confiança mútua desde o início dos projetos, facilitando a cocriação de valor com todos os stakeholders

Contribuições teóricas/metodológicas

Reforça a necessidade de mais estudos no entendimento de uma narrativa de valor entregue dentro do projeto, de forma a permitir um maior engajamento dos stakeholders

Contribuições sociais/para a gestão

Demonstra a importância da avaliação social e relacional junto aos stakeholders como forma de aumentar o valor percebido por eles, propondo a utilização de narrativas para engajar stakeholders na percepção de valor.

Palavras-chave: Gerente de Projeto, Partes interessadas, Cliente, Engajamento, Comprometimento

Study purpose

The objective of this article is to identify how stakeholder engagement affects the perception of project value, evaluating the impacts identified in the current research corpus.

Relevance / originality

Stakeholder engagement is often simplified as an act of corporate social responsibility, the proposal of this RSL is that stakeholder engagement should be done in a relational way supporting a narrative of value within the project

Methodology / approach

The research method will be a systematic literature review, following the protocol described by Pollock and Berge (2018), so the research will search in the scientific literature for articles within the areas related to project management that bring important contributions.

Main results

The PM must be clear that the project is designed to meet the needs of the stakeholders, so engagement must occur transparently and with mutual trust from the beginning of the project, facilitating the co-creation of value with all stakeholders

Theoretical / methodological contributions

Reinforces the need for more studies to understand a narrative of value delivered within the project, in order to allow greater stakeholder engagement

Social / management contributions

Demonstrates the importance of social and relational assessment with stakeholders as a way to increase their perceived value

Keywords: Project manager, Stakeholder, Client, Engagement, Commitment

ENTENDENDO A CAPACIDADE DE INOVAÇÃO

UNDERSTANDING THE INNOVATION CAPACITY

STEFANO MALESKI - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
MARCOS ROGÉRIO MAZIERI - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Objetivo do estudo

Entender a Capacidade de Inovação, advinda das Capacidades Absortivas, mesmo sempre existindo na prática, ainda é incipiente nos estudos, por isso, este artigo, define, sintetiza e organiza o tema desde seu surgimento até seus prováveis caminhos.

Relevância/originalidade

A empresa que quer se destacar e sobreviver diante da grande versatilidade e da concorrência precisa cada vez mais investir em pesquisa e desenvolvimento e inovar, trazendo produtos ou serviços que seu público-alvo apreciará, para tal é preciso ter Capacidade de Inovação

Metodologia/abordagem

Através de um estudo bibliométrico este artigo, define, sintetiza e organiza o tema desde seu surgimento até seus prováveis caminhos

Principais resultados

Traz o conceito de capacidade de inovação desde seu surgimento, principais autores e até os caminhos de estudo que vão surgindo, finalizando com uma agenda de pesquisa que visa aprofundar ainda mais sua compreensão.

Contribuições teóricas/metodológicas

Mostrando que três fatores estão em destaque, que é entender a relação entre a Capacidade de Inovação e a Capacidade Absortiva; sua relação com o desempenho nas empresas e o quanto ela está relacionada com Pesquisa e Desenvolvimento.

Contribuições sociais/para a gestão

Relação entre a Capacidade de Inovação e a Capacidade Absortiva; sua relação com o desempenho nas empresas e o quanto ela está relacionada com Pesquisa e Desenvolvimento.

Palavras-chave: Inovação, Capacidade de Inovação, Capacidade Absortiva, Pesquisa e Desenvolvimento

Study purpose

Understanding from the Innovation capability, arising from Absorptive Capabilities, even though they always exist in practice, that's why studies, this article, define and organize the theme your next proven step.

Relevance / originality

The company that wants to stand out and survive in the face of great versatility and competition needs more and more to invest in research and development and innovate, bringing products or services that its target audience will appreciate.

Methodology / approach

Through a bibliometric study, this article defines, synthesizes and organizes the theme from its emergence to its probable paths.

Main results

It brings the concept of innovation capacity since its emergence, main authors and even the study paths that emerge, ending with a research agenda that aims to further deepen its understanding.

Theoretical / methodological contributions

Showing that three factors are highlighted, which is to understand the relationship between Innovation Capacity and Absorptive Capacity; its relationship with performance in companies and how much it is related to Research and Development.

Social / management contributions

Relationship between Innovation Capacity and Absorptive Capacity; its relationship with performance in companies and how much it is related to Research and Development.

Keywords: Innovation, Innovation Capacity, Absorptive Capacity, Research and Development

ENTENDENDO A CRIAÇÃO , DISTRIBUIÇÃO E CAPTURA DE VALOR EM EMPRESAS ORIENTADAS AOS STAKEHOLDERS

UNDERSTANDING VALUE CREATION, DISTRIBUTION, AND CAPTURE IN STAKEHOLDER-ORIENTED FIRMS

SILVIA FERRAZ NOGUEIRA DE TOMMASO - FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE - USP
FELIPE MENDES BORINI - USP - UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

Objetivo do estudo

O objetivo desse artigo é entender como as empresas criam, distribuem e capturam valor com stakeholders .A tese defendida é que a empresa precisa gerenciar um sistema de valor das partes interessadas composto por três processos, para atingir desempenho sustentável..

Relevância/originalidade

Entrevistas em profundidade com as principais partes interessadas (acionistas, clientes, funcionários, comunidades e fornecedores) de sete empresas diferentes são a principal fonte de informação desse estudo, trazendo a percepção de múltiplos stakeholders sobre o sistema de criação de valor.

Metodologia/abordagem

Essa pesquisa utiliza o método da construção de teoria através do estudo de casos múltiplos com empresas de diferentes setores (Animais de Estimação, Mineração, Indústria Química e de Papel) Foram feitas 24 entrevistas com stakeholders de 7 empresas diferentes.

Principais resultados

Os resultados indicam que o sistema de valor das partes interessadas é composto por criação, distribuição e captura de valor Esses três processos não acontecem em um tempo sequencial e linear A captura de valor acontece a curto, médio e longo prazo

Contribuições teóricas/metodológicas

Esse artigo contribui para a atualização da teoria de Stakeholders abordando sua perspectiva gerencial, elucidando lacunas sobre como as empresas criam, distribuem e capturam valor além das metas econômicas e com a teoria baseada em recursos sobre valor residual.

Contribuições sociais/para a gestão

Esse artigo está alinhado a declaração de propósito das partes interessadas da Business Roundtable 2019, contribuindo com estratégias de implementação de estratégias de orientação para stakeholders. No âmbito social, esta pesquisa contribui para a implementação da Meta 8 de Desenvolvimento Global Sustentável.

Palavras-chave: Criação de Valor, Distribuição de Valor, Captura de Valor, Teoria de Stakeholders, Estratégia

Study purpose

This paper aims to investigate how firms create, distribute and capture value with stakeholders. Our thesis is that the firm needs to manage a stakeholder value system, composed of value creation, distribution and capture, to achieve sustainable performance.

Relevance / originality

In-depth interviews with primary stakeholders (shareholders, customers, employees, communities, and suppliers) of seven different firms are the key source of information of our study. It brings a multiple stakeholders' perception on value creation system.

Methodology / approach

We designed the research as a theory-building on multiple case studies with companies from different sectors (Pets, Mineral Mining, Chemical, and Paper industry). We did 24 interviews with stakeholders of 7 different companies from June 2020 to July 2022.

Main results

Our findings show that the stakeholder value system is composed of value creation, distribution, and capture. These three processes do not happen in a sequential and linear timing. Value capture happens in the short, medium, and long term. It may happen before.

Theoretical / methodological contributions

We contribute to the updated investigation on Stakeholder theory addressing its managerial perspective, raising light on questions on residual value distribution and how the firm creates, distributes, and captures value beyond economic goals.

Social / management contributions

As per the managerial contribution, we understand that our investigation contributes to the 2019 Business Roundtable stakeholder purpose statement, helping organizations how to implement a stakeholder orientation strategy. In the social realm, this research contributes to the implementation of Sustainable Global Development.

Keywords: Value creation, Value distribution, Value Capture, Stakeholder Theory, Strategy

ENTENDENDO A INOVAÇÃO FRUGAL

UNDERSTANDING THE FRUGAL INNOVATION

STEFANO MALESKI - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
MARCOS ROGÉRIO MAZIERI - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Objetivo do estudo

Este trabalho tem por objetivo entender como a produção científica em Inovação Frugal se caracteriza e como essa área vem se estruturando.

Relevância/originalidade

A Inovação Frugal é cada vez mais vista como decisão estratégica para o desenvolvimento de novas tecnologias, especialmente ao trazê-la de economias emergentes para as desenvolvidas. Ainda que pesquisas relacionadas ao tema vêm crescendo, ainda são incipientes e recentes.

Metodologia/abordagem

Organizamos o conhecimento atual publicado neste tema para orientar os pesquisadores a desenvolver estudos mais robustos de acordo com as escolas intelectuais existentes. Por meio de um estudo bibliométrico descrevemos características dessa produção científica.

Principais resultados

Identificamos dois pensamentos intelectuais a partir da análise de cocitação: sustentabilidade; e modelos de negócios.

Contribuições teóricas/metodológicas

Essa constatação reforça a importância dos pesquisadores da área de construção do conhecimento organizado de acordo com as estruturas intelectuais de cada fator.

Contribuições sociais/para a gestão

Reforça a importância de se aprimorar os estudos sobre a inovação frugal como uma decisão estratégica trazendo benefícios para as organizações e sociedade.

Palavras-chave: Inovação, Inovação Frugal, Redução de Custo, Eficiência

Study purpose

This work aims to understand how scientific production in Frugal Innovation is characterized and how this area has been structuring.

Relevance / originality

Frugal Innovation is increasingly seen as a strategic decision for the development of new technologies, especially when bringing it from emerging to developed economies. Although research related to the topic has been growing, it is still incipient and recent.

Methodology / approach

We organize the current knowledge published on this topic to guide researchers to develop more robust studies in line with existing intellectual schools. Through a bibliometric study we describe characteristics of this scientific production.

Main results

We identified two intellectual thoughts from the co-citation analysis: sustainability; and business models.

Theoretical / methodological contributions

This finding reinforces the importance of researchers in the area of knowledge construction organized according to the intellectual structures of each factor.

Social / management contributions

It reinforces the importance of improving studies on frugal innovation as a strategic decision bringing benefits to organizations and society.

Keywords: Innovation, Frugal Innovation, Cost Reduction, Efficiency

ESCALAS DE MEDIÇÃO DE SUCESSO EM PROJETOS - UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DE LITERATURA

PROJECT SUCCESS MEASUREMENT SCALES - A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW

GABRIEL FRANCISCO PISTILLO FERNANDES - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

Agradecimentos à CAPES.

Objetivo do estudo

Este trabalho busca o estado da arte na medição de sucesso em projetos e convergências e divergências entre escalas. Para isso, uma revisão sistemática da literatura analisou 163 artigos, selecionando 25 escalas apresentadas nos resultados.

Relevância/originalidade

Os achados deste estudo ajudam pesquisadores interessados a medir o sucesso do projeto diretamente ou como uma variável dependente e praticantes que querem entender melhor seus projetos.

Metodologia/abordagem

Uma revisão sistemática da literatura analisou 163 artigos, selecionando 25 escalas.

Principais resultados

25 escalas selecionadas com perguntas Likert de 5 ou 7 pontos, listando tanto fatores de sucesso ou múltiplas dimensões de sucesso em projetos.

Contribuições teóricas/metodológicas

Mapeamento do estado da arte de medição de sucesso em projetos com 25 escalas publicadas e aplicadas atuais.

Contribuições sociais/para a gestão

Itens e formas para medir o sucesso dos projetos.

Palavras-chave: Medição de Sucesso em Projetos, Escalas de Sucesso em Projetos, Revisão Sistemática de Literatura

Study purpose

This work looks for state of the art project success measurement and convergencies and divergencies between scales. To achieve that a systematic literature review analyzed 163 articles, selecting 25 scales presented at the results.

Relevance / originality

The findings of this study help researchers interested in measuring project success directly or as a dependent variable and practitioners who want to understand better their projects.

Methodology / approach

A systematic literature review analyzed 163 articles, selecting 25 scales.

Main results

25 scales selected with likert 5 or 7 point questions, both listing success factors or multiple success dimensions.

Theoretical / methodological contributions

Project success state of the art mapping with 25 current published applied scales.

Social / management contributions

Items and forms to measure project success.

Keywords: Project Success Measurement, Project Success Scales, Systematic Literature Review

ESTRATEGIAS DE MARKETING ADOTADAS PARA FIDELIZAR CLIENTES DA EMPRESA DO RAMO DE COLCHÃO

MARKETING STRATEGIES ADOPTED TO BRING LOYALTY TO THE COMPANY OF THE MATTRESS COMPANY

RAFAEL RICHARD DA COSTA - UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PARANÁ - UNESPAR - CAMPUS APUCARANA

GUSTAVO ALVES PEREIRA - UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PARANÁ - UNESPAR - CAMPUS APUCARANA

Resumo

O objetivo do estudo foi analisar as estratégias de marketing de uma loja de colchões localizada nos estados do Paraná e São Paulo, que possibilitou observar de uma maneira ampla como a organização em questão usa do marketing como ferramenta para promover a marca. Foi realizado um estudo de caso, e a coleta e análise de dados deu-se de forma qualitativa com dados primários, tendo sido realizadas entrevistas com quatro colaboradores do setor. As estratégias de marketing usadas pela empresa têm destaque nas forças de venda de produtos, definição de metas e entrevistas com clientes. Dentre as estratégias de marketing uma remete ao Marketing de relacionamento, com foco em fidelizar os clientes a partir de uma ótima experiência com os produtos da marca.

Palavras-chave: Marketing de Relacionamento, Fidelização, Clientes, Estratégias de Marketing.

Abstract

The objective of the study was to analyze the marketing strategies of a mattress store located in the states of Paraná and São Paulo, which made it possible to observe in a broad way how the organization in question uses marketing as a tool to promote the brand. A case study was carried out, and the collection and analysis of data qualitatively took place with primary data, having been carried out interviews with four employees of the sector. The marketing strategies used by the company are highlighted in product sales forces, goal setting, and customer interviews. Among the marketing strategies, one refers to Relationship Marketing, focusing on customer loyalty from a great experience with the brand's products.

Keywords: Relationship Marketing, Loyalty, Customers, Marketing Strategies

ESTRATÉGIAS DE MARKETING DE UMA INDÚSTRIA DE BEBIDAS DO PARANÁ

MARKETING STRATEGIES OF A BEVERAGE INDUSTRY IN PARANÁ

MARIANA FREITAS LOURENCINI - UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PARANÁ - UNESPAR - CAMPUS APUCARANA

ANA CAROLINA DOS SANTOS LIMA - UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PARANÁ - UNESPAR - CAMPUS APUCARANA

MARIANA RAFAELA SILVÉRIO GUAITA - UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PARANÁ - UNESPAR - CAMPUS APUCARANA

Resumo

Tendo como objetivo apresentar as estratégias estabelecidas por uma empresa de bebidas, localizada no estado do Paraná, na qual visa o crescimento no mercado nacional e internacional, foi realizado um estudo de caso. Os dados foram coletados de fontes primárias (análise de documentos, registros em arquivos como redes sociais e site da empresa) e entrevista com o responsável pela gestão de marketing da empresa. Com aumento do reconhecimento empresarial e venda de seus produtos, os dados coletados são apresentados em processos de comunicação institucional e recursos para atrair maior clientela. As estratégias adotadas pela organização são ressaltadas para a construção de uma marca forte e clara e com diferencial no ramo de bebidas.

Palavras-chave: Organização, Produtos, Marca, Estratégias, Philip Kotler

Abstract

With the objective of presenting the strategies established by a beverage company, located in the state of Paraná, in which it aims to grow in the national and international market, a case study was carried out. Data were collected from primary sources (document analysis, records in files such as social networks and the company's website) and an interview with the person responsible for the company's marketing management. With increased business recognition and sales of its products, the data collected is presented in institutional communication processes and resources to attract more customers. The strategies adopted by the organization are highlighted for the construction of a strong and clear brand and with a differential in the beverage sector.

Keywords: Organization, Products, Brand, Strategies, Philip Kotler

ESTRATÉGIAS EMERGENTES E CAPACIDADE ADAPTATIVA EM CENÁRIOS DE CRISE: UM ESTUDO DE CASO SOBRE O BAR E RESTAURANTE QUINTAL 86

EMERGING STRATEGIES AND ADAPTIVE CAPACITY IN CRISIS SCENARIOS: A CASE STUDY ON THE BAR AND RESTAURANT QUINTAL 86

ANDRESSA MIRANDA ALVES PINTO - UNIALFA
ROBERTO FLORES FALCÃO - UNIALFA

Agradecimento à órgão de fomento:

Agradeço pela oportunidade de submeter o meu Artigo para análise, seria uma honra tê-lo aprovado para o Singep

Objetivo do estudo

Apresentar uma análise investigativa de como o Bar e Restaurante Quintal 86, localizado na cidade de Goiânia/GO, se beneficiou do emprego de estratégias emergentes e a capacidade adaptativa, como forma de se destacar no mercado, durante o cenário de crise.

Relevância/originalidade

O trabalho se mostra relevante por ser aplicado em uma empresa bastante jovem que conseguiu enfrentar o cenário de crise ocasionado pela pandemia da COVID-19 e se destacar no ambiente mercadológico.

Metodologia/abordagem

Este artigo utiliza a metodologia de estudo de caso exploratório, com abordagem qualitativa, e ferramentas de pesquisa de entrevista semiestruturada e análise documental do Bar e Restaurante Quintal 86.

Principais resultados

Ao final das análises, pode-se comprovar que as estratégias emergentes utilizadas pelo Bar e Restaurante Quintal 86, foram fundamentais para a manutenção e destaque no ambiente mercadológico, ainda que perante cenário de crise.

Contribuições teóricas/metodológicas

Não há.

Contribuições sociais/para a gestão

Destaque para um caso de sucesso que utilizou estratégias emergentes.

Palavras-chave: Estratégias emergentes, adaptação, cenário de crise

Study purpose

Present an investigative analysis of how the Quintal 86 Bar and Restaurant, located in the city of Goiânia/GO, benefited from the use of emerging strategies and adaptive capacity, as a way to stand out in the market, during the crisis scenario.

Relevance / originality

The work is relevant because it is applied in a very young company that managed to face the scenario of crisis caused by the pandemic penalty of COVID-19 and stand out in the market environment.

Methodology / approach

This article uses the exploratory case study methodology, with a qualitative approach, and semi-structured interview research tools and documental analysis of the Quintal Bar and Restaurant 86.

Main results

At the end of the analyses, it can be proven that the emerging strategies used by the Quintal 86 Bar and Restaurant were fundamental for the maintenance and prominence in the market environment, even if in the face of crisis.

Theoretical / methodological contributions

There is no

Social / management contributions

Highlight for a success case that used emerging strategies

Keywords: Emerging strategies, adaptation, crisis scenario

ESTUDO DA APLICAÇÃO DO REJEITO DE MINÉRIO DE FERRO COMO AGREGADO MIÚDO PARA A PRODUÇÃO DE CONCRETO

*STUDY OF THE APPLICATION OF IRON ORE TAILINGS AS A FINE AGGREGATE FOR
THE PRODUCTION OF CONCRETE*

KHAYRON LINHARES SOUZA - UNILESTE MG
KELVIN DA SILVA BERTOLDO - UNILESTE MG
ANNA BEATRIZ DE ARAÚJO - UNILESTE MG
LUCAS PINTO DE CARVALHO - UNILESTE MG

Agradecimento à órgão de fomento:

Centro Universitário Católica do Leste de Minas Gerais - Unileste

Objetivo do estudo

O objetivo deste trabalho será verificar o comportamento do concreto no estado fresco e endurecido após a substituição parcial do agregado miúdo (areia) pelo resíduo de minério de ferro, afim de verificar a possibilidade de seu uso na construção civil.

Relevância/originalidade

As empresas de minério de ferro estão em busca de uma alternativa sustentável para a destinação de seus resíduos. Um resultado promissor poderá propiciar a reutilização do resíduo de minério de ferro, ao invés de encaminhá-lo para aterros ou barragens.

Metodologia/abordagem

O trabalho se pautou em pesquisa bibliográfica, em que foram buscados na literatura exemplos de aplicação do uso do resíduo de minério de ferro. É também uma pesquisa de campo, pois foram feitos ensaios em laboratório para análise das propriedades.

Principais resultados

Quando ainda fresco o concreto, ficou menos trabalhável e com uma cor amarronzada. Após endurecido apresentou maior resistência mecânica devido ao empacotamento dos grãos, o que possibilita a sua aplicação em diversas áreas da engenharia civil, inclusive estrutural.

Contribuições teóricas/metodológicas

A contribuição teórica pode ser observada no embasamento teórico que foi apresentado no decorrer do texto, com uma tabela complementar apresentando os principais autores que abordam sobre o tema. A metodologia utilizada se baseou em dissertações e teses como referência.

Contribuições sociais/para a gestão

Foi mostrado que é possível utilizar o resíduo de minério em concretos, o que possibilita a criação de novas áreas de trabalho na reciclagem e destinação do resíduo. Essa alternativa poderá gerar economia para empresa e ampliar o espaço do pátio.

Palavras-chave: Concreto, Minério de ferro, Agregado, Resistência, Coesão

Study purpose

The objective of this work will be to verify the behavior of the concrete in the fresco and to support the partial state of the added state (sand) by its iron ore addition additive, in order to verify the possibility of use

Relevance / originality

Iron ore companies are looking for a sustainable alternative for the disposal of their waste. A promising result could lead to the reuse of iron ore residue, instead of sending it to landfills or dams.

Methodology / approach

The work was based on bibliographic research, in which examples of application of the use of iron ore residue were searched in the literature. It is also a field research, as tests were carried out in the laboratory to analyze the properties.

Main results

When the concrete was still fresh, it became less workable and had a brownish color. After hardening, it presented greater mechanical resistance due to the packing of the grains, which allows its application in several areas of civil engineering, including structural.

Theoretical / methodological contributions

The theoretical contribution can be observed in the theoretical basis that was presented throughout the text, with a complementary table presenting the main authors that address the topic. In the methodology, a conventional but effective way to perform the tests was presented.

Social / management contributions

It was shown that it is possible to use ore waste in concrete, which makes it possible to create new work areas in the recycling and disposal of waste. This alternative can generate savings for the company and expand the patio space.

Keywords: Concrete, Iron ore, Aggregate, Resistance, Cohesion

EVOLUÇÃO DOS MODELOS DE INCUBADORAS DE EMPRESAS NO CONTEXTO DA TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

EVOLUTION OF BUSINESS INCUBATOR MODELS IN THE CONTEXT OF DIGITAL TRANSFORMATION

ERNANI JOSÉ FORTUNATO LISBÔA ENKE - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
RONISE SUZUKI DE OLIVEIRA -
THYAGO BACHIM - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
DARIANE BEATRIZ SCHOFFEN ENKE -

Agradecimento à órgão de fomento:

À CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior) pelo apoio em forma de bolsa de fomento.

Objetivo do estudo

Este estudo tem por objetivo identificar modelos de incubadoras de empresas, e verificar se existe uma evolução dessas estruturas no contexto da transformação digital impulsionada pela pandemia do coronavírus.

Relevância/originalidade

Os modelos de incubadoras de empresas têm evoluído como forma de atender as necessidades das startups, mas pouco se sabe sobre esta evolução no cenário de transformação digital, se estão adotando novas práticas, e como isso pode afetar a sociedade.

Metodologia/abordagem

Esta pesquisa tem uma finalidade descritiva, com abordagem qualitativa, baseada em uma revisão sistemática da literatura. A partir de fontes secundárias, considera a coleta de dados por

meio de levantamento bibliográfico, com consulta às bases de dados SCOPUS e Web of Science.

Principais resultados

As incubadoras de empresas precisam fortalecer suas capacidades para continuar atraindo empreendedores, sendo que seus gestores identificam a necessidade do uso de ambientes virtuais, especialmente incubadoras virtuais, que podem ser favorecidas por tecnologias digitais, especialmente cloud computing.

Contribuições teóricas/metodológicas

Há uma escassez de publicações sobre incubadoras virtuais, cada vez mais necessárias conforme os gestores. No campo do empreendedorismo, este estudo indica a abertura de novas vias de pesquisa para investigações que podem envolver o uso de tecnologias digitais nessas estruturas.

Contribuições sociais/para a gestão

A atuação de incubadoras virtuais tende a ampliar o alcance com relação a sua área de atuação geográfica, favorecendo o desenvolvimento regional e nacional. Evidencia-se, também, que a incubação virtual pode ser uma fonte de receita escalável para seus modelos de negócios.

Palavras-chave: Inovação, Incubadora de empresas, Transformação Digital , Tecnologias Digitais

Study purpose

This study aims to identify models of business incubators, and check if there is an evolution of these structures in the context of the digital transformation driven by the coronavirus pandemic.

Relevance / originality

Business incubator models have evolved as a way to meet the needs of startups, but little is known about this evolution in the digital transformation scenario, whether they are adopting new practices, and how this can affect society.

Methodology / approach

This research has a descriptive purpose, with a qualitative approach, based on a systematic literature review. Based on secondary sources, it considers data collection through a bibliographic survey, with consultation of the SCOPUS and Web of Science databases.

Main results

Business incubators need to strengthen their capacities to continue attracting entrepreneurs, and their managers identify the need to use virtual environments, especially virtual incubators, which can be favored by digital technologies, especially cloud computing.

Theoretical / methodological contributions

There is a shortage of publications on virtual incubators, which are increasingly needed by managers. This study indicates the opening of new avenues of research for investigations that may involve the use of digital technologies in these structures.

Social / management contributions

The performance of virtual incubators tends to expand their reach in relation to their geographic area of operation, favoring regional and national development. It is also evident that virtual incubation can be a scalable source of revenue for their business models.

Keywords: Innovation, Business Incubator, Digital Transformation, Digital Technologies

EVOLUÇÃO TECNOLÓGICA DO PRODUTO RENEGOCIAÇÃO PARCELADO PJ – RELATO TÉCNICO DE UM INSTITUIÇÃO FINANCEIRA

TECHNOLOGICAL EVOLUTION OF THE PRODUCT RENEGOTIATION INSTALLMENT PJ - TECHNICAL REPORT OF A FINANCIAL INSTITUTION

GEOVANE SOARES GALVÃO JUNIOR - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
RENATO PENHA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
ELIDA CRISTINA DIAS CALHEIRA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
CELSO DANILO DA MOTA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES).

Objetivo do estudo

Apresentar a evolução de uma plataforma tecnológica de Renegociação de Operações de Crédito, destinado para clientes do segmento PJ, ofertado por uma IF de grande porte sediada no Brasil.

Relevância/originalidade

Atualização dos processos gerenciais e da plataforma tecnológica dos contratos financeiros de Renegociação de Operações de Crédito, de caráter inovativo na Instituição Financeira estudada.

Metodologia/abordagem

Este relato está estruturado sob a metodologia de pesquisa qualitativa, utilizando-se de entrevistas com pessoas de uma equipe responsável pela execução de projetos da área de Renegociação de Operações de Crédito da IF estudada.

Principais resultados

O uso de técnicas de mensuração da complexidade das estórias, como os Stories Points, passou a demonstrar uma maior visibilidade da composição da Sprint, executando estórias com maior possibilidade de conclusão.

Contribuições teóricas/metodológicas

A capacitação técnica e funcional mostrou-se como outro fator determinante para o sucesso da conclusão do projeto.

Contribuições sociais/para a gestão

Melhora na plataforma computacional com maior eficácia no tempo de processamento dos contratos, além de melhor do processo de controle e estimativa de user histories.

Palavras-chave: Evolução Tecnológica, Governança de Projetos, Renegociação de Operações de Crédito

Study purpose

Present an evolution of a technological platform for the Renegotiation of Credit Operations, aimed at clients in the corporate segment, offered by a large FI based in Brazil.

Relevance / originality

Updating of the management processes and the technological platform of the financial contracts for Renegotiation of Credit Operations, of an innovative nature in the Financial Institution studied.

Methodology / approach

This study is structured under the methodology of qualitative research, using interviews with people from a team responsible for executing projects in the area of Renegotiation of Credit Operations of the FI studied.

Main results

The use of techniques to measure the complexity of stories, such as Stories Points, started to demonstrate a greater visibility of the composition of the Sprint, executing stories with greater possibility of conclusion.

Theoretical / methodological contributions

Technical and functional training proved to be another determining factor for the successful completion of the project.

Social / management contributions

Improvement in the computational platform with greater efficiency in the processing time of contracts, as well as better in the process of control and estimation of user histories.

Keywords: Technological Evolution, Project Governance, Renegotiation of Credit Operations

FALTA DE ENGAJAMENTO ENTRE CIDADÃOS E GOVERNOS: UMA BARREIRA ENFRAQUECENDO A PARTICIPAÇÃO SOCIAL NAS ESTRATÉGIAS DE GOVERNANÇA DIGITAL NA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA BRASILEIRA

THE LACK OF ENGAGEMENT BETWEEN CITIZENS AND GOVERNMENTS: A BARRIER UNDERMINING SOCIAL PARTICIPATION IN BRAZILIAN PUBLIC ADMINISTRATION DIGITAL GOVERNANCE STRATEGIES

EDIMARA MEZZOMO LUCIANO - PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL (PUCRS)
FÁBIO PINHEIRO DOS SANTOS - PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL (PUCRS)
ROSIANE ALVES PALACIOS - PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL (PUCRS)
LILIANA DA SILVA BARCELLOS -

Agradecimento à orgão de fomento:

This study was financed in part by the Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Finance Code 001.

Objetivo do estudo

Este artigo visa identificar barreiras para a adoção de objetivos estratégicos relacionados à participação social na Administração Pública brasileira presentes na recém-lançada Política Brasileira de Governança Digital.

Relevância/originalidade

Os resultados obtidos podem servir como referência para a definição de estratégias que possam mitigar os efeitos das barreiras estruturais e culturais que influenciam a eficácia das práticas de governo d-governança no governo.

Metodologia/abordagem

Foi realizada uma pesquisa exploratória qualitativa através da análise de documentos e entrevistas semiestruturadas com gestores de TICs de organizações públicas.

Principais resultados

Um conjunto de 25 diferentes barreiras à participação social foi identificado e depois agrupado em quatro categorias, classificadas como barreiras estruturais ou culturais, de acordo com a literatura. Posteriormente, estas barreiras foram distribuídas em três dimensões (individual, organizacional e estratégica).

Contribuições teóricas/metodológicas

Os resultados permitiram discutir os resultados obtidos por Meijer (2015) and Melitski et al (2011) no cenário brasileiro. A falta de envolvimento dos cidadãos nas questões governamentais e a falta de iniciativas governamentais são as barreiras mais citadas.

Contribuições sociais/para a gestão

A principal contribuição aos profissionais é que os resultados podem contribuir para uma melhor compreensão dos aspectos que envolvem a adoção da d-governança através de agentes públicos.

Palavras-chave: Governança digital, e-participação, Participação social, Organizações Públicas, Barreiras

Study purpose

This article aims to identify barriers for the adoption of strategic goals related to social participation in the Brazilian Public Administration present in the recently launched Brazilian Digital Governance Policy.

Relevance / originality

The results obtained can serve as a reference for the definition of strategies that can mitigate the effects of structural and cultural barriers that influence the effectiveness of d-governance practices in government.

Methodology / approach

To this end, a qualitative exploratory research was conducted through document analysis and semi-structured interviews with ICT managers from public organizations.

Main results

A set of 25 different barriers for social participation was identified and then grouped into four categories, classified as structural or cultural barriers according to the literature. Posteriorly, these barriers were distributed in three dimensions (individual, organizational and strategic).

Theoretical / methodological contributions

The results made it possible to discuss the outcomes obtained by Meijer (2015) and Melitski et al (2011) in the Brazilian scenario. The lack of citizens' involvement in government issues and the lack of governmental initiatives are the most cited barriers.

Social / management contributions

The main contribution to practitioners is that the results may contribute to a better understanding of the aspects that involve the adoption of d-governance through public agents.

Keywords: Digital Governance, e-participation, Social participation, Public Organizations, Barriers

FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO NA GESTÃO DE PROJETOS DE TI CLOUD

CRITICAL SUCCESS FACTORS IN CLOUD PROJECT MANAGEMENT

SILVIA REGINA VERONEZI CORREIA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
CRISTINA DAI PRÁ MARTENS - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

O presente trabalho foi realizado com o apoio do CNPq e do Fundo de Apoio à Pesquisa – FAP/UNINOVE.

Objetivo do estudo

O objetivo deste estudo é analisar o conjunto de FCS em projetos de cloud computing por meio de uma pesquisa bibliográfica e criar pressupostos para futuras pesquisas empíricas sobre FCS no contexto cloud que constatem as reflexões elencadas.

Relevância/originalidade

Este estudo amplia a discussão sobre FCS focando no contexto específico da gestão de projetos em cloud computing, visto que há uma vasta literatura sobre FCS em projetos de TI e adoção cloud, mas escassos estudos sobre FCS em projetos de cloud.

Metodologia/abordagem

A abordagem utilizada para este estudo é o ensaio teórico que valoriza as reflexões dos autores sobre o tema abordado.

Principais resultados

Este estudo sinaliza que os principais FCS em projetos de cloud computing são: capacidade, competências, compromisso, comunicação, conhecimento e técnica, cultura, envolvimento, especialização, experiência, habilidades, liderança, soft skills.

Contribuições teóricas/metodológicas

Como contribuição teórica, este trabalho colabora com o campo de estudo do tema e abre caminhos para futuras pesquisas empíricas que podem utilizar os achados desta pesquisa.

Contribuições sociais/para a gestão

Este estudo sinaliza os gestores de projetos para que os projetos possam ser geridos de forma mais assertiva.

Palavras-chave: Gestão de Projetos , Fatores Críticos de Sucesso , Cloud Computing , FCS

Study purpose

The objective of this study is to analyze the set of FCS in cloud computing projects through a bibliographic research and create assumptions for future empirical research on FCS in the cloud context that confirm the listed reflections.

Relevance / originality

This study expands the discussion on FCS focusing on the specific context of project management in cloud computing, since there is a vast literature on FCS in IT projects and cloud adoption, but few studies on FCS in cloud projects.

Methodology / approach

The approach used for this study is the theoretical essay that values the authors' reflections on the topic addressed.

Main results

This study indicates that the main FCS in cloud computing projects are: capacity, skills, commitment, communication, knowledge and technique, culture, involvement, specialization, experience, skills, leadership, soft skills.

Theoretical / methodological contributions

As a theoretical contribution, this study collaborates with the field of study of the theme and opens the way for future empirical research that can use the findings of this research.

Social / management contributions

This study indicates project managers so that projects can be managed more assertively.

Keywords: Project Management, Critical Success Factors, Cloud Computing , CSF

FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO NA GOVERNANÇA EM GESTÃO DE PROJETOS COMPLEXOS

CRITICAL SUCCESS FACTORS IN GOVERNANCE IN COMPLEX PROJECT MANAGEMENT

JAIME BARTHOLOMEU FILHO - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Objetivo do estudo

Demonstrou-se que a obtenção de sucesso na implantação de projetos complexos passa por implantar uma gestão disruptiva na governança do projeto. A prática foi empregada em uma organização de grande porte no setor de óleo, gás e energia.

Relevância/originalidade

A abrangência geográfica, diversidade cultural organizacional, diferentes origens do capital, os diversos modelos de gestão operacional, além do nível de cobrança de resultados sugeriram a implantação de uma governança disruptiva (original) na governança, que ao invés de centralizada foi inclusiva e descentralizada

Metodologia/abordagem

Estudo de caso. Adotou-se o processo de Solução de Problemas Empresariais/Aproveitamento de Oportunidades (PSPE/AO), que contempla um roteiro com foco na solução de problemas (Marcondes et al , 2017) e, na metodologia utilizada em consultoria de planejamento de soluções organizacionais (Vandenbosch, 2003)

Principais resultados

Resultados principais: Aumento do nível de maturidade do parque termoeletrico de 2,1 para 3,3 (metodologia do IAM - Institute of Asset Management). Maior homogeneidade operacional e de maturidade dos processos entre as 19 usinas termoeletricas. Melhorias na ambiência organizacional.

Contribuições teóricas/metodológicas

Mostrou como a evolução no entendimento do sucesso de projetos é dependente da governança e propôs uma abordagem holística para o tema e no aprofundamento do conhecimento teórico como a governança é um fatores de sucesso dos projetos, motivando futuros estudos

Contribuições sociais/para a gestão

Produziu-se um modelo de governança em diversos níveis organizacionais com relações entre o modelo de governança de projetos, o sucesso em cada uma das etapas do desenvolvimento, os resultados obtidos e o desenvolvimento das competências das lideranças.

Palavras-chave: estratégia de governança, projetos complexos, gerenciamento de projetos, maturidade de processos

Study purpose

It has been shown that achieving success in the implementation of complex projects involves implementing disruptive management in project governance. The practice was employed in a large organization in the oil, gas and energy sector.

Relevance / originality

The geographic scope, organizational cultural diversity, different origins of capital, different operational management models, in addition to the level of collection of results suggested the implementation of a disruptive (original) governance in governance, which instead of being centralized was inclusive and decentralized.

Methodology / approach

Case study. The process of Solving Business Problems/Seizing Opportunities (PSPE/AO) was adopted, which includes a roadmap focused on problem solving (Marcondes et al , 2017) and, in the methodology used in planning consultancy of organizational solutions (Vandenbosch, 2003)

Main results

Main results: Increase in the maturity level of the thermoelectric plant from 2.1 to 3.3 (IAM - Institute of Asset Management methodology). Greater operational homogeneity and maturity of the processes among the 19 thermoelectric plants. Improved organizational environment.

Theoretical / methodological contributions

It showed how the evolution in the understanding of project success is dependent on governance and proposed a holistic approach to the topic and in the deepening of theoretical knowledge as governance is a success factor of projects, motivating future studies

Social / management contributions

A governance model was produced at different organizational levels with relationships between the project governance model, the success in each of the development stages, the results obtained and the development of leadership skills.

Keywords: governance strategic, complex projects, project management, process maturity

FERRAMENTAS DE GESTÃO DA QUALIDADE NAS ESTRATÉGIAS ORGANIZACIONAIS

QUALITY MANAGEMENT TOOLS IN ORGANIZATIONAL STRATEGIES

MARCOS ANTONIO MAIA LAVIO DE OLIVEIRA - FACULDADE DE TECNOLOGIA FATEC BRAGANÇA PAULISTA

LUCIANA MAIA LAVIO OLIVEIRA -

RAIMUNDO DONIZETE DE CAMARGO - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Resumo

Dentre as diversas estratégias que as organizações adotam, o foco na qualidade dos serviços prestados e nos processos produtivos, devem ser tratados de acordo com as reais necessidades das empresas, alinhadas com as respectivas características organizacionais. O uso adequado das ferramentas, possibilitam reduções de custos, tempo no processo produtivo, prazos atendidos, tendo em vista as exigências cada vez maiores do mercado consumidor.

Palavras-chave: Ferramentas de gestão, estratégias organizacionais, qualidade, organizações

Abstract

Among the different strategies that organizations adopt, the focus on the quality of the services provided and on the production processes must be treated according to the real needs of the companies, aligned with the respective organizational characteristics. The proper use of tools enables cost reductions, time in the production process, deadlines met, in view of the increasing demands of the consumer market.

Keywords: Management tools, organizational strategies, quality, organizations

FERRAMENTAS DE MONITORAMENTO WEARABLE DURANTE A GESTAÇÃO: A PROPOSTA DE UMA REDE BASEADA EM VALOR

WEARABLE MONITORING TOOLS DURING PREGNANCY: THE PROPOSAL OF A VALUE-BASED NETWORK

ALLISSON JONATHAN MARQUES DA SILVA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
CRISTIANE DREBES PEDRON - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES)

Objetivo do estudo

Este artigo tem como objetivo mapear quais são os aspectos que motivam o uso desses wearables de monitoramento tanto por parte dos pacientes quanto dos profissionais da saúde.

Relevância/originalidade

O monitoramento da saúde da gestante, principalmente em gestações de risco, é uma das principais formas de diminuir a mortalidade gestacional. Existem muitas vantagens associadas ao uso de tecnologias wearables de monitoramento, mas a resistência a seu uso ainda é problema.

Metodologia/abordagem

Para o levantamento de dados foram realizadas entrevistas semiestruturadas usando o método do Value-Focused Thinking para a construção de uma rede de valores.

Principais resultados

Através do cruzamentos de dados das entrevistas semiestruturadas foi disponibilizando um framework com 26 Objetivos Meios utilizados para alcançar 3 Objetivos Fins que consistem em Maximizar a Qualidade do Pré-Natal, Minimizar Mortes e Minimizar Custos do Sistema de Saúde.

Contribuições teóricas/metodológicas

Esse artigo poderá ser utilizado como referência para a utilização do método Value-Focused Thinking, evoluindo para outros estudos relacionados a área da saúde ou instanciações em outras áreas.

Contribuições sociais/para a gestão

Esse framework poderá ser utilizado por stakeholders do sistema de saúde, sejam pesquisadores, desenvolvedores de tecnologias, profissionais de saúde, formuladores de políticas de saúde, convênios médicos, entre outros.

Palavras-chave: Wearables, Monitoramento, Gestação, Saúde Gestacional, Value-Focused-Thinking

Study purpose

This article aims to map the aspects that motivate the use of these monitoring wearables by both patients and health professionals.

Relevance / originality

Monitoring the health of pregnant women, especially in high-risk pregnancies, is one of the main ways to reduce gestational mortality. There are many advantages associated with using wearable monitoring technologies, but resistance to their use is still an issue.

Methodology / approach

For data collection, semi-structured interviews were carried out using the Value-Focused Thinking method to build a network of values.

Main results

Through the crossing of data from the semi-structured interviews, a framework was made available with 26 Objectives Means used to achieve 3 Objectives, which consist of Maximizing the Quality of Prenatal Care, Minimizing Deaths and Minimizing Health System Costs.

Theoretical / methodological contributions

This article can be used as a reference for the use of the Value-Focused Thinking method, evolving into other studies related to the health area or instantiations in other areas.

Social / management contributions

This framework can be used by stakeholders of the health system, whether researchers, technology developers, health professionals, health policy makers, medical insurance, among others.

Keywords: Wearables, Monitoring, Pregnancy, Gestational Health, Value-Focused-Thinking

FOLGA DE RECURSOS ORGANIZACIONAIS: UMA REVISÃO DA LITERATURA ESTENDIDA À EXPLOITATION OU EXPLORATION

SLACK OF ORGANIZATIONAL RESOURCES: A LITERATURE REVIEW EXTENDED TO EXPLOITATION OR EXPLORATION

SIMONE CESAR DA SILVA VICENTE - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Objetivo do estudo

Este estudo tem como objetivo analisar a literatura sobre folga de recursos organizacionais e sua relação com as atividades de exploration e exploitation.

Relevância/originalidade

Há carência de estudos que analisem a folga de recurso em contextos de decisões estratégicas, em essência sobre exploitation e exploration. A relação direta entre estes construtos trouxe contribuições relevantes para teoria e para gestão frente a folga de recursos.

Metodologia/abordagem

Para realizar esta revisão da literatura, busquei, nas bases de dados Web of Science e Scopus, artigos que trataram esta relação. Os 14 artigos analisados permitiram propor um arcabouço teórico, sobre os motivadores, antecedentes e a decisão em explorar ou explorar.

Principais resultados

Os resultados mostraram que existem formas diferentes de identificar as atividades de exploration (inovações radicais), e exploitation (inovações incrementais) Os antecessores que estão relacionados aos fatores ambientais e organizacionais são insuficientes para determinar a tomada de decisão.

Contribuições teóricas/metodológicas

A pesquisa resultou em um mapa teórico que engloba os fatores tradicionais encontrados na literatura e a inclusão de novos fatores fundamentais que influenciam as tomadas de decisões em explorar ou explorar frente a folga de recursos.

Contribuições sociais/para a gestão

Os elementos encontrados nos fatores organizacionais e ambientais não são suficientes para responder as estratégias das empresas. A inclusão dos fatores comportamentais foram inclusos como fundamentais para estratégias organizacionais. Estes fatores podem auxiliar os decisões a compreender o que motiva a decisão.

Palavras-chave: Folga de Recursos, Exploration, Exploitation, Estratégia

Study purpose

This study aims to analyze the literature on organizational resources slack and its relationship with exploration and exploitation activities.

Relevance / originality

There is a lack of studies that analyze the resource slack in the context of strategic decisions, in essence on exploitation and exploration. The direct relationship between these constructs has brought relevant contributions to theory and management in the slack resource.

Methodology / approach

To carry out this literature review, I searched the Web of Science and Scopus databases for articles that addressed this relationship. The 14 articles analyzed allowed us to propose a theoretical framework, on the motivators, antecedents and decision to explore or exploit.

Main results

The results showed that there are different ways of identifying exploration (radical innovations) and exploitation (incremental innovations) activities. The predecessors that are related to environmental and organizational factors are insufficient to determine decision making.

Theoretical / methodological contributions

The research resulted in a theoretical map that encompasses the traditional factors found in the literature and the inclusion of new fundamental factors that influence decision-making to exploit or explore in the face of resource slack.

Social / management contributions

The elements found in the organizational and environmental factors are not enough to answer the companies' strategies. The inclusion of behavioral factors were included as fundamental for organizational strategies. These factors can help decision-makers understand what motivates the decision.

Keywords: Slack Resource, Exploration, Exploitation, Strategic

FSC MOTIVAÇÕES, BENEFÍCIOS E DESAFIOS: REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA

FSC MOTIVATION, BENEFITS AND CHALLENGES: A SYSTEMATIC REVIEW

CAMILA FAGUNDES - UNIVERSIDADE FEEVALE
DUSAN SCHREIBER - UNIVERSIDADE FEEVALE
MOEMA PEREIRA NUNES -
MARIA EDUARDA FERNANDES -

Agradecimento à órgão de fomento:

A Capes por fornecer uma bolsa de doutorado.

Objetivo do estudo

Identificar a principal motivação, bem como os benefícios e desafios sociais, econômicos da certificação FSC ao redor do mundo.

Relevância/originalidade

Estudos individuais focam em casos diferentes, utilizam metodologias diferentes e podem até apresentar resultados diferentes. A leitura isolada torna-se demorada e cansativa para gestores e profissionais que correm o risco de serem influenciados por um ou mais estudos.

Metodologia/abordagem

Revisão sistemática da literatura com abordagem qualitativa e quantitativa.

Principais resultados

Diversas motivação para adotar o FSC foram encontrados. Com relação aos benefícios citam-se: novos mercados, lucratividade, melhorias de imagem, preço premium, segurança e saúde de colaboradores e também aumento da conscientização ambiental dos funcionários.

Contribuições teóricas/metodológicas

Como principais contribuições teóricas tem-se a união de vários estudos sobre o FSC em apenas um, contribuindo para o avanço das pesquisas a partir daqui.

Contribuições sociais/para a gestão

Este estudo demonstra os resultados encontrados em diversos casos, proporcionando a partir daqui, o avanço do conhecimento sobre certificação, seja através da definição de políticas para superar os desafios ou mesmo estratégias para potencializar os benefícios.

Palavras-chave: Forest Stewardship Council (FSC); , Revisão Sistemática da Literatura, Motivação, Benefícios, Desafios

Study purpose

Identify the main motivation as well as social, economic benefits and challenges of the FSC certification around the world.

Relevance / originality

individual studies focus on different cases, use different methodologies and may even present different results or conclusions Isolated reading becomes painful and tiring for most managers and professionals who are at risk of being influenced by one or more studies.

Methodology / approach

Systematic review of the literature with qualitative and quantitative approach.

Main results

Signaling, market, legal, moral and learning are the motivation do adopt the FSC A variety of social and economic benefits are felt, for example: new markets, profitability, image improvements, price premium, safety and healthcare, also environmental awareness increase of employees.

Theoretical / methodological contributions

As main theoretical contributions, it is the union of several studies on the FSC into just one, contributing to the advancement of research from here.

Social / management contributions

As main contributions, this study demonstrates the results found in several cases around the globe, providing from here, the advancement of knowledge about certification, either through the definition of policies to overcome the challenges or even strategies to enhance the benefits.

Keywords: Forest Stewardship Council (FSC); , Systematic Literature Review; , Motivation, Benefits, Challenges

GERENCIAMENTO DE LIÇÕES APRENDIDAS EM UM ESCRITÓRIO DE PROJETOS E PROCESSOS: UM ESTUDO DE CASO EM UMA EMPRESA DE SOLDA

MANAGING LESSONS LEARNED IN A PROJECT AND PROCESSES OFFICE: A CASE STUDY IN A WELDING COMPANY

BEATRIZ SOARES GOMES - UFF - UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
FERNANDO AUGUSTO ULLMANN TÖBE - UFF - UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
MOACYR AMARAL DOMINGUES FIGUEIREDO -

Objetivo do estudo

O objetivo deste artigo é propor um modelo de aplicação de lições aprendidas para o Escritório de Projetos e Processos de uma empresa de solda localizada em Petrópolis-RJ.

Relevância/originalidade

Compreender acertos e erros dentro de uma organização é primordial. Da mesma forma, faz-se necessário armazenar tais sucessos e falhas e compartilhá-los, seja para ampliação de boas práticas, ou prevenção de novos desvios.

Metodologia/abordagem

Quanto a sua natureza, o presente estudo é classificado como aplicado. Já quanto aos objetivos, possui caráter exploratório. Em relação à abordagem, possui características qualitativas e, quanto ao método, classifica-se como um estudo de caso.

Principais resultados

Foi possível identificar métodos de lições aprendidas disponíveis na literatura. Pelo estudo de caso, foram definidos procedimentos para auxiliar uma empresa de solda a gerenciar as lições aprendidas obtidas ao longo dos projetos realizados na instituição.

Contribuições teóricas/metodológicas

Por meio da revisão de literatura, foi possível compreender a gestão do conhecimento e realizar a identificação das principais metodologias de lições aprendidas disponíveis e como desenvolver suas aplicações.

Contribuições sociais/para a gestão

No estudo de caso, através de critérios de avaliação, foi definida a utilização do método de retrospectivas para coleta de lições aprendidas. Unido a um processo para o desenvolvimento destas lições, foi elaborado um roteiro de implantação em uma empresa de solda.

Palavras-chave: Lições Aprendidas, Métodos de Lições Aprendidas, Gestão de Projetos, Gestão do Conhecimento.

Study purpose

The objective of this paper is to propose a model for applying lessons learned to the Projects and Processes Office of a welding company located in Petrópolis-RJ.

Relevance / originality

Understanding successes and mistakes within an organization are essential. In the same way, it is necessary to store such successes and failures and share them, either for the expansion of good practices, or to prevent new misapplications.

Methodology / approach

As to its nature, the present study is classified as applied. As to the objectives, it has an exploratory characteristic. In relation to the approach, it has qualitative characteristics and, as to the method, it is classified as a case study.

Main results

It was possible to identify methods of lessons learned available in the literature. Through the case study, procedures were defined to help a welding company to manage the lessons learned throughout the projects carried out in the institution.

Theoretical / methodological contributions

The literature review allowed it to understand knowledge management and to identify the main lessons learned methodologies available and how to develop their applications.

Social / management contributions

Regarding the case study, through evaluation criteria, the use of the retrospective method was defined to gather lessons learned. Along with a process for developing these lessons, it was developed an implementation guide in a welding company.

Keywords: Lessons learned, Lessons learned methods, Project management, Knowledge management.

GERENCIAMENTO DE MUDANÇAS EM AMBIENTES DE PROJETOS

CHANGE MANAGEMENT IN PROJECT ENVIRONMENT

MAURO STIPKOVIC DELLATORRE - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
VLAMIR FERNANDES DA SILVA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

Fundo de Apoio à Pesquisa - FAP UNINOVE, FAP UNINOVE, Brasil

Objetivo do estudo

Observar a maturidade de tecnologia da informação (TI) para o processo de gerenciamento de incidentes (IM) em gerenciamento de projetos que mescla as práticas mais conhecidas das estruturas de TI.

Relevância/originalidade

Ajudar as organizações a superar as limitações atuais de implementação de multi quadros.

Metodologia/abordagem

Relato técnico

Principais resultados

Observa-se que o uso das proposta sugeridas nesse estudo melhora a cultura organizacional, mantendo um aprendizado contínuo.

Contribuições teóricas/metodológicas

Validação da aplicação do ITIL na maturidade de projetos da tecnologia da informação.

Contribuições sociais/para a gestão

Observação da utilização do ITIL como potencializador na maturidade de projetos da tecnologia da informação.

Palavras-chave: gestão de problemas, serviços de TI , ITIL

Study purpose

Observe the information technology (IT) maturity for incident management (IM) process in project management that merges best-known practices from IT frameworks

Relevance / originality

help organizations overcome current multi-frame implementation limitations.

Methodology / approach

technical report

Main results

Observed that the use of the proposals suggested in this study improves the organizational culture, maintaining continuous learning.

Theoretical / methodological contributions

Validation of the application of ITIL in the maturity of information technology projects.

Social / management contributions

Observation of the use of ITIL as a potentiator in the maturity of information technology projects.

Keywords: problem management, IT Services, ITIL

GERENCIAMENTO DOS RISCOS NAS AQUISIÇÕES DE MATERIAIS PARA PROJETOS DE BENS DE CAPITAL SOB ENCOMENDA

RISK MANAGEMENT IN PROCUREMENT OF GOODS FOR MADE TO ORDER CAPITAL PROJECTS

ARMANDO CARDOSO CAVALCANTE - PECEGE- ESALQ/USP
ENISE ARAGÃO DOS SANTOS - PECEGE- ESALQ/USP

Objetivo do estudo

Propor uma metodologia para a seleção de fornecedores que possa contribuir para a minimização dos riscos nas aquisições de materiais para projetos de bens de capital sob encomenda.

Relevância/originalidade

O gerenciamento das aquisições tem sido considerada uma das principais Áreas de Conhecimento dentro das organizações e a correta seleção de fornecedores, aliada ao gerenciamento dos riscos e ao monitoramento das etapas do fornecimento são pontos essenciais para sucesso de um projeto.

Metodologia/abordagem

Para a construção do modelo de seleção de fornecedores, os dados foram coletados através de pesquisas aplicadas em uma empresa atuante nos segmentos de cimento e mineração e em seguida classificados de acordo com as probabilidades de ocorrência.

Principais resultados

O modelo proposto utiliza-se da multiplicação de notas atribuídas aos riscos pelo peso de seus impactos, onde o fornecedor que obteve o menor valor resultante da soma destas multiplicações é considerado a melhor sugestão de escolha que minimizará os riscos na aquisição.

Contribuições teóricas/metodológicas

Buscou-se com este trabalho contribuir para a evolução e incremento de literaturas relacionadas à seleção de fornecedores e ao gerenciamento de riscos nas aquisições de materiais.

Contribuições sociais/para a gestão

Espera-se que a utilização da metodologia proposta, aliada a ações de monitoramento e controle, possa garantir uma maior eficiência nos resultados esperados durante e após um fornecimento de materiais para projetos de bens de capital sob encomenda, minimizando os riscos nas aquisições.

Palavras-chave: Gestão de projetos, Seleção de fornecedores, Probabilidade, Impacto, Monitoramento

Study purpose

To propose a methodology for selection of suppliers that can contribute to minimize risks in acquisition of goods for made to order capital projects.

Relevance / originality

Procurement management has been considered as one of the main Knowledge Areas within organizations and the correct selection of suppliers, combined to risk management and monitoring of supply phases are key points for the success of a project.

Methodology / approach

In order to construct a model for selection of suppliers, a research was applied to a cement and mining company to collected data which were then classified according to probabilities of occurrence.

Main results

The proposed model uses the multiplication of scores attributed to risks by weight of their impacts, where the supplier that obtained the lowest score resulted from the sum of these multiplications is considered as the best suggestion that will minimize the risks.

Theoretical / methodological contributions

With this work, was looked contributing to the evolution and increase of literature related to selection of suppliers and risk management in the acquisition of goods.

Social / management contributions

It is expected that uses of proposed methodology, combined to monitoring and control actions, may guarantee a better efficiency in expected results during and after a supply of goods for made to order capital projects, minimizing risks in acquisitions.

Keywords: Project management, Supplier selection, Probability, Impact, Monitoring

GESTÃO DA COMUNICAÇÃO EM PROJETOS: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA BRASILEIRA

COMMUNICATION MANAGEMENT IN PROJECTS: A SYSTEMATIC REVIEW OF BRAZILIAN LITERATURE

PATRICIA URRUSELQUI TÀRCIA - PECEGE- ESALQ/USP

FABRICIO MARTINS LACERDA - UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PARANÁ - UNESPAR - CAMPUS APUCARANA

Objetivo do estudo

A comunicação é importante para integrar membros da equipe e garantir que o resultado entregue seja aquele especificado de acordo com o desejo do cliente Nesse sentido, o objetivo foi mapear as práticas da gestão das comunicações em projetos, nas publicações brasileiras.

Relevância/originalidade

A gestão das comunicações é uma das áreas de conhecimento do PMBOK, o guia do PMI para gestão de projetos Uma comunicação bem planejada ajuda nas diversas etapas do projeto favorecendo o alinhamento, a integração e contribuindo para o sucesso da entrega.

Metodologia/abordagem

Foi realizada uma revisão sistemática de estudos publicados nas bases da CAPES, SPELL e banco de teses USP. Foram pesquisadas as palavras “projeto” ou “projetos” e “comunicação” no título, resumo ou palavra-chave para mapear artigos de interesse publicados entre 2010 e 2022.

Principais resultados

Foram destacadas as habilidades e a visão dos gestores de projetos sobre o tema e fatores que favorecem e prejudicam a comunicação.

Contribuições teóricas/metodológicas

Foi mapeado um conjunto de informações relativas à tarefa da gestão das comunicações sob a ótica da prática e da funcionalidade que visa auxiliar as organizações na condução dos projetos. Baseando-se nos resultados observados, foi proposto um modelo de plano de comunicação.

Contribuições sociais/para a gestão

O plano de comunicação proposto foi baseado em observações práticas e funcionais contidas nos artigos selecionados e, por isso, contribui diretamente para a gestão de projetos nas empresas.

Palavras-chave: Gerente de Projetos, Sucesso em Projetos, Plano de Comunicação

Study purpose

Communication is important to integrate team members and ensure that the result delivered is the one specified according to the client's wishes. In this sense, the objective was to map the practices of communication management in projects, in Brazilian publications.

Relevance / originality

Communications management is one of the knowledge areas of PMBOK, PMI's guide to project management. A well-planned communication helps in the different stages of the project, favoring alignment, integration and contributing to the success of the delivery.

Methodology / approach

A systematic review of studies published in the CAPES, SPELL and USP theses databases was carried out. The words “project” or “projects” and “communication” in the title, abstract or keyword were searched to map articles of interest published between 2010 and 2022.

Main results

The skills and vision of project managers on the subject and factors that favor and hinder communication were highlighted.

Theoretical / methodological contributions

A set of information related to the task of managing communications was mapped from the perspective of practice and functionality that aims to assist organizations in carrying out projects. Based on the observed results, a communication plan model was proposed.

Social / management contributions

The proposed communication plan was based on practical and functional observations contained in the selected articles and, therefore, directly contributes to the management of projects in companies.

Keywords: Project Manager, Success in Projects, Communication Plan

GESTÃO DA PERMANÊNCIA COMO ESTRATÉGIA DAS IES BRASILEIRAS PARA ENFRENTAR A EVASÃO DE ALUNOS E OS IMPACTOS FINANCEIROS CAUSADOS PELA PANDEMIA DA COVID-19

PERMANENCE MANAGEMENT AS A STRATEGY FOR BRAZILIAN HEIS TO FACE STUDENT DROPOUT AND THE FINANCIAL IMPACTS CAUSED BY THE COVID-19 PANDEMIC

JULIANE MAIRA BENTO - FUNDAÇÃO PEDRO LEOPOLDO (FPL)
ELOÍSA HELENA RODRIGUES GUIMARÃES - FUNDAÇÃO PEDRO LEOPOLDO (FPL)
ROBERTA MURIEL CARDOSO - FUNDAÇÃO PEDRO LEOPOLDO (FPL)
CELSON PANTOJA LIMA - UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DO PARÁ

Objetivo do estudo

Analisar as estratégias de Gestão da Permanência adotadas pelas IES brasileiras para enfrentar os desafios da evasão de alunos e impactos financeiros causados pela pandemia da Covid-19.

Relevância/originalidade

A Gestão da Permanência é um tema recente e esta pesquisa foi realizado com 20 IES privadas de todas as regiões permitindo obter uma visão geral sobre as estratégias aplicadas para enfrentar os impactos da evasão de alunos durante a crise.

Metodologia/abordagem

Estudo descritivo, abordagem qualitativa fenomenológica, realizado por meio de estudo de casos múltiplos. Os dados foram coletados utilizando questionário eletrônico e tratados empregando técnicas analíticas, análise de conteúdo e de exposição de dados.

Principais resultados

A pesquisa identificou que as principais estratégias de Gestão da Permanência adotadas pelas IES para enfrentar os desafios da evasão de alunos e impactos financeiros durante a pandemia da Covid-19 foram: aplicação de descontos especiais e o atendimento pedagógico individualizado aos alunos.

Contribuições teóricas/metodológicas

Os resultados obtidos a partir do estudo de caso contribuíram para comprovar a importância da implementação da Gestão da Permanência como estratégia de controle dos impactos da evasão de alunos nas IES em períodos de crise.

Contribuições sociais/para a gestão

O estudo mostrou que ainda existem gestores que não possuem conhecimento sobre modelos/estratégias de Gestão da Permanência e contribuiu para disseminar a importância da implementação desses programas a fim de auxiliar na sustentabilidade da IES.

Palavras-chave: Gestão da Permanência, Evasão de alunos, Instituições de Educação Superior, Impactos Financeiros, COVID-19

Study purpose

To analyze the Permanence Management strategies adopted by Brazilian HEIs to face the challenges of student dropout and financial impacts caused by the Covid-19 pandemic.

Relevance / originality

Permanence Management is a recent topic and this research was carried out with 20 private HEIs from all regions, allowing an overview of the strategies applied to face the impacts of student dropout during the crisis

Methodology / approach

Descriptive study, qualitative phenomenological approach, carried out through a multiple case study. Data were collected using an electronic questionnaire and treated using analytical techniques, content analysis and data exposure

Main results

The research identified that the main Permanence Management strategies adopted by HEIs to face the challenges of student dropout and financial impacts during the Covid-19 pandemic were: application of special discounts and individualized pedagogical service to students.

Theoretical / methodological contributions

The results obtained from the case study contributed to prove the importance of implementing Permanence Management as a strategy to control the impacts of student dropout at HEIs in periods of crisis.

Social / management contributions

The study showed that there are still managers who do not have knowledge about models/strategies of Permanence Management and contributed to disseminating the importance of implementing these programs in order to assist in the sustainability of the HEI.

Keywords: Managing Permanence, Students dropout, Higher Education Institutions, Financial Impacts, COVID-19

GESTÃO DA PRODUÇÃO: PLANEJAMENTO DA PRODUÇÃO EM INDÚSTRIA DO SETOR METALMECÂNICO PARA APRIMORAMENTO DOS PROCESSOS PRODUTIVOS

PRODUCTION MANAGEMENT: PRODUCTION PLANNING IN THE METAL-MECHANIC INDUSTRY TO IMPROVE PRODUCTION PROCESSES

WELITON PESSOA SANTOS -
BRENO EUSTÁQUIO DA SILVA - INSTITUTO ENSINAR BRASIL - REDE DOCTUM
LUZIA NUNES DOS SANTOS - INSTITUTO ENSINAR BRASIL - REDE DOCTUM
ANA PAULA COTA MOREIRA - REDE DE ENSINO DOCTUM

Objetivo do estudo

Investigar falhas/lacunas no planejamento de produção; pesquisar, entre os vários modelos de gestão, o que melhor se adequa como resposta às necessidades do planejamento da produção da organização pesquisada e, por fim, propôs alterações sanar desvios através da metodologia PDCA.

Relevância/originalidade

O tema pesquisado permite que a empresa progrida nos quesitos de qualidade e confiabilidade de fornecimento em relação a seus clientes, atingindo, assim, seus objetivos estratégicos organizacionais.

Metodologia/abordagem

Pesquisa aplicada, com abordagem qualitativa, pesquisa bibliográfica e documental que propiciaram o estudo sobre o planejamento da produção na indústria metal mecânica, como também conhecer as peculiaridades que envolvem a produção por jobbing com aplicação das ferramentas PDCA e 5W2H.

Principais resultados

O mapeamento do processo produtivo permitiu identificar algumas falhas como dificuldade de se visualizar o lead-time dos pedidos; processos lentos e dispendiosos; desgaste no processo de replanejamento e baixa eficiência no controle de produção. Para todas as falhas foram propostas correções.

Contribuições teóricas/metodológicas

A pesquisa sustentou-se em conceitos sobre sistemas de Gestão da Qualidade Total (GQT), considerando-se seus métodos e ferramentas Dessa forma, com a correção das falhas encontradas esperam-se maiores ganhos em produtividade, redução dos custos variáveis e rapidez de entrega dos produtos.

Contribuições sociais/para a gestão

O emprego da ferramenta de gestão ciclo de PDCA permitiu sugerir ações corretivas as falhas encontradas, a partir do melhor aproveitamento do ERP já existente na empresa, com o incremento de hardwares e softwares que possam potencializar a automação dos processos.

Palavras-chave: Gestão da Qualidade Total, PDCA, 5W2H, Planejamento da Produção

Study purpose

Investigate failures/gaps in production planning; research, among the various management models, which best fits in response to the needs of production planning of the researched organization and, finally, proposed changes to remedy deviations through the PDCA methodology.

Relevance / originality

The researched theme allows the company to progress in terms of quality and reliability of supply in relation to its customers, thus achieving its strategic organizational objectives.

Methodology / approach

Applied research, with a qualitative approach, bibliographic and documentary research that provided the study on production planning in the metalworking industry, as well as knowing the peculiarities that involve the production by jobbing with the application of PDCA and 5W2H tools.

Main results

The mapping of the production process made it possible to identify some flaws such as the difficulty in visualizing the lead-time of orders; slow and costly processes; wear in the replanning process and low efficiency in production control.

Theoretical / methodological contributions

The research was based on concepts of Total Quality Management (TQM) systems, considering their methods and tools. Thus, with the correction of the flaws found, greater gains in productivity, reduction of variable costs and speed of delivery are expected of the products.

Social / management contributions

The PDCA cycle management tool allowed us to suggest corrective actions for the failures found, from the best use of the ERP already existing in the company, with the increase of hardware and software that can enhance the automation of processes.

Keywords: Total Quality Management, PDCA, 5W2H, Production Planning

GESTÃO DE ESTOQUES: UM ESTUDO DE CASO EM UMA EMPRESA PRESTADORA DE SERVIÇOS PARA A INDÚSTRIA DE ÓLEO E GÁS

*INVENTORY MANAGEMENT: A CASE STUDY IN A SERVICE PROVIDER FOR THE OIL
AND GAS INDUSTRIES*

YANKO RICHA LESSA - UNILASALLE
YANNA CAROLINA DA S. PEREIRA - UNILASALLE
MARCELO ARESE - UFF - UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
DIANA GRAVANO DA SILVA - UNILASALLE

Objetivo do estudo

O objetivo deste trabalho é analisar e propor melhorias na eficiência do cumprimento da programação semanal de manutenção.

Relevância/originalidade

Esse artigo possui relevância por servir de base para outros estudos e implementações relativas a gestão de estoque na área abordada e outras áreas correlacionadas.

Metodologia/abordagem

Como base para estudo foi utilizado a metodologia DMAIC para melhoria do processo de gestão de materiais e de estoque e projetando o controle da melhoria por um prazo de um ano para alcançar a meta esperada.

Principais resultados

Serão realizadas 6 ações propostas e dentre elas uma ação de implementação imediata, a qual gerará um aumento esperado de 20% da média nas quatro semanas consecutivas às do estudo inicial, evidenciando a efetividade do método aplicado.

Contribuições teóricas/metodológicas

Analisar todo o processo do setor de suprimentos e de manutenção e propor uma melhoria utilizando as ferramentas do método DMAIC juntamente com a filosofia do método Lean Manufacturing, com o objetivo de reduzir os desperdícios e aumentar a eficiência.

Contribuições sociais/para a gestão

Implementação de melhorias para a gestão, contribuindo para a redução de custos, diminuindo retrabalho e desperdícios, gerando também maior capacitação aos trabalhadores através de treinamento especializado voltado à gestão de materiais.

Palavras-chave: óleo e gás, inventário, manutenção, DMAIC

Study purpose

The study goal of this work is to analyze and propose improvements in the efficiency of compliance with the weekly maintenance schedule.

Relevance / originality

This article is relevant because it serves as a basis for other studies and implementations related to inventory management in the area covered and other correlated areas.

Methodology / approach

As a basis for the study, the DMAIC methodology was used to improve the materials and inventory management process and designing the improvement control for a period of one year to achieve the expected goal.

Main results

Six proposed actions will be carried out and among them an action of immediate implementation, which will generate an expected increase of 20% of the average in the four consecutive weeks of the initial study, evidencing the effectiveness of the applied method.

Theoretical / methodological contributions

Analyze the entire process of the supply and maintenance sector and propose an improvement using the tools of the DMAIC method together with the philosophy of the Lean Manufacturing method, with the objective of reducing waste and increasing efficiency.

Social / management contributions

Implementation of management improvements, contributing to cost reduction, reducing rework and waste, also generating greater training for workers through specialized training focused on materials management.

Keywords: oil and gas, inventory, maintenance, DMAIC

GESTÃO DE PESSOAS E PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO: EVIDENCIAÇÃO A PARTIR DAS PRÁTICAS REALIZADAS EM UM SUPERMERCADO

PEOPLE MANAGEMENT AND STRATEGIC PLANNING: EVIDENCE FROM THE PRACTICES CARRIED OUT IN A SUPERMARKET

LEANDRO RODRIGUES DE OLIVEIRA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
MARCOS GERLANDE DE FIGUEREIDO -

Objetivo do estudo

analisar a importância da gestão de pessoas para as organizações, a partir da compreensão dos seus possíveis impactos no desempenho das ações a serem executadas decorrentes do planejamento estratégico

Relevância/originalidade

Embora seja um artigo descritivo, indica as evidências que confirmam a relação entre gestão de pessoas e planejamento estratégico.

Metodologia/abordagem

O método utilizado foi a pesquisa exploratória e descritiva aplicada em um supermercado, realizada por meio de questionário semiestruturado com colaboradores e gestores e, ainda, entrevista com o proprietário a fim de capturar as percepções a respeito do planejamento estratégico.

Principais resultados

afirma-se existir evidências que confirmam a relação direta entre gestão de pessoas e planejamento estratégico, a qual se verifica a partir compreensão da relevância da gestão de pessoas para o planejamento estratégico anunciada pela maioria dos respondentes.

Contribuições teóricas/metodológicas

Este estudo fundamenta-se na capacidade de obter dados descritivos a respeito de pessoas e lugares, através da interação direta do pesquisador com a problemática estudada, buscamos a compreensão dos fenômenos na relação direta com os participantes no seu ambiente cotidiano.

Contribuições sociais/para a gestão

Oportunizar aos gestores, colaboradores e sociedade em geral um estudo empírico sobre os impactos da gestão de pessoas nos resultados do planejamento estratégico das organizações, enfatizando a importância da estratégia nas práticas voltadas às pessoas pertencentes as organizações empresariais.

Palavras-chave: Gestão de pessoas, Comportamento Organizacional, Evidências práticas em organização, Planejamento Estratégico, Desempenho Organizacional

Study purpose

analyze the importance of people management for organizations, based on the understanding of its possible impacts on the performance of actions to be carried out resulting from strategic planning.

Relevance / originality

Although it is a descriptive article, it indicates the evidence that confirms the relationship between people management and strategic planning.

Methodology / approach

The method used was exploratory and descriptive research applied in a supermarket, carried out through a semi-structured questionnaire with employees and managers, and also an interview with the owner in order to capture perceptions about strategic planning.

Main results

there is evidence that confirms the direct relationship between people management and strategic planning, which is verified from the understanding of the relevance of people management for strategic planning announced by most respondents.

Theoretical / methodological contributions

This study is based on the ability to obtain descriptive data about people and places, through the researcher's direct interaction with the studied problem, we seek to understand the phenomena in the direct relationship with the participants in their daily environment.

Social / management contributions

Provide managers, employees and society in general with an empirical study on the impacts of people management on the results of strategic planning in organizations, emphasizing the importance of strategy in practices aimed at people belonging to business organizations.

Keywords: People Management, Organizational behavior, Practical evidence in organization, Strategic planning, Organizational Performance

GESTÃO DE PORTFOLIO DE PROJETOS EM EMPRESAS DE VAREJO: UMA PROPOSIÇÃO DE MODELO

PROJECT PORTFOLIO MANAGEMENT IN RETAIL COMPANIES: FRAMEWORK PROPOSITION

SILVIO CESAR ALVES TEIXEIRA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
CRISTIANE DREBES PEDRON - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

Objetivo do estudo

Mapear os elementos presentes na literatura e no campo visando desenvolver um modelo proposto para a Gestão de Portfólio de Projetos que apoia institucionalização e integração de Portfólio de Projetos em empresas de Varejo

Relevância/originalidade

A integração de elementos presentes na literatura e no campo no que tange a Gestão de Portfólio de Projetos é um motivador para desenvolvimento de um novo modelo para integração e institucionalização destes elementos e que possa ser aplicado no campo praticante.

Metodologia/abordagem

Esta pesquisa adotou como método uma RSL utilizando as bases de dados Scopus e WoS que obteve uma análise de 88 documentos e foram conduzidas 10 entrevistas, em profundidade, com Gerentes de Projetos que atuam especificamente com projetos em empresas de varejo.

Principais resultados

Foram cinco dimensões congruentes que formam o modelo proposto apresentado nesta pesquisa: (1) Objetivos, (2) os Projetos, (3) os Escritórios de Gerenciamento de Projetos e Gerentes de Projetos, (4) os processos e por fim, (5) os Artefatos

Contribuições teóricas/metodológicas

O modelo proposto abrange um rito de Gestão de Portfólio Projetos que pode ser aplicado e evoluído no campo acadêmico.

Contribuições sociais/para a gestão

O modelo proposto visa apoiar empresas de varejo na integração e institucionalização da Gestão de Portfólio de Projetos. O modelo objetiva uma visão unificada do Portfólio de Projetos de forma que apoiar as empresas de varejo na gestão de seus projetos.

Palavras-chave: Gestão de Portfolio de Projetos, Portfólio de Projetos, Gestão de Projetos, Modelos, Institucionalização

Study purpose

Map the elements present in the literature and in the field in order to develop a proposed model for Project Portfolio Management that supports the institutionalization and integration of Project Portfolio in Retail companies

Relevance / originality

The integration of elements present in the literature and in the field regarding Project Portfolio Management is a motivator for the development of a new model for the integration and institutionalization of these elements and that can be applied in the practical

Methodology / approach

This research adopted an RSL method using Scopus and WoS databases, which obtained an analysis of 88 documents and 10 in-depth interviews were conducted with Project Managers who work specifically with projects in retail companies.

Main results

There were five congruent dimensions that form the proposed model presented in this research: (1) Objectives, (2) Projects, (3) Project Management Offices and Project Managers, (4) processes and finally, (5) the Artifacts

Theoretical / methodological contributions

The proposed model encompasses a Project Portfolio Management rite that can be applied and evolved in the academic field.

Social / management contributions

The proposed model life support retail companies in the integration and institutionalization of Project Portfolio Management. The model aims at a unified view of the Project Portfolio in order to support retail companies in managing their projects.

Keywords: Project Portfolio Management, Portfolio Management, Project Management, Framework, Institutionalization

GESTÃO DE STAKEHOLDERS EM PROJETOS DA INDÚSTRIA 4.0: O USO DO DESIGN THINKING COMO FERRAMENTA PARA O AUMENTO DO ENGAJAMENTO.

STAKEHOLDER MANAGEMENT IN INDUSTRY 4.0 PROJECTS: THE USE OF DESIGN THINKING AS A TOOL TO INCREASE ENGAGEMENT.

EDICLEY VANDER MACHADO - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
CRISTIANE DREBES PEDRON - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Objetivo do estudo

Esse relato técnico visa analisar como o design thinking contribui para o aumento do engajamento de stakeholders em gestão de projetos da Indústria 4.0.

Relevância/originalidade

Dentre os elementos envolvidos no sucesso do projeto, o engajamento de stakeholders não aparece com grande significância, apesar da sua importância ao contribuir na coleta de informações, na melhora da capacidade de inovação e na tomada de medidas corretivas para resolver conflitos.

Metodologia/abordagem

O estudo foi baseado em um projeto de uma unidade móvel para demonstração de soluções da Indústria 4.0. Foi adotada uma metodologia empírica de pesquisa-ação, na qual o pesquisador e os participantes do projeto estiveram envolvidos de modo cooperativo.

Principais resultados

Elevado grau de engajamento dos stakeholders, durante e após a entrega do projeto, com a superação de adversidades e divulgação da unidade móvel, o que resultou, em virtude dos resultados comerciais e de exposição da marca, na consideração do sucesso do projeto.

Contribuições teóricas/metodológicas

O design thinking é uma abordagem colaborativa focada no usuário e quando é aplicado na gestão de projetos, pode trazer benefícios relacionados ao engajamento dos stakeholders, isso por conta das interações que desenvolvem um entendimento mútuo do projeto.

Contribuições sociais/para a gestão

No período de 18 meses a unidade móvel recebeu mais de 1140 visitantes e visitou 10 estados brasileiros, o que resultou em negócios e abertura de novos clientes, é possível considerar que este projeto teve sucesso.

Palavras-chave: Gestão de stakeholders, Indústria 4.0, Design thinking, Engajamento de stakeholders

Study purpose

This technical report aims to analyze how design thinking contributes to increasing stakeholder engagement in Industry 4.0 project management.

Relevance / originality

Among the elements involved in the project success the stakeholder engagement does not appear with great significance, despite its importance in contributing to the data collection, improving the capacity for innovation and taking corrective measures for conflicts resolution.

Methodology / approach

The study was based on a project of a mobile unit to demonstrate Industry 4.0 solutions. An empirical action research methodology was adopted, in which the researcher and the project participants were involved in a cooperative way.

Main results

High level of stakeholder engagement, during and after the delivery of the project, with overcoming adversities and publicizing the mobile unit, which resulted, due to the commercial results and brand exposure, in the consideration of the project's success.

Theoretical / methodological contributions

Design thinking is a user-focused collaborative approach and when applied to project management, it can bring benefits related to stakeholder engagement, because of interactions that develop a mutual understanding of the project.

Social / management contributions

In the period of 18 months, the mobile unit received more than 1140 visitors and visited 10 Brazilian states, which resulted in business and the opening of new customers, it is possible to consider that this project was successful.

Keywords: Stakeholder management, Industry 4.0, Design thinking, Stakeholder engagement

GESTÃO DE STAKEHOLDERS EM UM MOMENTO DE REVISÃO DO PLANEJAMENTO DE UM PROJETO

STAKEHOLDER MANAGEMENT IN A PROJECT PLANNING REVIEW

MARCIO LUIZ PINKOWSKI - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
MARCOS ROGÉRIO MAZIERI - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à orgão de fomento:

Muito feliz pela oportunidade. Agradeço a todos.

Objetivo do estudo

Apresentar como foi conduzido o processo de gestão dos stakeholders durante a revisão do planejamento do projeto de implantação de um novo sistema de gestão de RH em uma empresa.

Relevância/originalidade

Trabalho focado em um momento específico de um projeto, onde conflitos surgem e podem se tornar incontornáveis.

Metodologia/abordagem

Estudo de Caso, caracterizado como descritivo, como abordagem metodológica.

Principais resultados

Verificou-se o forte engajamento/alinhamento dos stakeholders, com participação efetiva e apoio na resolução da situação que se apresentava.

Contribuições teóricas/metodológicas

Contribui com a construção do conhecimento técnico-científico da disciplina, pois lança mão de conceitos para entender um problema prático e desta forma, demonstrar a coerência destes.

Contribuições sociais/para a gestão

Trabalho relevante para todas as empresas e gestores de projetos que se encontrarem em situações semelhantes.

Palavras-chave: Stakeholders, Conflitos, Gerenciamento de Projetos, Revisão de planejamento.

Study purpose

The goal is disclose how the stakeholder management process was conducted during a project planning review of new HR management system in one company.

Relevance / originality

Paper focuses on a specific moment of a project, where conflicts could emerge and may become unavoidable.

Methodology / approach

Case Study, characterized as descriptive, as methodological approach.

Main results

There was strong stakeholder engagement/alignment, with effective participation and support in resolving the situation.

Theoretical / methodological contributions

It contributes to the discipline technical-scientific knowledge construction, because it uses concepts to understand a practical problem and thus demonstrate the coherence of these concepts.

Social / management contributions

The case study is relevant to all companies and project managers who find themselves in similar situations.

Keywords: Stakeholders, Conflicts, Project Management, Planning Review

GESTÃO DE STAKEHOLDERS EM UM PROJETO DE EDUCAÇÃO EMPREENDEDOR

STAKEHOLDER MANAGEMENT IN AN ENTREPRENEURIAL EDUCATION PROJECT

MARIANA MARRARA VITARELLI - UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA - UFSC
JOSE LUIS DALTO - UTFPR - UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ

Objetivo do estudo

O presente artigo objetivou a aplicação da metodologia do Project Management Institute por meio do Guia PMBOK® para a gestão de stakeholders do projeto Empreendedor do Futuro.

Relevância/originalidade

A importância da gestão dos stakeholders vem mudando ao longo das últimas décadas e a tríplice restrição composta por prazo, custo e qualidade passaram a incorporar a gestão dos stakeholders como pilar fundamental.

Metodologia/abordagem

A pesquisa definiu-se como pragmática, dedutiva, do tipo estudo de caso, com método quantitativo e qualitativo, com recorte transversal e coleta de dados secundários e primários. Utilizou os processos de identificação, planejamento, gerenciamento e monitoramento do engajamento das partes interessadas.

Principais resultados

Foram identificadas quatorze partes interessadas, sendo seis com necessidade de serem gerenciadas com atenção por possuírem um alto poder e interesse no projeto. Bem como quatro partes interessadas possuíram a maior avaliação do impacto no projeto.

Contribuições teóricas/metodológicas

A principal contribuição teórica do estudo é a definição do nível de engajamento desejável e propostas de estratégias de atuação de acordo com a classificação quanto ao poder e interesse no projeto.

Contribuições sociais/para a gestão

O estudo contribui na análise tanto do impacto de poder das partes interessadas em projetos, assim como em estratégias para aumentar o interesse das mesmas no projeto Empreendedor do Futuro.

Palavras-chave: stakeholders, gestão das partes interessadas, projeto, educação empreendedora

Study purpose

This article aimed to apply the methodology of the Project Management Institute through the PMBOK® Guide for the management of stakeholders of the Entrepreneur of the Future project.

Relevance / originality

The importance of stakeholder management has been changing over the past few decades and the quality of stakeholder management, cost and quality how to incorporate fundamental management.

Methodology / approach

The research was defined as pragmatic, deductive, type of case study, with a proven and qualitative method, with a transversal cut and collection of secondary and primary data. Used stakeholder planning identification, management and monitoring processes.

Main results

Fourteen stakeholders were identified, six of which needed to be carefully recognized for having high power and interest in the project. As well as four stakeholders had the highest impact assessment on the project.

Theoretical / methodological contributions

The main contribution of the planned study design and proposed strategies of how much power and interest in the proposed design study with the rating to the power and interest in the design study.

Social / management contributions

The study contributes to the analysis of the impact of stakeholder power on projects, as well as strategies to increase their interest in the Entrepreneur of the Future project.

Keywords: stakeholders, stakeholder management, project, entrepreneurial education

GESTÃO DO PROJETO DE ATENUAÇÃO DO RUÍDO DE UM CHILLER EM UMA INDÚSTRIA FARMACÊUTICA.

MANAGEMENT OF A CHILLER NOISE ATTENUATION PROJECT IN A PHARMACEUTICAL INDUSTRY.

LEANDRO SIMPLICIO SILVA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
EMERSON ANTONIO MACCARI - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
ROQUE RABECHINI JUNIOR - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
WALTER CARDOSO SÁTYRO - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Objetivo do estudo

O objetivo deste relato é apresentar como foi elaborada e executada a gestão do projeto, de atenuação dos ruídos gerados por um chiller, dentro de uma indústria farmacêutica.

Relevância/originalidade

Embora sistemas de ar condicionado central, utilizando chiller, estejam presentes em 19% da área total das edificações, em pesquisa realizada utilizando a plataforma Scopus, em junho de 2022, usando como palavras-chave, Chiller and Noise, foram encontrados apenas 4 artigos.

Metodologia/abordagem

A metodologia utilizada para este relato é pesquisa-ação, onde foram aplicados os conceitos de domínio de desempenho.

Principais resultados

O trabalho descreve detalhadamente todas as fases do projeto para a solução de um problema de ruídos excessivos de um chiller na indústria farmacêutica.

Contribuições teóricas/metodológicas

Foi apresentado como foi elaborada e executada a gestão do projeto de atenuação dos ruídos, gerados por um chiller em uma indústria farmacêutica. No entanto, equipamentos de refrigeração como chillers são utilizados com frequência, em outras indústrias e em prédios comerciais

Contribuições sociais/para a gestão

Durante a evolução do projeto, todas as características dos domínios de desempenho que foram apresentadas como no referencial teórico. Foram utilizadas e apresentadas em forma de ações na evolução do projeto.

Palavras-chave: Gestão de Projetos, Domínios de desempenho, Chiller e ruído, Atenuação de ruídos

Study purpose

The objective of this report is to present how the project management was elaborated and executed, to attenuate the noise generated by a chiller, within a pharmaceutical industry.

Relevance / originality

Although central air conditioning systems, using chillers, are present in 19% of the total area of buildings, in a survey carried out using the Scopus platform, in June 2022, using Chiller and Noise as keywords, only 4 articles were found.

Methodology / approach

The methodology used for this report will be action research, where the concepts of performance domain were applied.

Main results

The work describes in detail all the phases of the project for the solution of a chiller noise attenuation problem in the pharmaceutical industry.

Theoretical / methodological contributions

It was presented how the management of the noise attenuation project, generated by a chiller in a pharmaceutical industry, was prepared and executed. However, refrigeration equipment such as chillers are frequently used in other industries and commercial buildings.

Social / management contributions

During the evolution of the project, all the characteristics of the performance domains that were presented as in the theoretical framework. They were used and presented in the form of actions in the evolution of the project.

Keywords: Project Management, Performance domains, Chiller and noise, Noise attenuation

GESTÃO PÚBLICA POR RESULTADO E LEI DE RESPONSABILIDADE FISCAL (LRF): UMA PERSPECTIVA A PARTIR DA EXECUÇÃO ORÇAMENTÁRIA DOS RECURSOS EM EDUCAÇÃO MUNICIPAL.

PUBLIC MANAGEMENT BY RESULT AND FISCAL RESPONSIBILITY LAW (LRF): A PERSPECTIVE FROM THE BUDGET EXECUTION OF RESOURCES IN MUNICIPAL EDUCATION.

LEANDRO RODRIGUES DE OLIVEIRA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Objetivo do estudo

Apresentar a partir dos investimentos públicos em educação e Lei de Responsabilidade Fiscal um breve entendimento para gestão pública por resultado em contexto municipal.

Relevância/originalidade

Apesar de ser um estudo descritivo, destacamos a aplicação da LRF em contexto municipal e os reflexos da estratégia de gestão pública gerencial.

Metodologia/abordagem

Trata-se pesquisa descritiva. Buscamos descrever Gestão pública por resultado na recursos educacionais de Floriano - PI à luz da Lei de Responsabilidade Fiscal (LRF), considerando o lapso de tempo do último PPA executado (2014-2017).

Principais resultados

Verificou-se o desempenho positivo (2014, 2016 e 2017) nos cumprimentos fiscais de aplicação de recursos impostos pela LRF na política educacional na cidade analisada. Nega-se existir aplicação mínima MDE (Manutenção e Desenvolvimento do Ensino) no ano de 2015.

Contribuições teóricas/metodológicas

Objetivamente, quanto as concepções de gestão pública por resultado o que se verificou neste estudo é que há mais preocupação em cumprir as metas fiscais propostas pela regra fiscal (LRF) do que efetivamente se contribuir para eficiência da máquina pública.

Contribuições sociais/para a gestão

Neste estudo, buscamos destacar o modelo atual de gestão, advindo do gerencialismo no setor público, cuja teoria principal é a de gestão pública orientada por resultado. Exploramos os investimentos em educação municipal e aplicação subnacional da Lei de Responsabilidade Fiscal.

Palavras-chave: Administração Pública Gerencial, Gestão Pública por resultado, Public Resources., LRF, Reforma do Estado

Study purpose

To present, from public investments in education and the Fiscal Responsibility Law, a brief understanding of public management by result in a municipal context.

Relevance / originality

Despite being a descriptive study, we highlight the application of the LRF in the municipal context and the reflexes of the managerial public management strategy.

Methodology / approach

It is descriptive research. We seek to describe Public Management by Result in the educational resources of Floriano - PI in the light of the Fiscal Responsibility Law (LRF), considering the time lapse of the last PPA executed (2014-2017).

Main results

There was a positive performance (2014, 2016 and 2017) in fiscal compliance with the application of resources imposed by the LRF in the educational policy in the analyzed city It is denied that there is a minimum application of MDE in 2015.

Theoretical / methodological contributions

Objectively, regarding the conceptions of public management by result, what was verified in this study is that there is more concern in meeting the fiscal goals proposed by the fiscal rule (LRF) than effectively contributing to the efficiency of the public machine.

Social / management contributions

In this study, we seek to highlight the current management model, arising from managerialism in the public sector, whose main theory is result-oriented public management. We explore investments in municipal education and subnational enforcement of the Fiscal Responsibility Law.

Keywords: Management Public Administration., Public management by result., Recursos Públicos, LRF, State reform.

GOVERNANÇA E GESTÃO DE CLUSTERS: UMA REVISÃO DAS DIMENSÕES ABORDADAS NA LITERATURA

CLUSTER GOVERNANCE AND MANAGEMENT: A REVIEW ON THE DIMENSIONS APPROACHED ON THE LITERATURE

PEDRO VIEIRA LAURIANO - UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA
ANA CLÁUDIA AZEVEDO - UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA

Objetivo do estudo

O estudo tem como objetivo geral inventariar a literatura e analisar quais são as principais dimensões da governança e da gestão de clusters encontradas, e como elas se relacionam entre si.

Relevância/originalidade

Incipiência na literatura de estudos que explorem conjuntamente o papel da governança e do gerenciamento de clusters em aspectos como a promoção de resultados, o estímulo à inovação e o desenvolvimento, além de reconhecer a natureza interconectada de suas dimensões.

Metodologia/abordagem

Foi realizada uma revisão de literatura na base de dados Web Of Science, realizando-se assim as análises descritiva e qualitativa. Nessa última, foi empregada a técnica de análise de conteúdo de grade aberta, a fim de inventariar e correlacionar as dimensões encontradas.

Principais resultados

Dentre as principais dimensões encontradas, pode-se citar a promoção da cooperação e confiança entre os membros, criação de uma cultura de inovação, difusão da informação e do conhecimento, e o manejo contextual, organizacional e de recursos como sendo as mais relevantes.

Contribuições teóricas/metodológicas

O estudo objetiva colaborar para pesquisas posteriores sobre o tema, que podem tanto acrescentar outras dimensões através do estudo sobre outros pontos de vista, como validar os cenários apresentados de maneira empírica, gerando cada vez mais relevância para o desenvolvimento de clusters.

Contribuições sociais/para a gestão

Servir de base para compreender melhor a literatura de clusters, fornecendo avaliação dos significados e práticas relacionadas à governança e gestão de clusters, quais as suas principais dimensões e como elas são utilizadas para impulsionar os resultados e a eficácia desses construtos.

Palavras-chave: Cluster, Aglomerações Industriais, Governança, Gestão

Study purpose

The study's general objective is to inventory the literature and analyze what are the main dimensions of governance and cluster management found, and how they relate to each other.

Relevance / originality

There is a lack of studies in the literature that jointly explore the role of governance and cluster management in aspects such as promoting results, encouraging innovation and development, in addition to recognizing the interconnected nature of their dimensions.

Methodology / approach

A literature review was carried out in the Web Of Science database, thus performing descriptive and qualitative analyses. In the latter, the open grid content analysis technique was used in order to inventory and correlate the dimensions found.

Main results

Among the main dimensions found, we can mention the promotion of cooperation and trust among members, creation of a culture of innovation, dissemination of information and knowledge, and contextual, organizational and resource management as being the most relevant.

Theoretical / methodological contributions

The study aims to contribute to further research on the subject, which can either add other dimensions through the study of other points of view, or validate the scenarios presented empirically, generating more and more relevance for the development of clusters.

Social / management contributions

To serve as a basis to better understand the literature on clusters, providing an assessment of the meanings and practices related to governance and management of clusters, which are their main dimensions and how they are used to drive the results and

Keywords: Cluster, Industrial Agglomerations, Governance, Management

GRAU DE MATURIDADE DA AUTOAVALIAÇÃO INSTITUCIONAL EM INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR: ELABORAÇÃO DE UM INSTRUMENTO DE MENSURAÇÃO

MATURITY LEVEL OF INSTITUTIONAL SELF-ASSESSMENT IN HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS: DEVELOPMENT OF A ASSESSMENT INSTRUMENT

MANUELA COELHO PEREZ - UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA - UFSC
MONIQUE REGINA BAYESTORFF DUARTE - UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA - UFSC
MÔNICA BEPLER KIST -
LUCAS DOS SANTOS MATOS - UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA - UFSC

Objetivo do estudo

Este artigo propõe a elaboração de um instrumento capaz de mensurar o grau de maturidade do processo de autoavaliação institucional de Instituições de Ensino Superior (IES), tendo como base critérios do COBIT, alinhado à ferramenta PDCA.

Relevância/originalidade

Esta pesquisa se justifica diante da inexistência de instrumentos para se medir o grau de maturidade do processo de autoavaliação das instituições de ensino superior e da decorrente necessidade de definição de parâmetros para a elaboração de um instrumento de avaliação.

Metodologia/abordagem

Trata-se de uma pesquisa aplicada, descritiva, qualitativa, a qual, com base em referenciais de apoio, consolidou um instrumento a partir de critérios contextuais específicos e, na sequência, legitimou-o junto a especialistas sobre o tema para verificar seu funcionamento e aderência.

Principais resultados

Estruturou-se um instrumento que avalia princípios e diretrizes da instituição, correlacionando-os a domínios, processos, atividades, tudo isso embasado por um conjunto de componentes institucionais.

Contribuições teóricas/metodológicas

O instrumento não só permite a aferição da maturidade como também é capaz de identificar e gerenciar os processos relacionados à autoavaliação institucional a partir de um conjunto de parâmetros previamente definidos.

Contribuições sociais/para a gestão

Como contribuições, entende-se que tal instrumento pode ser aplicado em todas as IES, possibilitando mensurar o grau de maturidade de seus processos de autoavaliação para identificarem pontos de necessidade de aperfeiçoamento, contribuindo, assim, para o alcance de seus objetivos.

Palavras-chave: Autoavaliação institucional, Instrumento de avaliação, Grau de maturidade, Instituição de Ensino Superior

Study purpose

This article proposes the elaboration of an instrument for measuring the maturity level of the institutional self-assessment process of Higher Education Institutions (HEI), based on the criteria of the COBIT aligned with the PDCA tool.

Relevance / originality

This research is justified in view of the lack of instruments to measure the maturity level of the self-assessment process of higher education institutions and the resulting need to define parameters for the development of an assessment instrument.

Methodology / approach

This is an applied, descriptive, qualitative research, which, based on supporting references, consolidated an instrument with specific contextual criteria and, subsequently, legitimized it with specialists about the theme to verify the instrument functioning and adherence.

Main results

An instrument was structured that evaluates the institution's principles and guidelines, correlating them to domains, processes, activities, all based on a set of institutional components.

Theoretical / methodological contributions

The instrument not only allows the assessment of maturity, but is also capable of identifying and managing the processes related to institutional self-assessment based on a set of previously defined parameters.

Social / management contributions

As contributions, it is understood that such an instrument can be applied in all HEIs, making it possible to measure the maturity level of their self-assessment processes to identify points of need for improvement, thus contributing to the achievement of their objectives.

Keywords: Institutional self-assessment, Assessment instrument, Maturity level, Higher Education Institution

HEALTHCARE 4.0: APLICAÇÕES DA TECNOLOGIA PARA UMA VIDA MAIS SAUDÁVEL

HEALTHCARE 4.0: TECHNOLOGY APPLICATIONS FOR A HEALTHIER LIFE

ANA LUCIA SILVA RONDON DANTAS - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
WALTER CARDOSO SÁTYRO - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Resumo

A Indústria 4.0 é o novo paradigma de produção, onde as tecnologias são utilizadas de forma integrada, visando o aumento da produtividade industrial, porém o conceito se espalhou para diversos setores econômicos, e na saúde tomou o nome de Healthcare 4.0. O objetivo da este trabalho tem como objetivo apresentar algumas aplicações potenciais do Healthcare 4.0. A metodologia adotada foi a revisão da literatura científica, utilizando a base de dados Google Scholar, em artigos nacionais, teses e dissertações. Foram encontradas as seguintes aplicações do Healthcare 4.0, separadas em: (A) Sistemas de saúde física - tecnologias destinadas a coletar dados sobre as condições de saúde do paciente, e (B) Sistemas de saúde cibernética - para o monitoramento e análise das condições vitais do paciente, e podem ser criados a partir de modelos humanos digitais, a fim de analisar as condições de vida do paciente.

Palavras-chave: Healthcare 4.0, Indústria 4.0, Engenharia, Administração, Medicina

Abstract

Industry 4.0 is the new production paradigm, where technologies are used in an integrated way, aiming to increase industrial productivity, however the concept has spread to various economic sectors, and in health it has taken the name of Healthcare 4.0. The objective of this work is to present some potential applications of Healthcare 4.0. The methodology adopted was the review of the scientific literature, using the Google Scholar database, in national articles, theses and dissertations. The following applications of Healthcare 4.0 were found, separated into: (A) Physical health systems - technologies designed to collect data on the patient's health conditions, and (B) Cyber health systems - for the monitoring and analysis of vital conditions

of the patient, and can be created from digital human models, in order to analyze the patient's living conditions.

Keywords: Healthcare 4.0, Industry 4.0, Engineering, Administration, Medicine

IDENTIDADE SOCIAL DO EMPREENDEDOR, EFETUAÇÃO E CAUSAÇÃO: UM ESTUDO DE CASOS MÚLTIPLOS

ENTREPRENEUR'S SOCIAL IDENTITY, EFFECTUATION AND CAUSATION: A MULTIPLE CASE STUDY

ANTONIO DONIZETE FERREIRA DA SILVA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

Ao Programa de Suporte à Pós-Graduação de Instituições de Ensino Particulares – PROSUP, da CAPES.

Objetivo do estudo

O estudo objetiva examinar a identidade social dos empreendedores e como ela influencia o comportamento efetual.

Relevância/originalidade

O estudo contribui com a teoria revelando que há identidades sociais híbridas, o que modifica o comportamento efetual ou causal ao longo do tempo.

Metodologia/abordagem

Optou-se pela história de vida, pois, nesse método, são reveladas as ações de gestão do negócio que guardam relação com os aspectos subjetivos do ator, evidenciando os dados em maior profundidade. A análise de conteúdo foi realizada com apoio do software Atlas

Principais resultados

Os resultados evidenciam que o empreendedor privilegia determinado comportamento de acordo com os traços de sua identidade social que são mais salientes e o movem em uma direção de ação.

Contribuições teóricas/metodológicas

O estudo contribui com a teoria revelando que há identidades sociais híbridas o que modifica o comportamento efetual ou causal ao longo do tempo.

Contribuições sociais/para a gestão

Contribui socialmente indicando que nas ações empreendedoras pode haver uma dicotomia entre o 'eu pessoal' e o 'eu social' e que, se isso for adequadamente explorado, os negócios podem ter diferenciais para seu desenvolvimento, explorando melhor os traços da identidade dos empreendedores

Palavras-chave: identidade social, efetuação, causalção, identidade, empreendedorismo

Study purpose

The study aims to examine the social identity of entrepreneurs and how it influences effectual behavior.

Relevance / originality

The study contributes to the theory by revealing that there are hybrid social identities, which change effectual or causal behavior over time.

Methodology / approach

The life story was chosen because, in this method, the business management actions that are related to the actor's subjective aspects are revealed, evidencing the data in greater depth. The content analysis was carried out with the support of the Atlas

Main results

The results show that the entrepreneur privileges a certain behavior according to the traits of his social identity that are more salient and move him in a direction of action.

Theoretical / methodological contributions

The study contributes to the theory by revealing that there are hybrid social identities which modify effectual or causal behavior over time.

Social / management contributions

It contributes socially by indicating that in entrepreneurial actions there can be a dichotomy between the 'personal self' and the 'social self' and that, if this is properly explored, businesses can have differentials for their development.

Keywords: social identity, effectuation, causation, identity, entrepreneurship

IMPACTOS DOS BANCOS DIGITAIS NA FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES DE INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS TRADICIONAIS: ESTUDO REALIZADO EM UMA INSTITUIÇÃO DO SETOR PÚBLICO

IMPACTS OF DIGITAL BANKS ON CUSTOMER LOYALTY IN TRADITIONAL FINANCIAL INSTITUTIONS: A STUDY IN A PUBLIC SECTOR INSTITUTION

DIRCEU JOSÉ COUTO - FUNDAÇÃO PEDRO LEOPOLDO (FPL)
ESTER ELIANE JEUNON - FUNDAÇÃO PEDRO LEOPOLDO (FPL)

Objetivo do estudo

Objetivo analisar os impactos dos bancos digitais na fidelização de clientes de uma instituição financeira pública tradicional.

Relevância/originalidade

Esta se tornou relevante a medida em que procurou aproximar a academia do meio empresarial, por meio de estudos aplicados. bem como contribuir com gestores do meio empresarial e bancário

Metodologia/abordagem

Quanto a metodologia este estudo, foi realizado por meio de pesquisa descritiva, com abordagem quantitativa e qualitativa, tendo como método a pesquisa de campo.

Principais resultados

Os resultados apontaram que os clientes se caracterizam por exigência em relação à qualidade dos serviços bancários prestados, maior volume de dinheiro aplicado e que, diante de qualquer dificuldade envolvendo negociação, isenção de tarifas ou acesso a algum tipo de serviço, já

Contribuições teóricas/metodológicas

Desenvolveu-se para tal um modelo estatístico para examinar as relações entre os construtos a partir do modelo original ACSI.

Contribuições sociais/para a gestão

Como contribuições gerenciais este estudo contribui para mostrar aos gestores a necessidade de uma instituição financeira pública tradicional promover ações orientadas para melhorar o atendimento aos clientes e para capacitar sua equipe com vistas a melhorar a realização de tarefas.

Palavras-chave: Banco Digital, , Impactos,, Serviços Financeiros, Instituição Financeira Pública Tradicional

Study purpose

Objective to analyze the impacts of digital banks on customer loyalty of a traditional public financial institution.

Relevance / originality

This became relevant as it sought to bring academia closer to the business world, through applied studies. as well as contributing with managers of the business and banking environment

Methodology / approach

As for the methodology, this study was carried out through descriptive research, with a quantitative and qualitative approach, using field research as a method.

Main results

The results showed that customers are characterized by demand in relation to the quality of banking services provided, greater volume of money applied and that, in the face of any difficulty involving negotiation, exemption from fees or access to some type of

Theoretical / methodological contributions

A statistical model was developed to examine the relationships between the constructs from the original ACSI model.

Social / management contributions

As managerial contributions, this study helps to show managers the need for a traditional public financial institution to promote actions oriented to improve customer service and to train its team in order to improve the performance of tasks.

Keywords: Digital Bank, , Impacts, Financial Services, Traditional Public Financial Institution

IMPLANTAÇÃO DE CONTROLADORIA PROFISSIONALIZADA EM EMPRESA DE GESTÃO FAMILIAR EM SUBSTITUIÇÃO A MEMBROS LIGADOS A FAMÍLIA

IMPLEMENTATION OF PROFESSIONAL CONTROLLERSHIP IN A FAMILY MANAGEMENT COMPANY TO REPLACE FAMILY MEMBERS

ANDERSON NERY FREITAS - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

Autor recebe bolsa PROSUP-CAPES

Objetivo do estudo

Este trabalho tem por objetivo demonstrar o processo de implantação de controladoria em uma empresa de gestão familiar, listando as atividades relacionadas a controle e planejamento aplicadas na operação e instituídas as práticas da empresa

Relevância/originalidade

É estimado que no Brasil mais de 90% das empresas sejam de cunho familiar e gerem cerca de 60% dos empregos. Garantir independência e dados confiáveis a partir de uma área de controladoria sem interferência do viés familiar

Metodologia/abordagem

O estudo aqui apresentado, se baseia na experiência adquirida pelo autor durante a execução das atividades listadas em meio a implementação da controladoria na empresa apresentada.

Principais resultados

Práticas de controladoria aplicadas em ambiente de empresa de gestão familiar demonstrou um ganho em qualidade de dados para apuração de resultados e decisões estratégicas como também melhora significativa na garantia da origem e confiabilidade dos dados

Contribuições teóricas/metodológicas

Demonstra a importância da controladoria como área de apoio a gestão da organização

Contribuições sociais/para a gestão

Colaborar com grande numero de empresas de gestão familiar que ainda não possuam um departamento de controladoria independente, colaborando com atividades de apuração de resultados, planejamento e controle.

Palavras-chave: Controladoria, Empresa Familiar, Controle, Planejamento, Gestão Familiar

Study purpose

This work aims to demonstrate the process of implementing controllership in a family-run company, listing the activities related to control and planning applied in the operation and instituted the company's practices.

Relevance / originality

It is estimated that in Brazil more than 90% of companies are family-owned and generate around 60% of jobs. Ensuring independence and reliable data from a controllership area without interference from family bias

Methodology / approach

The study presented here is based on the experience acquired by the author during the execution of the activities listed amid the implementation of the controllership in the presented company.

Main results

Controllership practices applied in a family-run company environment demonstrated a gain in data quality for the determination of results and strategic decisions as well as a significant improvement in guaranteeing the origin and reliability of data

Theoretical / methodological contributions

Demonstrates the importance of controllership as an area of support for the organization's management

Social / management contributions

Collaborate with a large number of family-run companies that do not yet have an independent controllership department, collaborating with results verification, planning and control activities.

Keywords: Controlling, Family business, Control, Planning, Family Management

IMPLANTAÇÃO DE UM ESCRITÓRIO DE GERENCIAMENTO DE PROJETOS EM UMA EMPRESA DE ENGENHARIA

IMPLEMENTATION OF A PROJECT MANAGEMENT OFFICE IN AN ENGINEERING COMPANY

SERGIO RICARDO DO NASCIMENTO - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

Agradecimentos ao Fundo de Amparo à Pesquisa - FAP/ UNINOVE.

Objetivo do estudo

O objetivo deste relato técnico aborda o processo de implantação um Escritório de Gerenciamento de Projetos (EGP) em uma empresa logística de grande porte.

Relevância/originalidade

Aplicação de PMO em empresa de grande porte

Metodologia/abordagem

Relato técnico com pesquisa-ação

Principais resultados

A descrição do processo de implantação do PMO e apresentação do Fluxo da Metodologia de GP

Contribuições teóricas/metodológicas

Processo de implantação de PMO e metodologia

Contribuições sociais/para a gestão

Difundir a implantação de PMOs como vantagem competitiva para empresas

Palavras-chave: Escritório de Gerenciamento de Projetos, Engenharia, Stakeholders, EPC

Study purpose

The purpose of this technical report addresses the process of implementing a Project Management Office (PMO) in a large logistics company.

Relevance / originality

Application of PMO in a large company

Methodology / approach

Technical report with action research

Main results

The description of the PMO implementation process and presentation of the PM Methodology Flow

Theoretical / methodological contributions

PMO implementation process and methodology

Social / management contributions

Spreading the implementation of PMOs as a competitive advantage for companies

Keywords: Project Management Office, Engineering, Stakeholders, EPC

IMPLANTAÇÃO DO PLANEJAMENTO E CONTROLE DA MANUTENÇÃO (PCM) EM UMA EMPRESA DE MINERAÇÃO DO INTERIOR DE MINAS GERAIS

IMPLEMENTATION OF MAINTENANCE PLANNING AND CONTROL (MPC) IN A MINING COMPANY IN THE INTERIOR OF MINAS GERAIS

FELIPE EVANGELISTA BITENCOURT -
BRENO EUSTÁQUIO DA SILVA - INSTITUTO ENSINAR BRASIL - REDE DOCTUM
ANA PAULA COTA MOREIRA - REDE DE ENSINO DOCTUM
LUZIA NUNES DOS SANTOS - INSTITUTO ENSINAR BRASIL - REDE DOCTUM

Objetivo do estudo

Analisar a importância da implantação do PCM em uma empresa de mineração do interior de Minas Gerais, identificando as estratégias de implantação do PCM; analisar como está inserido o PCM na estrutura da organização e verificar as principais mudanças observadas.

Relevância/originalidade

A implantação de um PCM em uma empresa busca diminuir desperdícios, melhorar a organização do trabalho, controle dos custos e eficiência da manutenção, o que é salutar como estratégia de produtividade.

Metodologia/abordagem

Pesquisa aplicada, com abordagem qualitativa, exploratória e uso das técnicas de pesquisa bibliográfica e documental. Os instrumentos de coleta de dados consistiram em entrevistas semiestruturadas, pesquisa ação e diário de campo. Qualitativamente, foram selecionados três profissionais de cargos de chefia.

Principais resultados

O processo de implantação do PCM trouxe várias mudanças na empresa no que tange a redução dos custos e no ganho da produtividade. Nota-se também que a melhoria dos processos de manutenção possibilitou uma maior confiabilidade e disponibilidade dos equipamentos.

Contribuições teóricas/metodológicas

A partir dos dados empíricos coletados, foi observada a necessidade de se ter um planejamento assertivo da manutenção.

Contribuições sociais/para a gestão

Pode-se verificar os ganhos obtidos pela organização ao implantar o PCM, especialmente com relação à produtividade e mitigação de riscos de acidentes pessoais e materiais.

Palavras-chave: Manutenção, Planejamento, Controle, Mineração

Study purpose

To analyze the importance of implementing the MPC in a mining company in the interior of Minas Gerais, identifying the strategies for implementing the MPC; analyze how the MPC is inserted in the organization's structure and verify the main changes observed.

Relevance / originality

The implementation of a MPC in a company seeks to reduce waste, improve the organization of work, cost control and maintenance efficiency, which is healthy as a productivity strategy.

Methodology / approach

Applied research, with a qualitative, exploratory approach and use of bibliographic and documentary research techniques. The data collection instruments consisted of semi-structured interviews, action research and a field diary. Qualitatively, three professionals from management positions were selected.

Main results

The MPC implementation process brought several changes in the company regarding cost reduction and productivity gains. It is also noted that the improvement of maintenance processes enabled greater reliability and availability of equipment.

Theoretical / methodological contributions

From the empirical data collected, the need for assertive maintenance planning was observed.

Social / management contributions

It is possible to verify the gains obtained by the organization when implementing the MPC, especially in relation to productivity and mitigation of risks of personal and material accidents.

Keywords: Maintenance, Planning, Control, Mining

IMPLEMENTAÇÃO DA ESTRATÉGIA E VALOR PARA A EMPRESA: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA

STRATEGY IMPLEMENTATION AND VALUE FOR THE COMPANY: A SYSTEMATIC REVIEW OF THE LITERATURE

LUIS ALBERTO FIGUEIREDO DE SOUSA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

MARIA ADRIANA LEANDRO - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

LUÍS FÁBIO CAVALCANTI DA SILVA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

NAICHE VAN DER POEL - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

Este trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES).

Objetivo do estudo

SUMARIZAR AS SIMILARIDADES SOBRE COMO A IMPLEMENTAÇÃO DA ESTRATÉGIA CONTRIBUI PARA O VALOR DA EMPRESA E IDENTIFICAR AS TEORIAS EXPLICITAMENTE DECLARADAS E AS SUBJACENTES UTILIZADAS NA LITERATURA, A PARTIR DA LITERATURA PUBLICADA ATÉ 2021

Relevância/originalidade

HÁ POUCOS ESTUDOS QUE ABORDAM CONJUNTAMENTE A IMPLEMENTAÇÃO DA ESTRATÉGIA E O VALOR PARA A EMPRESA.

Metodologia/abordagem

É FEITA A REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA PUBLICADA ATÉ 2021 NAS BASES SCOPUS E WEB OF SCIENCE, A PARTIR DOS TERMOS DE BUSCA QUE ASSOCIAM IMPLEMENTAÇÃO DA ESTRATÉGIA E VALOR, BEM COMO TERMOS QUE USAM SINÔNIMOS PARA AUMENTAR O PODER DE CAPTURA

Principais resultados

CONSTATADO NÃO HAVER UM CORPO DE ESTUDOS UNIFICADO NO TEMA ESTUDOS ABORDAM A IMPLEMENTAÇÃO DA ESTRATÉGIA EM ÂMBITOS CORPORATIVO, FUNCIONAL OU GOVERNAMENTAL, TAMBÉM HÁ DUAS ABORDAGENS DISTINTAS DE VALOR: QUANTITATIVA OU QUALITATIVA A MAIOR PARTE DOS ESTUDOS CONCENTRA-SE EM ESTRATÉGIAS FUNCIONAIS E

Contribuições teóricas/metodológicas

A FRAGMENTAÇÃO TEMÁTICA DOS ESTUDOS SOBRE IMPLEMENTAÇÃO DA ESTRATÉGIA E DIFERENTES CONCEITOS DE VALOR POSSIBILITAM EXPLORAR DIFERENTES QUESTÕES DE PESQUISA, QUE PODEM TRAZER HIPÓTESES SOBRE A CONTRIBUIÇÃO DA IMPLEMENTAÇÃO DA ESTRATÉGIA PARA O VALOR, APLICANDO MÉTODOS DIVERSOS, INCLUSIVE ESTUDOS DE CASO

Contribuições sociais/para a gestão

A DISTINÇÃO ENTRE AS ESTRATÉGIAS CORPORATIVAS E FUNCIONAIS EM CONJUNTO COM AS DIFERENTES POSSÍVEIS ABORDAGENS DE VALOR PODEM CONTRIBUIR PARA OS EXECUTIVOS ALINHAREM ESFORÇOS E RECURSOS DE FORMA ADEQUADA QUANDO SE DEPARA COM O DESAFIO DE IMPLEMENTAR UMA ESTRATÉGIA.

Palavras-chave: IMPLEMENTAÇÃO DA ESTRATÉGIA, VALOR PARA A EMPRESA, EXECUÇÃO DA ESTRATÉGIA, REVISÃO SISTEMÁTICA DE LITERATURA

Study purpose

SUMMARIZE SIMILARITIES ON HOW STRATEGY IMPLEMENTATION CONTRIBUTES TO COMPANY VALUE AND IDENTIFY EXPLICITLY STATED AND UNDERLYING THEORIES USED IN THE LITERATURE, FROM PUBLISHED STUDIES UP TO 2021

Relevance / originality

THERE ARE FEW STUDIES THAT SIMULTANEOUSLY APPROACH THE IMPLEMENTATION OF THE STRATEGY AND THE VALUE FOR THE COMPANY.

Methodology / approach

A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW OF THE STUDIES PUBLISHED UP TO 2021 IN THE SCOPUS AND WEB OF SCIENCE DATABASES IS CARRIED OUT, BASED ON THE SEARCH TERMS THAT ASSOCIATE STRATEGY IMPLEMENTATION AND VALUE, AS WELL AS TERMS THAT USE SYNONYMS TO INCREASE

Main results

THE STUDY REVEALED THAT THERE IS NO AN UNIFIED BODY OF STUDY ON THE SUBJECT STUDIES APPROACH THE IMPLEMENTATION OF THE STRATEGY UNDER CORPORATE, FUNCTIONAL OR GOVERNMENTAL SCOPES, ALSO THERE ARE TWO DIFFERENT VALUE APPROACHES: QUANTITATIVE OR QUALITATIVE MOST OF THE STUDIES

Theoretical / methodological contributions

THE THEMATIC FRAGMENTATION OF STUDIES ON STRATEGY IMPLEMENTATION IN ADDITION TO VALUE CONCEPTS MAKE IT POSSIBLE TO EXPLORE DIFFERENT RESEARCH QUESTIONS, WHICH MAY BRING HYPOTHESES ABOUT THE CONTRIBUTION OF STRATEGY IMPLEMENTATION TO VALUE, APPLYING VARIOUS METHODS, INCLUDING CASE STUDIES

Social / management contributions

THE DISTINCTION BETWEEN CORPORATE AND FUNCTIONAL STRATEGIES IN CONJUNCTION WITH THE DIFFERENT POSSIBLE VALUE APPROACHES CAN CONTRIBUTE TO EXECUTIVES TO PROPERLY ALIGN EFFORTS AND RESOURCES WHEN COPING WITH THE CHALLENGE OF IMPLEMENTING A STRATEGY

Keywords: STRATEGY IMPLEMENTATION, VALUE FOR THE COMPANY, STRATEGY EXECUTION, SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW

INFLUÊNCIA DO PERFIL PROFISSIONAL E DA ESTRUTURA ORGANIZACIONAL NA ALOCAÇÃO DA ATENÇÃO DOS INDIVÍDUOS

INFLUENCE OF PROFESSIONAL PROFILE AND ORGANIZATIONAL STRUCTURE IN THE ALLOCATION OF ATTENTION OF INDIVIDUALS

NAIRANA RADTKE CANEPPELE - CENTRO UNIVERSITÁRIO UNIHORIZONTES
FERNANDO ANTONIO RIBEIRO SERRA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
LUIS HERNAN CONTRERAS PINOCHET - UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO PAULO

Agradecimento à órgão de fomento:

This study was financed in part by the Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Finance Code 001

Objetivo do estudo

Compreender os aspectos da distribuição estrutural da atenção que influenciam a atenção dos indivíduos nas organizações.

Relevância/originalidade

A Visão Baseada na Atenção (VBA) define importância dos determinantes estruturais da atenção organizacional e está em fase inicial de validação. Identificamos que os indivíduos estão envolvidos com questões específicas, mas a atenção às mesmas questões varia em cada posição organizacional.

Metodologia/abordagem

Realizamos dois estudos distintos e interligados considerados experimentos usando uma ferramenta de rastreamento ocular. No primeiro estudo a nossa amostra foi futuros profissionais (n=151) e no segundo estudo foi gestores (n=140). Os dados foram analisados quantitativamente.

Principais resultados

O perfil profissional e o ambiente organizacional (estágio) influenciam na escolha das informações nas áreas de interesse (AOI) dos futuros profissionais. O perfil profissional dos gestores influencia na escolha da informação (AOI) para a alocação da atenção.

Contribuições teóricas/metodológicas

Apresentamos uma contribuição metodológica pela utilização de uma ferramenta neurocientífica de rastreamento ocular e contribuimos teoricamente para a literatura VBA respondendo a chamados para aumentar o número e a qualidade de artigos empíricos analisando o comportamento das empresas.

Contribuições sociais/para a gestão

Apresentamos o efeito do perfil profissional e do ambiente organizacional como influenciadores na alocação de atenção que subsidiam a tomada de decisão. Uma possível desatenção pode ser amenizada considerando os canais e estruturas de comunicação.

Palavras-chave: Visão Baseada na Atenção, Distribuição Estrutural da Atenção, Tomada de Decisão, Indivíduos, Organização

Study purpose

Understand the aspects of the structural distribution of attention that influence the attention of individuals in organizations.

Relevance / originality

The Attention-Based View (ABV) defines the importance of the structural determinants of organizational care and is in the initial phase of validation. We have identified that individuals are involved with specific issues, but attention to the same issues varies by organizational position.

Methodology / approach

We performed two distinct and interlinked studies considered experiments using an eye-tracking tool. In the first study, our sample was future professionals (n=151) and in the second study, managers (n=140). Data were analyzed quantitatively.

Main results

The professional profile and the organizational environment (internship) influence the choice of information in the areas of interest (AOI) of future professionals. The professional profile of managers influences the choice of information (AOI) for the allocation of care.

Theoretical / methodological contributions

We present a methodological contribution by using a neuroscientific eye tracking tool and theoretically contribute to the ABV literature by responding to calls to increase the number and quality of empirical articles analyzing the behavior of organizations.

Social / management contributions

We present the effect of the professional profile and the organizational environment as influencers in the allocation of attention that support decision-making. A possible inattention can be mitigated by considering the communication channels and structures.

Keywords: Attention-based View, Structural Distribution of Attention, Decision Making, Individuals, Organizations

INOVAÇÃO DISRUPTIVA NO PODER MARÍTIMO E NA GUERRA NAVAL: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA

DISRUPTIVE INNOVATION IN SEA POWER AND NAVAL WARFARE: A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW

NIKIFOROS JOANNIS PHILYPPIS JUNIOR - UFRJ
NIVAL NUNES DE ALMEIDA -
ADRIANO LAURO - ESCOLA DE GUERRA NAVAL - MARINHA DO BRASIL

Objetivo do estudo

O objetivo da pesquisa foi realizar uma revisão sistemática da literatura (RSL) sobre o tema “inovação disruptiva” em Poder Naval e Guerra Naval e fornecer uma visão geral do estado da arte no campo acadêmico em artigos revisados por pares.

Relevância/originalidade

A inovação disruptiva tornou-se um tópico intensamente pesquisado em negócios, gestão e estudos de adoção de tecnologia, mas com muitas lacunas que podem ser atendidas por pesquisas futuras. (Si e Chen 2020) Nos estudos militares, esse tema ainda é superficial.

Metodologia/abordagem

A Revisão Sistemática de Literatura foi desenhada, os artigos analisados e as lacunas nas áreas de pesquisa e sugestões para pesquisas futuras são apresentados. Os dados quantitativos bibliométricos e qualitativos foram organizados em tabelas para fornecer uma visão geral da área.

Principais resultados

Os achados sugerem que a pesquisa em estudos de RH e uma melhor discussão sobre estruturas e modelos de análise podem aprimorar a discussão nas áreas de Poder Marítimo e Guerra Naval, já que a maioria dos artigos são estudos de caso.

Contribuições teóricas/metodológicas

A transformação da tecnologia militar é um campo debatido nas Ciências Militares. Uma de suas principais preocupações é o surgimento de “inovações radicais” e “avanços tecnológicos” que podem anular o poder do Estado, mas em ações tradicionais de P&D e não disruptivas.

Contribuições sociais/para a gestão

O Poder Marítimo e a Guerra Naval são áreas onde inovações disruptivas podem causar uma mudança no curso de um conflito. Como essas tecnologias são relevantes, evitar ser ultrapassado e superado por inimigos em potencial é crucial para a soberania do Estado.

Palavras-chave: Inovação disruptiva, Guerra naval, Poder naval, Poder marítimo, Defesa

Study purpose

The research goal was to perform a systematic literature review (SLR) on the subject of “disruptive innovation” in Sea Power and Naval Warfare and provide an overview of the state-of-the-art in the academic field.

Relevance / originality

Disruptive innovation has become an intensely researched topic in business, management, and technology adoption studies but with many gaps that can be served by future research (Si and Chen 2020). In Military studies, though, this topic is still superficially addressed.

Methodology / approach

The SLR was designed, retrieved articles were collected and analyzed and gaps in research areas and suggestions for future research are presented. Quantitative bibliometric and qualitative data were organized in tables to provide an overview of study types and gaps.

Main results

Findings suggest that research in HR studies and better discussion on analysis frameworks and models could enhance the discussion on the areas of Sea Power and Naval Warfare, as most articles are organizational case studies and conceptual papers.

Theoretical / methodological contributions

Military technology transformation is a very debated field in Military Sciences. One of its main concerns is the appearance of “radical innovations” and “technological breakthroughs” that may hamper a State’s power but in traditional R&D actions and not disruptive ones.

Social / management contributions

Sea Power and Naval Warfare are areas where disruptive innovations may cause a change in the course of a conflict. As such technologies are relevant, avoiding being outdated and bested by potential enemies is crucial.

Keywords: Disruptive innovation, Naval warfare, Naval power, Sea power, Defense

**INOVAÇÃO INCREMENTAL E LEAN SIX SIGMA: REDUÇÃO DE CUSTO NO
PROCESSO DE IMPORTAÇÃO DE UMA MULTINACIONAL DE
ELETRODOMÉSTICOS**

SUSTAINING INNOVATION AND LEAN SIX SIGMA: COST REDUCTION IN THE IMPORT PROCESS OF A HOME APPLIANCES MULTINATIONAL COMPANY

LARISSA CERCI RAPP LEITE - CENTRO UNIVERSITÁRIO SENAC
ED DE ALMEIDA CARLOS - CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FEI
CESAR AKIRA YOKOMIZO - FACULDADE FIA DE ADMINISTRAÇÃO E NEGÓCIOS

Objetivo do estudo

Descrever como a aplicação do Lean Six Sigma, pelo uso de dados, pode contribuir para identificar as principais causas de custos extras na operação brasileira de importação em uma grande multinacional no ramo de eletrodomésticos, com operações em variadas partes do mundo.

Relevância/originalidade

Apresenta soluções incrementais (mais acessíveis por terem menor risco) no caso de uma grande empresa, indicando que podem existir situações em que o desenvolvimento de soluções rápidas, baratas e/ou de fácil implantação pode gerar bons resultados.

Metodologia/abordagem

Estudo de caso.

Principais resultados

Realinhamento dos fluxos com as equipes, renegociação de taxas que estavam sendo cobradas por meio de tabela pública (mais cara) e criação de um fluxo de gestão e análise de custos no procedimento de importação.

Contribuições teóricas/metodológicas

Aplicação de ferramentas e instrumentos de coleta de dados de baixa complexidade (brainstorming e entrevistas in loco), possibilitando uma rápida e barata identificação dos principais geradores de custos extras e a priorização de ações diretas nesses geradores, poupando recursos.

Contribuições sociais/para a gestão

Demonstrar que o uso de dados na tomada de decisão ajuda a reduzir a subjetividade, contribuindo num eventual processo de defesa de iniciativas propostas. O advento computacional, em termos de armazenamento e processamento de dados, tem crescentemente contribuído para esse fim.

Palavras-chave: Inovação incremental, Identificação de Oportunidades, Importação, Custos Extras, Comércio Exterior

Study purpose

Describe how the application of Lean Six Sigma, through the use of data, can help to identify the main causes of extra costs in the Brazilian import operation in a large multinational in the field of home appliances, with worldwide operation.

Relevance / originality

It presents incremental solutions (more accessible because they have less risk) in the case of a large company, indicating that there may be situations in which the development of quick, cheap and/or easy-to-implement solutions can generate good results.

Methodology / approach

Case study.

Main results

Realignment of flows with teams, renegotiation of fees that were being charged through a public table (more expensive) and creation of a management flow and cost analysis in the import procedure.

Theoretical / methodological contributions

The application of low-complexity data collection tools and instruments, such as brainstorming and on-site interviews, made it possible to quickly and cheaply identify the main generators of extra costs and the prioritization of direct actions in these generators, saving resources.

Social / management contributions

Demonstrate that the use of data in decision making helps to reduce subjectivity, contributing to an eventual process of defense of proposed initiatives. The advent of computing, in terms of data storage and processing, has increasingly contributed to this end.

Keywords: Incremental Innovation, Identification of Opportunities, Importation, Extra Costs, Foreign trade

INSTITUCIONALIZAÇÃO E PADRONIZAÇÃO PARA ADAPTAÇÃO DAS PRÁTICAS DE GESTÃO DE PROJETOS NAS ORGANIZAÇÕES: UM ESTUDO BIBLIOMÉTRICO

INSTITUTIONALIZATION AND STANDARDIZATION FOR ADAPTATION OF PROJECT MANAGEMENT PRACTICES IN ORGANIZATIONS: A BIBLIOMETRIC STUDY

VALDEMILSON DE ASSIS ALVES DE ARAUJO - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
FRANCISCO CARLOS COBAITO - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
LINCOLN SPOSITO - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
ROQUE RABECHINI JUNIOR - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

FAP-UNINOVE e à CAPES

Objetivo do estudo

Este trabalho teve como objetivo localizar, sintetizar e identificar as relações dos estudos que retratam a adaptação em projetos, constituídas em práticas de Gestão de projetos, e suas conexões com os elementos institucionalizados e padronizados nas organizações.

Relevância/originalidade

A institucionalização de novas práticas pode ser a forma como a gestão de projetos é capaz de influenciar a maneira como as organizações conduzem seus processos internos, podendo ser um agente de mudança institucional.

Metodologia/abordagem

Para alcançá-lo, utilizou-se de uma abordagem quantitativa por meio dos métodos bibliométricos de citação, cocitação e de pareamento bibliográfico, a fim de identificar as relações entre os trabalhos publicados.

Principais resultados

Os resultados mostraram que os efeitos institucionais no planejamento sustentável em projetos e a gestão do contexto institucional em projeto são elementos fundamentais na gestão de projetos.

Contribuições teóricas/metodológicas

O estudo realizado contribuiu com a teoria identificando os principais trabalhos, os mais recentes e sua estrutura intelectual sobre o tema em discussão. A partir de uma amostra de 199 artigos e selecionando 523 citações.

Contribuições sociais/para a gestão

Como contribuição para a prática, podemos citar os fatores de cocitação e de pareamento deste estudo como elementos essenciais na institucionalização da adaptação das práticas em gestão de projetos.

Palavras-chave: Institucionalização, Padronização, Adaptação das Práticas, Gestão de Projetos, Bibliométrico

Study purpose

This work aimed to locate, synthesize and identify the relationships of studies that portray adaptation in projects, constituted in Project Management practices, and their connections with institutionalized and standardized elements in organizations.

Relevance / originality

The institutionalization of new practices can be the way project management is able to influence the way organizations conduct their internal processes, and can be an agent of institutional change.

Methodology / approach

To achieve this, a quantitative approach was used through bibliometric methods of citation, co-citation and bibliographic pairing, in order to identify the relationships between published works.

Main results

The results showed that the institutional effects on sustainable planning in projects and the management of the institutional context in projects are fundamental elements in project management.

Theoretical / methodological contributions

The study carried out contributed to the theory by identifying the main works, the most recent ones and their intellectual structure on the topic under discussion. From a sample of 199 articles and selecting 523 citations.

Social / management contributions

As a contribution to practice, we can cite the co-citation and matching factors of this study as essential elements in the institutionalization of the adaptation of practices in project management.

Keywords: Institutionalization, Standardization, Adaptation of Practices, Project Management, Bibliometric

INTERAÇÃO ENTRE EMPREENDEDORISMO, PROJETOS E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

INTERACTION BETWEEN ENTREPRENEURSHIP, PROJECTS AND DIGITAL TRANSFORMATION

DÉBORA MENDONÇA MONTEIRO MACHADO - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
CRISTINA DAI PRÁ MARTENS - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
CLAUDIA TEREZINHA KNISS - UNIFESP

Agradecimento à órgão de fomento:

O presente trabalho foi realizado com apoio CNPq e FAP-UNINOVE.

Objetivo do estudo

O objetivo é identificar a interação conceitual entre empreendedorismo e projetos no contexto da transformação digital.

Relevância/originalidade

O empreendedorismo e os projetos são utilizados nas organizações para gerar implicações transformacionais no que tange à novas tecnologias, plataformas, infraestruturas digitais, novos modelos de negócios. Desta forma, torna-se necessário estudos para apoiar o desenvolvimento de teorias, práticas e pesquisas organizacionais.

Metodologia/abordagem

Este estudo é de caráter qualitativo foi subsidiado pela revisão sistemática de literatura. As extrações de dados foram realizadas no Web of Science, Scopus e Google Scholar com amostra final de 329 estudos, e para análise foi utilizado o Iramuteq.

Principais resultados

Foi obtida a constituição de quatro classes: Conceitual, Inovação Corporativa, Formação, e Tecnologias e Usabilidade. As interações entre empreendedorismo, projetos e transformação

digital coexistem de forma mútua nas classes com a inserção de tecnologias digitais, processos de transformação organizacional, estratégia, ações empreendedoras.

Contribuições teóricas/metodológicas

O estudo avança na teoria sobre empreendedorismo e projetos agregando a transformação digital como fator de interação para a compreensão da conceituação teórica e prática dos temas.

Contribuições sociais/para a gestão

Contribui com conhecimentos teóricos e práticos sobre o empreendedorismo, projetos e transformação digital fomentando a educação, criação de ecossistemas, economia digital e formação de novos projetos que podem resultar na melhoria dos processos, da gestão, tomada de decisão e desempenho organizacional.

Palavras-chave: Empreendedorismo, Projetos, Transformação Digital, Revisão Sistemática da Literatura, Iramuteq

Study purpose

The objective is to identify the conceptual interaction between entrepreneurship and projects in the context of digital transformation.

Relevance / originality

Entrepreneurship and projects are used in organizations to generate transformational implications regarding new technologies, platforms, digital infrastructures, new business models. Thus, studies are needed to support the development of organizational theories, practices and research.

Methodology / approach

This qualitative study was supported by a systematic literature review. Data extractions were performed in Web of Science, Scopus and Google Scholar with a final sample of 329 studies, and Iramuteq was used for analysis.

Main results

The constitution of four classes was obtained: Conceptual, Corporate Innovation, Training, and Technologies and Usability The interactions between entrepreneurship, projects and digital transformation coexist mutually in the classes with the insertion of digital technologies, organizational transformation processes, strategy, entrepreneurial actions .

Theoretical / methodological contributions

The study advances the theory of entrepreneurship and projects, adding digital transformation as an interaction factor for understanding the theoretical and practical conceptualization of the themes.

Social / management contributions

It contributes with theoretical and practical knowledge about entrepreneurship, projects and digital transformation, fostering education, creating ecosystems, digital economy and the formation of new projects that can result in the improvement of processes, management, decision-making and organizational performance.

Keywords: ENTREPRENEURSHIP, PROJECTS, DIGITAL TRANSFORMATION, Systematic Review of Literature, Iramuteq

IS SERIALIZATION FOR DRUG TRACEABILITY A COST OR AN INVESTMENT? A STUDY ON ITS IMPLEMENTATION IN BRAZIL

IS SERIALIZATION FOR DRUG TRACEABILITY A COST OR AN INVESTMENT? A STUDY ON ITS IMPLEMENTATION IN BRAZIL

ERIKA DIAGO RUFINO - UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

GLENDA BORGES MADEIRA DE SOUZA -

JEFFERSON TEIXEIRA BUENO -

JAIRO CARDOSO DE OLIVEIRA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Objetivo do estudo

Este estudo visa contribuir para o debate sobre a rastreabilidade de medicamentos, apresentando uma resposta à questão se a serialização seria um investimento ou um custo, a partir de um modelo de business case desenvolvido especialmente para isso.

Relevância/originalidade

A serialização de medicamentos seria uma medida para evitar produtos médicos falsificados, fora do padrão ou roubados, que podem causar mortalidade e diversos prejuízos. Além de sua importância, ainda há dúvidas sobre a viabilidade financeira de sua implantação.

Metodologia/abordagem

A pesquisa foi realizada em duas partes. Primeiro, pesquisa sobre parâmetros específicos usados para analisar casos de negócios, e em seguida, um modelo de negócios foi construído e aplicado a 32 empresas farmacêuticas com diversos tamanhos de investimento e linhas de produção.

Principais resultados

Com os resultados da análise, é possível concluir que a implantação da rastreabilidade pode ser considerada um investimento para a saúde em geral, pois tem potencial para inibir medicamentos falsificados, roubados, extraviados e fora do padrão.

Contribuições teóricas/metodológicas

O business case elaborado nesta pesquisa pode ser utilizado/adaptado para outros contextos, pois envolve conceitos universais do mercado farmacêutico.

Contribuições sociais/para a gestão

Este trabalho propõe uma discussão sobre tecnologias de saúde pública que podem melhorar a qualidade de vida da população e os investimentos necessários para alcançá-la.

Palavras-chave: Medicamentos falsificados, Rastreabilidade, Serialização, Data Matrix, Cadeia de Suprimentos Farmacêuticos

Study purpose

This study aims to contribute to the debate about drug traceability, presenting an answer to the question of whether serialization would be an investment or a cost, based on a business case model specially developed to attend to this.

Relevance / originality

Medicines serialization would be a measure to avoid counterfeit, non-standard, or stolen medical products, which can cause mortality and several losses. Besides its importance, there are still questions about the financial viability of implementing it.

Methodology / approach

The research was conducted in two parts. First, research on specific parameters used to analyze business cases, and then a business model was built and applied to 32 pharma companies with several different sizes of investment and production lines.

Main results

With the results of the analysis, it makes it possible to conclude that the implementation of traceability can be considered an investment for health in general, as it has the potential to inhibit counterfeit, stolen, misplaced, and non-standard medicines.

Theoretical / methodological contributions

The elaborated business case in this research can be used/adapted to other contexts since it involves universal concepts of the pharmaceutical market.

Social / management contributions

This paper proposes a discussion of public health technologies that can improve the quality of life for the population and the necessary investments to achieve it.

Keywords: Counterfeit Drugs, Track and Trace, Serialization, Data Matrix, Pharmaceutical Supply Chain

JOGOS E SIMULADORES EM GESTÃO DE PROJETOS: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA

GAMES AND SIMULATORS IN PROJECT MANAGEMENT: A SYSTEMATIC REVIEW OF THE LITERATURE

SERGIO RICARDO DO NASCIMENTO - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
ISABEL CRISTINA SCAFUTO - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à orgão de fomento:

Agradecimentos ao Fundo de Amparo à Pesquisa - FAP/ UNINOVE

Objetivo do estudo

O objetivo do presente trabalho é compreender a fronteira do conhecimento dos temas jogos ou simulação e gestão de projetos.

Relevância/originalidade

Jogos e Simuladores utilizados em Gestão de Projetos

Metodologia/abordagem

Revisão Sistemática de Literatura

Principais resultados

Panorama da utilização de jogos e simuladores em gestão de projetos

Contribuições teóricas/metodológicas

Construir um cenário de quais os jogos e simuladores são utilizados.

Contribuições sociais/para a gestão

Facilitar o processo de aprendizagem em gestão de projetos

Palavras-chave: Jogos, Simulação, Gestão de Projetos, Revisão Sistemática de Literatura

Study purpose

The objective of the present work is to understand the frontier of the knowledge of the themes games or simulation and project management.

Relevance / originality

Games and Simulators used in Project Management

Methodology / approach

Systematic Review of Literature

Main results

Overview of the use of games and simulators in project management

Theoretical / methodological contributions

Build a scenario of which games and simulators are used.

Social / management contributions

Facilitate the learning process in project management

Keywords: Games, Simulation, Project Management, Systematic Review of the Literature

JORNADAS HEROICAS: ESTUDO DAS COMPETÊNCIAS OBTIDAS NO ESPORTE COMO INSTRUMENTO DE APRENDIZAGEM BASEADA NA PRÁTICA

JORNADAS HEROICAS: ESTUDO DAS COMPETÊNCIAS OBTIDAS NO ESPORTE COMO INSTRUMENTO DE APRENDIZAGEM BASEADA NA PRÁTICA

RODRIGO GUIMARÃES MOTTA - PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO - PUC SP
WAGNER CASTROPIL - INSTITUTO VITA
WAGNER HILÁRIO PADULA BORGES -
MARIA AMÉLIA JUNDURIAN CORÁ - UFAL - UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS

Objetivo do estudo

O objetivo deste artigo foi compreender como seis empresários ou executivos utilizaram intuitivamente o aprendizado baseado na prática das cinco competências que compõem a Teoria do Esportismo e como tais habilidades foram empregadas durante suas trajetórias no esporte e na administração.

Relevância/originalidade

Até o momento é desconhecida a elaboração de pesquisas investigativas realizadas com tais executivos para depreender como as competências desenvolvidas em práticas esportivas, conforme o Esportismo, contribuem para as atuações profissionais, de forma a ampliar o arcabouço exploratório do tema.

Metodologia/abordagem

Para fins metodológicos, este artigo apresenta uma pesquisa qualitativa a partir de uma pesquisa narrativa, visando a estabelecer uma amostra de profissionais de administração que fossem referência de êxito em suas áreas.

Principais resultados

Analisando-se as perspectivas individuais e pessoais dos entrevistados, observou-se como as competências investigadas pela Teoria do Esportismo se mostraram presentes em seus perfis profissionais, de modo que cada um demonstrou ao menos uma habilidade com maior evidência de apropriação.

Contribuições teóricas/metodológicas

A partir de entrevistas semiestruturadas com grandes personalidades do mundo corporativo, o estudo cruzou teórico e empírico de modo a ampliar o entendimento da aprendizagem baseada na prática e do impacto que competências apreendidas no esporte têm na vida profissional.

Contribuições sociais/para a gestão

A pesquisa buscou demonstrar que, entre as diversas práticas que podem ser executadas visando-se ao atingimento da excelência profissional, a aplicação das cinco competências adquiridas no esporte podem contribuir para o desempenho organizacional e a gestão de negócios.

Palavras-chave: Aprendizagem baseada na prática, Esportismo, Práticas esportivas e organizacionais

Study purpose

This study intended to investigate how six businesspeople used intuitively the learning based on the practice of the five competences that make up the Sports theory, and how these abilities were employed in their journeys in sport and in business.

Relevance / originality

It is unknown any investigative research conducted with such executives to comprehend how the competences developed in sports practices, according to the Sports theory, contribute to professional performances, hence this article expands the exploratory framework of this topic.

Methodology / approach

Methodologically, this article presents a qualitative research, based on a narrative inquiry, aiming to provide a sample of businesspeople who were successful benchmarks in their fields.

Main results

Considering the executives' individual and personal perspectives, it was observed how the competences investigated by the Sports theory were shown in their professional profiles, so that each one demonstrated at least one skill with greater evidence of appropriation in their business stories.

Theoretical / methodological contributions

Based on semi-structured interviews with prominent personalities from the corporate world, the study encompassed theoretical and empirical research to broaden the understanding of practice-based learning and the impact competences acquired in sports have on professional life.

Social / management contributions

The study aimed to demonstrate that, among the various practices that can be carried out to achieve professional excellence, the application of the five competences acquired in sports can contribute to organizational performance and business management.

Keywords: Practice-based Learning, Sports, Sports and Organizational Practices

KOPENHAGEN E A APROXIMAÇÃO DA MARCA À ROTINA DO CONSUMIDOR ATRAVÉS DA INOVAÇÃO

KOPENHAGEN AND THE BRAND'S APPROACH TO THE CONSUMER'S ROUTINE THROUGH INNOVATION

MARIANNE PIRES DE OLIVEIRA SANTIN RAMOS - INSTITUTO J&F (ESCOLA GERMINARE)
MARINA ATSUKO UTIDA - INSTITUTO J&F (ESCOLA GERMINARE)
VICTO JOSÉ SARIS MORAES - INSTITUTO J&F (ESCOLA GERMINARE)

Resumo

Para conquistar o público, as empresas reinventam e buscam novas oportunidades de mercado. A Copenhagen sempre soube atender os paladares mais sofisticados e o atual desafio da marca está em expandir sua atuação para além dos produtos presenteáveis e se tornar cada vez mais

uma marca de consumo rotineiro. O Caso de Ensino mostra os esforços da marca em inovar, trazendo novos produtos e serviços para atender às demandas de seu público-alvo, tendo sempre em mente: como aproximar a marca Kopenhagen à rotina de seus consumidores? A aplicação prática do Caso de Ensino permitirá que os alunos compreendam a importância da construção e manutenção de um posicionamento sólido para a perenidade do negócio, mantendo coerência nas atividades e garantindo que a marca rejuvenesça sem perder o espaço conquistado na mente de seus consumidores.

Palavras-chave: Caso de Ensino, Marketing, Inovação, Posicionamento de marca, Branding

Abstract

In order to conquer the consumer, companies reinvent themselves and seek new market opportunities. Kopenhagen has always known how to please the most sophisticated tastes and the brand's current challenge is to expand its operations beyond gifting products and become more and more a brand of routine consumption. The Teaching Case shows the brand's efforts to innovate, bringing new products and services to meet the demands of its target audience, always keeping in mind: how could Kopenhagen be closer to the consumers' routine? The practical application of the Teaching Case will allow students to understand the importance of building and maintaining a solid brand positioning for the perpetuity of the business, maintaining coherence in its activities and ensuring the brand is up to date without losing the space conquered into consumers' minds.

Keywords: Teaching Case, Marketing, Innovation, Brand positioning, Branding

LOCALIZAÇÃO GEOGRÁFICA E VALORAÇÃO ECONÔMICA

GEOGRAPHIC LOCATION AND ECONOMIC VALUATION

FABRÍCIO BARON MUSSI - PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO PARANÁ
ANDERSON BRAGA MENDES - ITAIPU BINACIONAL

Objetivo do estudo

O presente estudo teve como objetivo mensurar economicamente os benefícios decorrentes da presença de uma outra hidrelétrica no curso do rio Paraná, onde a usina hidrelétrica de Itaipu está instalada.

Relevância/originalidade

Procurou-se complementar as discussões contemporâneas a respeito da valoração de serviços ecossistêmicos no contexto das hidrelétricas, ao acrescentar a possibilidade de valoração econômica dos benefícios decorrentes da posição geográfica de uma usina.

Metodologia/abordagem

Empregou-se a abordagem quantitativa, primeiramente para os cálculos de estimativa de vida útil do reservatório de Itaipu e, em seguida, para a valoração econômica dos custos evitados com recuperação do reservatório e com a potencial receita adicional auferida.

Principais resultados

Calculou-se um aumento de 40 anos na vida útil do reservatório de Itaipu em decorrência da sedimentação evitada, além de custos anuais evitados com dragagem de US\$ 695 milhões, e potenciais receitas auferidas de US\$ 164 bi no período estimado.

Contribuições teóricas/metodológicas

A inclusão da questão locacional nos estudos de valoração poderá tornar as estimativas econômicas mais completas, inclusive contribuindo para a redução de várias das lacunas teórico-metodológicas apontadas pela literatura nos estudos dessa temática.

Contribuições sociais/para a gestão

Possibilidade de fazer uso de informações para o gerenciamento da geração de energia em épocas cíclicas, planejar a magnitude e o horizonte de investimentos de médio e longo prazos, e proceder com a análise de cenários de forma mais ampla.

Palavras-chave: Usina hidrelétrica, Cálculo de vida útil, Mensuração econômica

Study purpose

The present study aimed to economically measure the benefits arising from the presence of another hydroelectric plant in the course of the Paraná River, where the Itaipu hydroelectric plant is installed.

Relevance / originality

An attempt was made to complement contemporary discussions about the valuation of ecosystem services in the context of hydroelectric plants, by adding the possibility of economic valuation of the benefits arising from the geographical position of a plant.

Methodology / approach

The quantitative approach was used, firstly for the estimation of the useful life of the Itaipu reservoir and, then, for the economic valuation of the avoided costs with the recovery of the reservoir and with the potential additional revenue earned.

Main results

An increase of 40 years in the useful life of the Itaipu reservoir was calculated as a result of the avoided sedimentation, in addition to annual costs avoided with dredging of US\$ 695 million, and potential income earned of US\$ 164 billion.

Theoretical / methodological contributions

The inclusion of the locational issue in valuation studies may make economic estimates more complete, even contributing to the reduction of several of the theoretical-methodological gaps pointed out by the literature in studies on this theme.

Social / management contributions

Possibility of making use of information for the management of energy generation in cyclical periods, planning the magnitude and horizon of medium and long-term investments, and proceeding with the analysis of scenarios more broadly.

Keywords: Hydroelectric plant, Useful life calculation, Economic measurement

LOGÍSTICA REVERSA: A REGULAMENTAÇÃO DA POLÍTICA NACIONAL DE RESÍDUOS SÓLIDOS NA PERSPECTIVA DO DECRETO 10.936/2022

REVERSE LOGISTICS: THE REGULATION OF THE NATIONAL SOLID WASTE POLICY IN THE PERSPECTIVE OF DECREE 10.936/2022

JOSÉ AIRES TRIGO - UNIVERSIDADE ESTÁCIO DE SÁ
ALINE MONTEIRO GUMARAES TRIGO - CENTRO FEDERAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA CELSO SUCKOW DA FONSECA - CEFET/RJ
THIAGO SANTOS RAMALHO - CEFET-RJ
LEONARDO DE OLIVEIRA EVANGELISTA - UNIVERSIDADE ESTÁCIO DE SÁ

Objetivo do estudo

O presente trabalho objetiva discutir os impactos da nova regulamentação da PNRS no que tange a Logística Reversa.

Relevância/originalidade

O Brasil tem como desafio melhorar a gestão dos resíduos sólidos. A Política Nacional de Resíduos Sólidos veio para definir responsabilidades para ações colaborativas. O Decreto nº 10.936/2022 trouxe nova regulamentação visando, principalmente, promover a implementação dos sistemas de logística reversa.

Metodologia/abordagem

Foi realizada uma pesquisa documental para o posterior processo de análise de conteúdo, através de investigação e exame do Decreto nº 10.936/2022.

Principais resultados

Avaliação dos potenciais ganhos de escala e aproveitamento de sinergias dos sistemas de logística reversa, respeitado o Manifesto de Transporte de Resíduos e a efetividade do Sistema Nacional de Informações sobre a Gestão dos Resíduos Sólidos para a melhoria contínua da gestão.

Contribuições teóricas/metodológicas

Intenciona-se contribuir com a literatura, ainda incipiente sobre o tema, para períodos posteriores à nova regulamentação.

Contribuições sociais/para a gestão

O efetivo encerramento de todos os lixões e aterros controlados é ponto de atenção na gestão de resíduos do país. Tal lacuna emerge como uma oportunidade de estudos, considerando que a realidade da gestão de resíduos sólidos dos municípios brasileiros é heterogênea.

Palavras-chave: Logística Reversa, Resíduo sólido, Responsabilidade Compartilhada, PNRS, Decreto nº 10.936/2022

Study purpose

The present work aims to discuss the impacts of the new PNRS regulation regarding the Reverse Logistics.

Relevance / originality

Brazil has the challenge of improving solid waste management. The National Solid Waste Policy came to define responsibilities for collaborative actions. Decree No. 10,936/2022 introduced new regulations aimed mainly at promoting the implementation of reverse logistics systems.

Methodology / approach

The study used a methodology of documentary research for the subsequent process of content analysis, through investigation and examination of Decree No. 10.936/2022.

Main results

Evaluation of potential gains in scale and use of synergies from reverse logistics systems, respecting the Waste Transport Manifest and the effectiveness of the National Information System on Solid Waste Management for continuous management improvement.

Theoretical / methodological contributions

It is intended to contribute to the literature, still incipient on the subject, for periods after the new regulation.

Social / management contributions

The effective closure of all dumps and controlled landfills is a point of attention in the country's waste management. This gap emerges as an opportunity for studies, considering that the reality of solid waste management in Brazilian municipalities is heterogeneous.

Keywords: Reverse logistic, Solid waste, Shared Responsibility, PNRS, Decree nº 10.936/2022

LOWKO – O DESAFIO DE INOVAÇÃO EM SORVETES

LOWKO – THE ICE CREAM INNOVATION CHALLENGE

MARINA ATSUKO UTIDA - INSTITUTO J&F (ESCOLA GERMINARE)
SIDNEY MATOS MENDES - INSTITUTO GERMINARE

Resumo

Este caso de ensino contextualiza a Marca Lowko no mercado de sorvetes, tendo como objetivo ofertar aos estudantes uma reflexão sobre um panorama da sua criação, dentro de algumas especificidades deste mercado. O objetivo é ofertar aos alunos o contato com reflexões teóricas acerca dos conceitos de inovação e jobs to be done, a partir da produção científica de Christensen (1992). A metodologia caso de ensino visa aproximar os estudantes da prática gerencial. Para isso, leva a realidade do negócio à sala de aula, e permite o desenvolvimento das competências necessárias para o futuro exercício da profissão (Rocha; Galetti; Motta,

2021). É dividido em duas partes: (i) contextualização em que se descreve o negócio, bem como o desafio que enfrenta; e (ii) notas de ensino, que orientam o professor na aplicação do caso (Alberton; Silva, 2018).

Palavras-chave: Inovação, Mercado de Sorvete, Lowko

Abstract

This teaching case contextualizes the Lowko Brand in the ice cream market, aiming to offer students a reflection on an overview of its creation, within some specificities of this market. The objective is to offer students contact with theoretical reflections about the concepts of innovation and jobs to be done, based on the scientific production of Christensen (1992). The teaching case methodology aims to bring students closer to managerial practice. For this, it takes the reality of the business to the classroom, and allows the development of the necessary skills for the future exercise of the profession (Rocha; Galetti; Motta, 2021). It is divided into two parts: (i) contextualization in which the business is described, as well as the challenge it faces; and (ii) teaching notes, which guide the teacher in the application of the case (Alberton; Silva, 2018).

Keywords: Innovation, ice cream market, Lowko

MÃE TERRA ALIMENTANDO A MUDANÇA: COMO A MARCA GEROU VALOR A PARTIR DE SEU POSICIONAMENTO

MÃE TERRA FEEDING CHANGE: HOW THE BRAND GENERATED VALUE FROM ITS POSITIONING

ANDREA C M ANTONACCI - GERMINARE ESCOLA DE NEGÓCIOS
MARIA ANTONIA DIAS MARTINS -

Resumo

A marca Mãe Terra começou em 1979 como um restaurante de comida natural. Depois, ampliou sua atuação com uma loja que vendia grãos e cereais. Passados quase 30 anos, deu foco no marketing social e ambiental e adotou um posicionamento pautado na proposta de oferecer produtos que cuidam do corpo, da alma e do planeta, conduziu a marca para um crescimento com taxas em torno de 30% ao ano. A Mãe Terra atraiu a atenção da gigante Unilever e foi adquirida por ela em 2017.

Palavras-chave: Posicionamento de marca, Sustentabilidade, Mãe Terra

Abstract

Mãe Terra brand began in 1979 as a natural food restaurant. Then he expanded his performance with a store that sold grain and cereals. After almost 30 years, focused on social and environmental marketing and adopted a positioning based on the proposal to offer products

that take care of the body, soul and planet, led the brand to a growth with rates around 30% per year. Mother Earth attracted the attention of giant Unilever and was acquired by it in 2017.

Keywords: brand positioning, sustainability, Mãe Terra

MANUFATURA ADITIVA DE METAL: DESAFIOS E OPORTUNIDADE NA IMPLEMENTAÇÃO

METAL ADDITIVE MANUFACTURING: CHALLENGES AND OPPORTUNITY IN IMPLEMENTATION

ANDERSON FERREIRA DE LIMA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
GILBERTO GOMES SOARES JÚNIOR - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
FABIO HENRIQUE PEREIRA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

Agradecimento à Capes pelo apoio financeiro por meio de bolsa Prosup.

Objetivo do estudo

Este estudo investiga quais são os principais autores e os cluster de pesquisa, bem como os modelos de implementação da manufatura aditiva de metal, que afetam o desempenho da implementação na indústria de manufatura

Relevância/originalidade

Estudos sobre implementação da manufatura aditiva de metal na indústria de manufatura são escassos.

Metodologia/abordagem

Diferentes metodologias de pesquisa são utilizadas neste estudo, como a bibliometria e a revisão sistemática da literatura.

Principais resultados

Os resultados permitiram fornecer orientação para identificação dos modelos e critérios envolvidos e a oportunidade das empresas se avaliarem se estão preparadas para a implementação da manufatura aditiva de metal.

Contribuições teóricas/metodológicas

As contribuições teóricas e práticas deste estudo permitiram a identificação dos principais autores e cluster de pesquisa dos diferentes aspectos da implementação da manufatura aditiva de metal e a proposição de um modelo conceitual para organizar a coleta de dados de implementação

Contribuições sociais/para a gestão

Como contribuição a gestão destaca-se a identificação dos modelos de implementação existentes e dos demais estudos sobre outros desafios e oportunidades, bem como a proposição de um modelo conceitual que pode complementar os modelos atuais de implementação

Palavras-chave: Manufatura Aditiva, Implementação, Desafios, Oportunidades, Modelos

Study purpose

This study investigates which are the main authors and research clusters, as well as the implementation models of metal additive manufacturing, which affect implementation performance in the manufacturing industry.

Relevance / originality

Studies on the implementation of metal additive manufacturing in the manufacturing industry are scarce.

Methodology / approach

Different research methodologies are used in this study, such as bibliometrics and systematic literature review.

Main results

The results provided guidance for identifying the models and criteria involved and the opportunity for companies to assess whether they are prepared for the implementation of metal additive manufacturing.

Theoretical / methodological contributions

The theoretical and practical contributions of this study allowed the identification of the main authors and research cluster of the different aspects of the implementation of metal additive manufacturing and the proposition of a conceptual model to organize the collection of implementation.

Social / management contributions

As a contribution to management, we highlight the identification of existing implementation models and other studies on other challenges and opportunities, as well as the proposition of a conceptual model that can complement the current implementation models.

Keywords: Additive Manufacturing, Implementation, Challenges, Opportunities, Models

MAPEAMENTO SISTEMÁTICO SOBRE A INFLUÊNCIA DA ADOÇÃO DE PRÁTICAS ÁGEIS NA CULTURA ORGANIZACIONAL

SYSTEMATIC MAPPING ON THE INFLUENCE OF ADOPTING AGILE PRACTICES ON ORGANIZATIONAL CULTURE

LETÍCIA SANTOS VELOSO MOREIRA - PECEGE- ESALQ/USP
ENISE ARAGÃO DOS SANTOS - PECEGE- ESALQ/USP

Objetivo do estudo

O presente trabalho teve como objetivo a realização de um mapeamento sistemático, a fim de fornecer uma visão geral de pesquisas que vêm sendo conduzidas sobre a influência da adoção de práticas ágeis na cultura organizacional.

Relevância/originalidade

A decisão de utilizar uma abordagem ágil em detrimento da abordagem tradicional de gerenciamento de projetos afeta toda uma estrutura organizacional, sendo necessário, para tal, avaliar aspectos da cultura organizacional.

Metodologia/abordagem

A construção metodológica deste trabalho se deu por meio de um mapeamento sistemático (MS), que se apoiou nas etapas definidas por Kitchenham & Charters (2007).

Principais resultados

O sucesso ou fracasso na implantação de metodologias ágeis está intrinsicamente ligado a estrutura organizacional, sendo necessárias adaptações de acordo com o contexto de cada empresa, e a transição da gestão tradicional para o ágil está baseada fortemente nas pessoas.

Contribuições teóricas/metodológicas

Buscou-se com este trabalho contribuir para a evolução e incremento de literaturas relacionadas à cultura organizacional e gerenciamento ágil de projetos.

Contribuições sociais/para a gestão

Espera-se que a gestão verifique a necessidade de analisar os impactos da implementação da abordagem ágil no dia a dia dos colaboradores, dificuldades de absorção, benefícios e custo da mudança.

Palavras-chave: Gestão de Projetos, Metodologias ágeis, Cultura Organizacional

Study purpose

The present work aimed to carry out a systematic mapping, in order to provide an overview of research that has been conducted on the influence of the adoption of agile practices on organizational culture.

Relevance / originality

The decision to use an agile approach to the detriment of the traditional project management approach affects an entire organizational structure, being necessary, for this, to evaluate aspects of the organizational culture.

Methodology / approach

The methodological construction of this work took place through a systematic mapping (MS), which was supported by the steps defined by Kitchenham & Charters (2007).

Main results

The success or failure in the implementation of agile methodologies is intrinsically linked to the organizational structure, requiring adaptations according to the context of each company, and the transition from traditional management to agile is based heavily on people.

Theoretical / methodological contributions

The aim of this work was to contribute to the evolution and increase of literature related to organizational culture and agile project management.

Social / management contributions

Management is expected to verify the need to analyze the impacts of implementing the agile approach on the daily lives of employees, absorption difficulties, benefits and cost of change.

Keywords: Project Management, Agile Methodologies, Organizational Culture

MARKETING DIGITAL COMO ESTRATÉGIA INTELIGENTE DE VENDAS: ESTUDO DE CASO EM UM PEQUENO EMPREENDIMENTO EM FASE DE CONSOLIDAÇÃO DO NEGÓCIO

*DIGITAL MARKETING AS A SMART SALES STRATEGY: A CASE STUDY IN A SMALL
ENTERPRISE IN THE BUSINESS CONSOLIDATION PHASE*

ITALO FELLIPE BORGES DOS REIS - FACULDADE DOCTUM DE JOÃO MONLEVADE
BRENO EUSTÁQUIO DA SILVA - INSTITUTO ENSINAR BRASIL - REDE DOCTUM
LUZIA NUNES DOS SANTOS - INSTITUTO ENSINAR BRASIL - REDE DOCTUM
ANA PAULA COTA MOREIRA - REDE DE ENSINO DOCTUM

Objetivo do estudo

Geral: descrever a contribuição do marketing digital para potencializar as vendas. Específicos: descrever como aumentar a presença digital das pequenas empresas; explorar as redes sociais para potencializar as vendas; elaborar um planejamento de marketing digital para um empreendimento em fase inicial.

Relevância/originalidade

Justifica-se esse artigo tanto pelo fato de micro e pequenas empresas terem um importante papel na economia do país, quanto pelo fato de o marketing digital não estar ainda sendo utilizado em todo o seu potencial por essas empresas.

Metodologia/abordagem

Pesquisa aplicada, qualitativa, cujos objetivos a caracterizam como pesquisa exploratória de viés descritivo; quanto aos procedimentos foi adotado o estudo de caso. A coleta de dados ocorreu a partir de pesquisa bibliográfica, entrevista informal com os gestores e aplicação de questionário formal.

Principais resultados

O estudo apontou a importância de se considerar a jornada de compra do cliente como um dos principais fatores a serem observados na tomada de decisão em termos de estabelecimento de comunicação com os usuários das redes sociais da empresa.

Contribuições teóricas/metodológicas

O estudo aplicado permitiu exemplificar alguns dos diversos desafios enfrentados pelo empreendedor brasileiro. Também elucidou as contribuições de ferramentas de gestão para diagnóstico, autoanálise e provimento de um plano de ações capaz de aumentar a competitividade do negócio.

Contribuições sociais/para a gestão

A pesquisa chama atenção para o tratamento inteligente da informação a partir do uso de ferramentas SWOT e 5W2H, que comprovam que uma visão estratégica começa por organizar os dados da empresa e dos usuários das redes sociais.

Palavras-chave: Marketing Digital, Pequena Empresa, Redes Sociais, SWOT, 5W2H

Study purpose

General: describe the contribution of digital marketing to boost sales. Specific: describe how to increase the digital presence of small businesses; explore social networks to boost sales; develop a digital marketing plan for an early stage venture.

Relevance / originality

This article is justified both by the fact that micro and small companies have an important role in the country's economy, and by the fact that digital marketing is not yet being used to its full potential by these companies.

Methodology / approach

Applied and qualitative research, whose objectives characterize it as exploratory research with a descriptive bias; as for the procedures, the case study was adopted. Data collection took place through bibliographic research, informal interviews with managers and application of a formal questionnaire.

Main results

The study pointed out the importance of considering the customer's purchase journey as one of the main factors to be observed in decision making in terms of establishing communication with users of the company's social networks.

Theoretical / methodological contributions

The applied study allowed to exemplify some of the diverse challenges faced by the Brazilian entrepreneur. It also clarified the contributions of management tools for diagnosis, self-analysis and provision of an action plan capable of increasing the competitiveness of the business.

Social / management contributions

The research draws attention to the intelligent treatment of information through the use of SWOT and 5W2H tools, which prove that a strategic vision begins with organizing the company's data and the users of social networks.

Keywords: Digital Marketing, Small Business, Social Networks, SWOT, 5W2H

MATURIDADE EM GERENCIAMENTO DE PROJETOS EM UMA EMPRESA DO RAMO DE BENS DE CAPITAL

PROJECT MANAGEMENT MATURITY IN A CAPITAL GOODS COMPANY

THAIS STEFANY SANTIAGO BRANDÃO - CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BELO HORIZONTE UNIBH
JOSE LUIS DALTO - UTFPR - UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ

Objetivo do estudo

O presente artigo tem como objetivo analisar o nível de maturidade de gerenciamento de projetos em uma empresa do ramo de bens de capital.

Relevância/originalidade

Uma das melhores formas para obter sucesso e atingir uma posição competitiva para as organizações é a aplicação de conhecimentos em gerenciamento de projetos integrando todas as áreas dentro e fora da organização.

Metodologia/abordagem

Pesquisa de maturidade utilizando o Modelo de Maturidade em Gerenciamento de Projetos (MMGP). Após a escolha do método, foi aplicado um questionário com quarenta questões a um dos cinco gerentes de projetos da empresa.

Principais resultados

Observou-se que a empresa está entre o nível Padronizado e Gerenciado, e se encontra acima da média brasileira.

Contribuições teóricas/metodológicas

A principal contribuição teórica do estudo é a replicação do mesmo em uma empresa de bens de capital.

Contribuições sociais/para a gestão

Como contribuição desta pesquisa, as evidências dos pontos positivos e de melhoria podem auxiliar a empresa na realização de uma análise específica e elaborar um plano de ação para a excelência em maturidade.

Palavras-chave: gerenciamento de projetos, PMBOK, Maturidade, MMGP, empresa de bens de capital

Study purpose

This article aims to analyze the project management maturity level in a capital goods company.

Relevance / originality

One of the best ways to succeed and achieve a competitive position for organizations is the application of project management knowledge integrating all areas inside and outside the organization.

Methodology / approach

Maturity research using the Project Management Maturity Model (MMGP). After choosing the method, a questionnaire with forty questions was applied to one of the company's five project managers.

Main results

It was observed that the company is between the Standardized and Managed level, and is above the Brazilian average.

Theoretical / methodological contributions

The main theoretical contribution of the study is its replication in a capital goods company.

Social / management contributions

As a contribution of this research, evidence of positive points and improvement can help the company to carry out a specific analysis and develop an action plan for excellence in maturity.

Keywords: project management, PMBOK, maturity, MMGP, capital goods company

MATURIDADE EM GESTÃO DE PROJETOS: UMA ANÁLISE NO CONTEXTO DAS INDÚSTRIAS CRIATIVAS

PROJECT MANAGEMENT MATURITY: AN ANALYSIS IN THE CONTEXT OF CREATIVE INDUSTRIES

ANA CLARA AMARAL LIMA - UFSJ - UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO JOÃO DEL-REI

PAULA KARINA SALUME - UFSJ - UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO JOÃO DEL-REI

PEDRO LAGO - UFSJ - UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO JOÃO DEL-REI

Agradecimento à órgão de fomento:

Agradecemos à Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação (PROPE) da Universidade Federal de São João del-Rei - UFSJ pelo apoio por meio do Programa Institucional de Desenvolvimento Acadêmico nas Ações Afirmativas – PIDAC-Af.

Objetivo do estudo

A presente pesquisa teve como objetivo mensurar o nível de maturidade em gestão de projetos de instituições pertencentes às indústrias criativas, situadas na microrregião de São João del-Rei – MG.

Relevância/originalidade

O estudo apresenta a aplicação de modelos de maturidade em gestão de projetos em organizações pertencentes às indústrias criativas.

Metodologia/abordagem

Adotou-se o Modelo de Maturidade em Gestão de Projetos, que é composto por um instrumento de coleta de dados composto por 40 questões com 5 opções de resposta. Foram entrevistados 9 gestores de instituições que fazem parte da indústria criativa.

Principais resultados

Apurou-se que a média da AFM das instituições pesquisadas foi de 2,37, enquadrando-as no nível 2 “Conhecido”. Observou-se ainda uma aderência fraca aos níveis de maturidade e uma aderência regular em relação às dimensões de maturidade.

Contribuições teóricas/metodológicas

A pesquisa validou a aplicação do modelo Prade de maturidade em instituições culturais, pertencentes às indústrias criativas.

Contribuições sociais/para a gestão

O trabalho traz um breve panorama das indústrias criativas da microrregião de São João del-Rei acerca do nível de maturidade em gestão de projetos e oferece caminhos para melhoria nas práticas, tendo em vista o alcance de patamares elevados de maturidade.

Palavras-chave: MMGP, Modelos de maturidade em gestão de projetos, Indústria criativa

Study purpose

The present research aimed to measure the level of maturity in project management of institutions belonging to the creative industries, located in the micro-region of São João del-Rei - MG.

Relevance / originality

The study presents the application of maturity models in project management in organizations belonging to the creative industries.

Methodology / approach

The Project Management Maturity Model was adopted, which is composed of a data collection instrument composed of 40 questions with 5 response options. Nine managers from institutions that are part of the creative industry were interviewed.

Main results

It was found that the average AFM of the institutions surveyed was 2.37, placing them in level 2 “Known”. It was also observed a weak adherence to the maturity levels and a regular adherence in relation to the maturity dimensions.

Theoretical / methodological contributions

The research validated the application of the Prade model of maturity in cultural institutions belonging to the creative industries.

Social / management contributions

The paper provides a brief overview of the creative industries in the micro-region of São João del-Rei about the level of maturity in project management and offers ways to improve practices, with a view to reaching high levels of maturity.

Keywords: MMGP, Project management maturity models, Creative industry

METARROTINAS DE CAPACIDADES ABSORTIVAS: ESTUDO DA ESTRATÉGIA SAÚDE DA FAMÍLIA NA CIDADE DE CURITIBA-PR

ABSORPTIVE CAPACITY METAROUTINES: A STUDY ABOUT FAMILY HEALTH STRATEGY IN CURITIBA CITY

FABIO MELLO FAGUNDES - UNIVERSIDADE POSITIVO

CLEONIR TUMELERO - UNIVERSIDADE POSITIVO

MARCELE GUIMARÃES FAGUNDES - UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ - UFPR

Objetivo do estudo

Analisar o desenvolvimento de metarrotinas de capacidades absorptivas na Estratégia Saúde da Família de UBS na cidade de Curitiba-PR.

Relevância/originalidade

Relevância está na pergunta de pesquisa: Como metarrotinas de capacidades absorptivas influenciam o desenvolvimento de conhecimentos na Estratégia Saúde da Família de UBS na cidade de Curitiba-PR?

Metodologia/abordagem

Estudo qualitativo, fenomenologia como epistemologia. Pesquisa histórica e estudo de caso. A unidade de análise foi a gestão da ESF de Curitiba. Coleta de dados feita por fontes secundárias e entrevistas semiestruturadas. A análise de dados foi a Análise de Conteúdo.

Principais resultados

Ao estudar as metarrotinas de capacidades absorptivas da Estratégia Saúde da Família de UBS, na cidade de Curitiba-PR, possibilitou criar um modelo conceitual de metarrotinas de capacidades absorptivas, de caráter propositivo, colaborando para desenvolver o conhecimento de forma sistematizada em outras organizações

Contribuições teóricas/metodológicas

Espera-se ampliar os estudos sobre metarrotinas de capacidades absorptivas, suas relações com o setor público e, em especial, as reflexões sobre conhecimento nas organizações, além de deixar um legado para a maneira como o conhecimento é tratado na gestão da saúde brasileira.

Contribuições sociais/para a gestão

Colaborar para o alcance do ODS 3 (Objetivo de desenvolvimento sustentável), que trata de saúde e bem-estar.

Palavras-chave: Capacidades Absortivas, Conhecimento, Estratégia Saúde da Família, Metarrotinas, Rotinas

Study purpose

To analyze the development of absorptive capacity metaroutines in the Family Health Strategy of basic health unit in the city of Curitiba-PR.

Relevance / originality

Relevance lies in the research question: How do absorptive capacity metaroutines influence the development of knowledge in the Family Health Strategy of basic health unit in the city of Curitiba-PR?

Methodology / approach

Qualitative study, phenomenology as epistemology. Historical research and case study. The unit of analysis was the management of the family health strategy in Curitiba. Data collection by secondary sources and semi-structured interviews. Data analysis was Content Analysis.

Main results

By studying the metaroutines of absorptive capacities of the Family Health Strategy, in the city of Curitiba-PR, it was possible to create a conceptual model of metaroutines of absorptive capacities, of a propositional nature, collaborating to develop knowledge in organizations.

Theoretical / methodological contributions

It is expected to expand the studies on absorptive capacity metaroutines, their relations with the public sector and, in particular, reflections on knowledge in organizations, in addition to leaving a legacy for the way knowledge is treated in Brazilian health management.

Social / management contributions

Collaborate to achieve SDG 3 (Sustainable Development Goal), which deals with health and well-being.

Keywords: Absorptive Capacity, Family Health Strategy, Knowledge, Metaroutines, Routines

MÉTODOS ÁGEIS E APRENDIZAGEM ORGANIZACIONAL EM EMPRESAS ORIENTADAS A PROJETOS

LEARNING IN THE TRANSFORMATION OF ORGANIZATIONS WITH THE IMPLEMENTATION OF AGILE METHODS

ELIANE LIMA RODRIGUES - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
RONALDO CRUZ DA SILVA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

Agradecimentos ao Fundo de Amparo à Pesquisa - FAP/ UNINOVE.

Objetivo do estudo

O objetivo deste estudo é compreender como a aprendizagem organizacional acontece durante a implementação de métodos ágeis no ambiente de Gerenciamento de Projetos em empresas orientadas a projetos

Relevância/originalidade

A relevância deste estudo pode ser justificada porque essa implementação pode ocorrer por prática coercitiva, que entra no ambiente estável da organização, por meio dos projetos de métodos ágeis, provocando resistência e afetando negativamente a aprendizagem organizacional.

Metodologia/abordagem

Foram entrevistados 20 profissionais que atuam ou que já atuaram em projetos de implementação de sistemas de Tecnologia da Informação (TI), pertencentes a duas empresas orientadas a projetos, participantes do estudo.

Principais resultados

Por meio dos resultados, foi possível consolidar uma relação de fatores, como boas práticas na implementação de projetos ágeis e na influência da aprendizagem organizacional nas organizações.

Contribuições teóricas/metodológicas

Como contribuição, este trabalho apresenta uma visão geral das práticas de implementação de projetos ágeis e aprendizagem organizacional, associadas aos clientes, à equipe de projetos, e às lideranças das organizações.

Contribuições sociais/para a gestão

Almeja-se que esta pesquisa colabore com as empresas orientadas a projetos como um apoio na transferência de conhecimento entre indivíduos e equipes e na multiplicação da aprendizagem de forma assertiva.

Palavras-chave: Agil, Scrum, Lean, Aprendizagem

Study purpose

The objective of this study is to understand how organizational learning happens during the implementation of agile methods in the Project Management environment in project-oriented companies.

Relevance / originality

The relevance of this study can be justified because this implementation can occur through coercive practice, which enters the organization's stable environment, through agile methods projects, provoking resistance and negatively affecting organizational learning.

Methodology / approach

We interviewed 20 professionals who work or who have worked in projects to implement Information Technology (IT) systems, belonging to two project-oriented companies, participating in the study.

Main results

Through the results, it was possible to consolidate a list of factors, such as good practices in the implementation of agile projects and the influence of organizational learning in organizations.

Theoretical / methodological contributions

As a contribution, this work presents an overview of agile project implementation practices and organizational learning, associated with customers, the project team, and the leaders of organizations.

Social / management contributions

It is hoped that this research will collaborate with project-oriented companies as a support in the transfer of knowledge between individuals and teams and in the multiplication of learning in an assertive way.

Keywords: Métodos Ágeis;, Aprendizagem Organizacional, Empresas Orientadas a Projetos, Gerenciamento de Projetos

MICROFUNDAMENTOS DA CRIAÇÃO DE CAPACIDADES ORGANIZACIONAIS: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA

MICROFOUNDATIONS OF ORGANIZATIONAL CAPABILITY CREATION: A SYSTEMATIC REVIEW

FÁBIO JOSÉ DOS SANTOS - USP - UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FELIPE MENDES BORINI - USP - UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

Objetivo do estudo

Este artigo de revisão possui como objetivo analisar, sob a perspectiva de microfundamentos, os elementos constituintes da criação de capacidades organizacionais

Relevância/originalidade

A partir de uma revisão sistemática de artigos publicados nos principais jornais de administração este artigo revela que existem elementos constituintes em sinergia na literatura sobre microfundamentos, o que traz uma perspectiva original na pesquisa na área de recursos e capacidades

Metodologia/abordagem

Após análise de 19 artigos selecionados entre os principais periódicos da lista ABS (Chartered Association of Business Schools) em uma revisão sistemática, o autor localizou 3 principais elementos constituintes da criação de capacidades organizacionais.

Principais resultados

Os três elementos microfundacionais constituintes da criação de capacidades organizacionais identificados foram: “conhecimento”, “cognição” e “Rotina.

Contribuições teóricas/metodológicas

Este trabalho tem como contribuição teórica a intenção de consolidar os estudos sobre a criação de capacidades organizacionais em seu nível de microfundamentos.

Contribuições sociais/para a gestão

No nível gerencial o artigo apresenta uma visão clara dos elementos mais convergentes na literatura para a criação de capacidades organizacionais, uma habilidade essencial na tomada de decisão estratégica.

Palavras-chave: Capacidades, Cognição, Conhecimento, Microfundamentos, Rotina

Study purpose

This review article aims to analyze, from the perspective of microfoundations, the constitutive elements of the creation of organizational capabilities.

Relevance / originality

From a systematic review of articles published in the main management journals, this article reveals that there are constituent elements in synergy in the literature on microfoundations, which brings an original perspective on research in the area of resources and capabilities.

Methodology / approach

After analyzing 19 articles selected from the main journals on the ABS (Chartered Association of Business Schools) list in a systematic review, the author found 3 main constituent elements of organizational capability creation.

Main results

The three constituent microfoundational elements of the creation of organizational capacities identified were: “knowledge”, “cognition” and “Routine.

Theoretical / methodological contributions

This work has as a theoretical contribution the intention of consolidating studies on the creation of organizational capabilities at their micro-foundational level.

Social / management contributions

At the managerial level, the article presents a clear view of the most converging elements in the literature for the creation of organizational capabilities, an essential skill in strategic decision making.

Keywords: Capabilities, Cognition, Knowledge, Microfoundations, Routine

MÍDIAS SOCIAIS: O COMPORTAMENTO DOS TORCEDORES DO ATLÉTICO MINEIRO E CRUZEIRO NAS REDES SOCIAIS OFICIAIS DOS CLUBES

SOCIAL MEDIA: THE BEHAVIOR OF ATLÉTICO MINEIRO AND CRUZEIRO FANS ON THE CLUBS' OFFICIAL SOCIAL NETWORKS

IVAN GONÇALVES GROSSI - UFSJ - UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO JOÃO DEL-REI
PAULA KARINA SALUME - UFSJ - UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO JOÃO DEL-REI
GERALDO MAGELA JARDIM BARRA - UFSJ - UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO JOÃO DEL-REI

Objetivo do estudo

Compreender a gestão das mídias sociais dos clubes de futebol Atlético Mineiro (CAM) e Cruzeiro Esporte Clube

Relevância/originalidade

A proximidade e a interatividade com os torcedores por meio da internet podem facilitar para as administrações dos clubes pensarem em estratégias de gestão, ações de marketing e promoção de eventos, com o entendimento da tendência de comportamento de seus seguidores.

Metodologia/abordagem

Pesquisa survey, com a aplicação de um questionário online como meio de obter informações e práticas em relação aos torcedores dos times. Observação não participante por meio da investigação e análise das redes sociais dos times (Twitter e Instagram).

Principais resultados

Demonstrou a interação das mídias sociais dos dois clubes com os seus torcedores, analisando o tipo de conteúdo mais identificado, a maneira como é feita essa comunicação e a opinião dos torcedores quanto a essas estratégias.

Contribuições teóricas/metodológicas

Dada a importância das receitas para a sustentabilidade dos times de futebol, o marketing digital através das redes sociais dessas instituições é primordial para o contato com o público e um meio de divulgação da marca.

Contribuições sociais/para a gestão

O estudo apresentou respostas e elucidações sobre a maneira como os torcedores veem e se comunicam com as redes sociais do Atlético-MG e do Cruzeiro, de que forma essas instituições utilizam suas redes sociais e pontos relevantes de aprimoramento para os times.

Palavras-chave: Mídias sociais, Teoria das redes, Redes sociais

Study purpose

Understand the management of social media of football clubs Atlético Mineiro (CAM) and Cruzeiro Esporte Clube

Relevance / originality

The proximity and interactivity with fans through the internet can make it easier for club administrations to think about management strategies, marketing actions and event promotion, with an understanding of the behavior trend of their followers.

Methodology / approach

Survey research, with the application of an online questionnaire as a means of obtaining information and practices in relation to the fans of the teams. Non-participant observation through investigation and analysis of the teams' social networks (Twitter and Instagram).

Main results

It demonstrated the interaction of the two clubs' social media with their fans, analyzing the type of content most identified, the way in which this communication is carried out and the opinion of the fans regarding these strategies.

Theoretical / methodological contributions

Given the importance of revenues for the sustainability of football teams, digital marketing through the social networks of these institutions is essential for contact with the public and a means of promoting the brand.

Social / management contributions

The study presented answers and elucidations about the way fans see and communicate with the social networks of Atlético-MG and Cruzeiro, how these institutions use their social networks and relevant points of improvement for the teams.

Keywords: Social media, Network theory, Social networks

MIX DE MARKETING DO PRODUTO SONHO DE VALSA

PRODUCT MARKETING MIX SONHO DE VALSA

GABRIELLE AYUMI MENDES - UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PARANÁ - UNESPAR - CAMPUS APUCARANA

EDUARDA DE MELO FERREIRA - UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PARANÁ - UNESPAR - CAMPUS APUCARANA

Resumo

O objetivo desse estudo foi analisar quais são as variáveis controláveis do Sonho de Valsa (Lacta) usadas na estratégia de Marketing que atingem cada vez mais consumidores. Para o diagnóstico organizacional, foi realizado um estudo exploratório e análise qualitativa, com coleta de dados secundários sobre o Mix de Marketing. O Mix de Marketing consolidado foi executado através de um produto que passa sua mensagem através do design, embalagem e propaganda. Como possui um preço acessível, o bombom se tornou popular e é encontrado em inúmeras praças de venda, sendo considerado um dos produtos na categoria bombom, mais consumidos pela população brasileira.

Palavras-chave: Mix de Marketing, Estratégia de Marketing, Posicionamento, Marca, Bombom

Abstract

The objective of this study was to analyze which are the controllable variables of Sonho de Valsa (Lacta) used in the Marketing strategy that reach more and more consumers. For the organizational diagnosis, an exploratory study and qualitative analysis were carried out, with the collection of secondary data on the Marketing Mix. The consolidated Marketing Mix was executed through a product that conveys its message through design, packaging and

advertising. As it has an affordable price, bonbon has become popular and is found in numerous sales places, being considered one of the products in the bonbon category, most consumed by the Brazilian population.

Keywords: Marketing Mix, Marketing Strategy, Positioning, Brand, Sugarplum

MIX DE MARKETING: AS PRÁTICAS DA EMPRESA THE FINI COMPANY NO MERCADO BRASILEIRO

MARKETING MIX: THE PRACTICES OF THE FINI COMPANY IN THE BRAZILIAN MARKET

ALINNE SORZI CAVASSANI - UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PARANÁ - UNESPAR - CAMPUS APUCARANA
ISADORA TÓFOLI NONIS - UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PARANÁ - UNESPAR - CAMPUS APUCARANA

Resumo

O Mix de Marketing tem grande importância para as empresas, como uma ferramenta que orienta o planejamento e faz com que as estratégias sejam efetivas no mercado. O estudo teve como objetivo identificar os 4P's do Mix de Marketing da empresa The Fini Company considerando sua atuação no mercado brasileiro. Para tanto, foi realizado um estudo exploratório de abordagem qualitativa, com coleta das informações realizada em fontes secundárias, tais como a Home Page e a rede social pelo Instagram, a fim de identificar os 4P's nas atividades da empresa Fini. Os produtos oferecidos pela Fini possuem uma descrição criativa, uma tabela nutricional e os ingredientes. As propagandas do produto podem ser vistas nas redes sociais, YouTube e com sua logomarca característica nas lojas.

Palavras-chave: Preço, Praça, Promoção, Produto, Estratégia

Abstract

The Marketing Mix is of great importance for companies, as a tool that guides planning and makes strategies effective in the market. The study purpose to identify the 4P's of the Marketing Mix of The Fini Company considering its performance in the Brazilian market. To this end, an exploratory study with a qualitative approach was carried out, with data collection carried out in secondary sources, such as the Home Page and the social network through Instagram, in order to identify the 4P's in the activities of the Fini company. The products offered by Fini have a creative description, a nutritional table and the ingredients. Product advertisements can be seen on social media, YouTube and with its characteristic logo in stores.

Keywords: Price, Place, Promotion, Product, Strategy

MODELO CONCEITUAL SOBRE OS ANTECEDENTES E RESULTADOS DA CAPACIDADE ABSORTIVA INDIVIDUAL

CONCEPTUAL MODEL ON THE BACKGROUND AND RESULTS OF INDIVIDUAL ABSORPTIVE CAPACITY

RONY CASTRO FERNANDES DE SOUSA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
PRISCILA REZENDE DA COSTA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

CAPES e CNPq.

Objetivo do estudo

O objetivo foi desenvolver um modelo conceitual sobre os antecedentes e resultados da capacidade absorptiva individual.

Relevância/originalidade

Embora seja extensa e consolidada a pesquisa sobre a capacidade absorptiva no nível da firma, a capacidade de absorção individual foi negligenciada, demandando, portanto, novas investigações sobre os seus antecedentes comportamentais e efeitos para inovação.

Metodologia/abordagem

Realizou-se um ensaio teórico, mediante revisão bibliográfica

Principais resultados

Foi desenvolvido um modelo conceitual sobre os antecedentes e resultados da capacidade absorptiva individual.

Contribuições teóricas/metodológicas

Foram apresentadas contribuições ao campo conceitual da capacidade absorptiva individual, envolvendo a sistematização de hipóteses de antecedência (motivação intrínseca e extrínseca e estilo cognitivo associativo e dissociativo), de resultados (desempenho inovador individual) e de moderação (contexto de crise).

Contribuições sociais/para a gestão

Formuladores de políticas e gestores devem investir em programas de treinamento e capacitação abordando o desenvolvimento da capacidade dos colaboradores absorverem conhecimento externo para a geração de inovações em tempos de crise, sendo necessário, compreender, a priori, os aspectos motivacionais e cognitivos.

Palavras-chave: Motivação, Cognição, Capacidade Absorptiva Individual, Desempenho Inovador Individual, Tempos de crise

Study purpose

The objective was to develop a conceptual model on the antecedents and results of individual absorptive capacity.

Relevance / originality

Although research on absorptive capacity at the firm level is extensive and consolidated, individual absorptive capacity has been neglected, thus demanding further investigations into its behavioral antecedents and effects for innovation.

Methodology / approach

A theoretical essay was carried out, through a bibliographic review

Main results

A conceptual model was developed on the antecedents and results of individual absorptive capacity.

Theoretical / methodological contributions

Contributions to the conceptual field of individual absorptive capacity were presented, involving the systematization of hypotheses of advance (intrinsic and extrinsic motivation and associative and dissociative cognitive style), of results (individual innovative performance) and of moderation (crisis context).

Social / management contributions

Policymakers and managers should invest in training and qualification programs addressing the development of employees' capacity to absorb external knowledge to generate innovations in times of crisis, being necessary to understand, a priori, the motivational and cognitive aspects.

Keywords: Motivation, Cognition, Individual Absorptive Capacity, Individual Innovative Performance, Crisis times

MODELO DE TERAPIA DE GRUPO MEDIADA POR TECNOLOGIAS DIGITAIS DE COMUNICAÇÃO ORIGINADO EM UM PROJETO ORIENTADO POR DESIGN THINKING

GROUP THERAPY MODEL MEDIATED BY DIGITAL COMMUNICATION TECHNOLOGIES ORIGINATED IN A PROJECT GUIDED BY DESIGN THINKING

DANIELI ARTUZI PES BACKES - UFMT - UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO
LAÍS DE SOUZA ALMEIDA - UFMT - UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO
ANA PAULA SANTOS NOGUEIRA - UFMT - UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO

Agradecimento à órgão de fomento:

Agradecimentos à FAPEMAT pelo apoio às bolsistas de iniciação científica e tecnológica do projeto.

Objetivo do estudo

O objetivo principal foi mapear o arranjo necessário para um modelo de terapia de grupo mediada por tecnologias digitais de comunicação. O objetivo secundário foi relatar como a abordagem do Design Thinking (DT) orientou o projeto em todas as suas fases.

Relevância/originalidade

Vários estudos sobre terapia de grupo foram realizados em períodos anteriores à pandemia, onde era possível desenvolver um sistema de atendimento presencial. No caso relatado, o desafio foi criar um ambiente acolhedor e interativo mediado por tecnologias digitais usando o Design Thinking.

Metodologia/abordagem

A experiência relatada teve por base a pesquisa ação. Esse tipo de pesquisa se situa entre a prática e a pesquisa acadêmica e se caracteriza pela ação do pesquisador no ambiente de pesquisa (Tripp, 2005). Nesse relato foi detalhada a experimentação realizada.

Principais resultados

O modelo de terapia virtual apresentado passou por várias fases de construção colaborativa, que incluíram desde a identificação do problema até a testagem do protótipo, emergente da ideação coletiva. Ajustes foram necessários na etapa de testagem e assim chegou-se ao modelo adequado.

Contribuições teóricas/metodológicas

A contribuição teórico-metodológica do estudo foi a testagem prática do modelo de DT da Stanford d school's. As adaptações realizadas evidenciaram que a abordagem valoriza a dinamicidade do ambiente e dos atores envolvidos. Os esforços pelo aprimoramento são bem recebidos na DT.

Contribuições sociais/para a gestão

A contribuição social foi o desenvolvimento de um modelo testado de terapia de grupo mediada por tecnologias digitais de comunicação, que poderá ser usado por qualquer instituição e com públicos variados.

Palavras-chave: Modelo, Terapia de grupo, Tecnologias digitais, Design Thinking

Study purpose

The main objective was to map the necessary arrangement for a group therapy model mediated by digital communication technologies. The secondary objective was to report how the Design Thinking (DT) approach guided the project in all its phases.

Relevance / originality

Several studies on group therapy were carried out in periods prior to the pandemic, where it was possible to develop a face-to-face care system. In the reported case, the challenge was to create a welcoming and interactive environment mediated by digital technologies.

Methodology / approach

The experience reported was based on action research. This type of research is situated between practice and academic research and is characterized by the researcher's action in the research environment (Tripp, 2005). In this report, the experimentation carried out was detailed.

Main results

The virtual therapy model presented went through several phases of collaborative construction, which included from the identification of the problem to the testing of the prototype, emerging from the collective ideation.

Theoretical / methodological contributions

The theoretical-methodological contribution of the study was the practical testing of the Stanford d school's DT model. The adaptations made showed that the approach values the dynamics of the environment and the actors involved. Efforts for improvement are well received at DT.

Social / management contributions

The social contribution was the development of a tested model of group therapy mediated by digital communication technologies, which can be used by any institution and with different audiences.

Keywords: Model, Group therapy, Digital technologies, Design Thinking

MVP DE UMA NOVA FUNCIONALIDADE EM UM SOFTWARE DE TRADE MARKETING

MVP OF A NEW FEATURE IN A TRADE MARKETING SOFTWARE

DANIELA FURTADO SILVEIRA - UNIVALI - UNIVERSIDADE DO VALE DO ITAJAÍ
GUILHERME SAUTHIER - UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA - UFSC
RICARDO TRISKA -
GIORGIO GILWAN DA SILVA -

Objetivo do estudo

Identificar características essenciais, tendo como base o MVP para o lançamento de um produto, considerando a redução do trabalho operacional para o usuário de back office.

Relevância/originalidade

O impacto no âmbito profissional é mostrar que a aplicação do MVP traz valor não somente para startups como também para um software já consolidado no mercado.

Metodologia/abordagem

Pesquisa descritiva, pesquisa exploratória além ser utilizado o planejamento amostral não probabilístico.

Principais resultados

A presente pesquisa apresentou como o desenvolvimento de um MVP contribuiu para a redução do trabalho operacional em um software de trade marketing.

Contribuições teóricas/metodológicas

Os apontamentos de Eric Ries e Steve Blank, ambos evidenciam a importância de se ter os usuários como ponto central no desenvolvimento de produtos.

Contribuições sociais/para a gestão

Foi possível identificar alguns pontos de fricção para o cadastro do mix de produto, uma redução significativa na quantidade de agendamentos e trabalho operacional por partes dos clientes.

Palavras-chave: Trade Marketing, Design de Serviço, Funcionalidade

Study purpose

Identify essential characteristics, based on the MVP for the launch of a product, considering the reduction of operational work for the back office user.

Relevance / originality

The impact on the professional scope is to show that the application of MVP brings value not only to startups but also to a software already consolidated in the market.

Methodology / approach

Descriptive research, exploratory research in addition to non-probabilistic sampling planning.

Main results

The present research presented how the development of an MVP contributed to the reduction of operational work in a trade marketing software.

Theoretical / methodological contributions

Eric Ries and Steve Blank's notes both highlight the importance of having users as a central point in product development.

Social / management contributions

It was possible to identify some points of friction for the registration of the product mix, a significant reduction in the number of appointments and operational work by the customers.

Keywords: Trade Marketing, Service Design, functionality

NEM TUDO QUE RELUZ É OURO: O EFEITO DA FONTE DE NOTÍCIAS NA INTENÇÃO DE DISSEMINAR FAKE NEWS.

NOT ALL THAT SHINES IS GOLD: THE EFFECT OF THE NEWS SOURCE IN THE INTENTION OF DISSEMINATING FAKE NEWS.

EDUARDO MESQUITA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
THIAGO DE LUCA SANTANA RIBEIRO - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
DOUGLAS VIDAL - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES

Objetivo do estudo

O objetivo deste estudo foi analisar o efeito da fonte (verdadeira versus falsa) de notícias na intenção de disseminar fake news de uma marca, por meio da mediação da credibilidade da notícia na relação entre credibilidade da fonte e intenção de disseminar

Relevância/originalidade

A relevância e originalidade desse estudo gira em torno do efeito da fonte (verdadeira versus falsa) na intenção de disseminar Fake news de uma marca.

Metodologia/abordagem

Foi realizado um survey estimulado (n=153), cujos dados foram analisados por meio de Modelagem de Equações Estruturais (MEE). O teste de mediação foi realizado por meio da macro Process.

Principais resultados

Os resultados indicaram que uma fonte verdadeira pode induzir os indivíduos a disseminar Fake news. Este efeito ocorre por meio da mediação da credibilidade da notícia.

Contribuições teóricas/metodológicas

Este estudo contribui tanto para literatura de Fake news quanto de marca ao trazer novos achados sobre o efeito da fonte na intenção de compartilhar Fake news. Como contribuição metodológica, este estudo testa a relação de mediação por meio da macro Process

Contribuições sociais/para a gestão

Gestores de marcas precisam ficar mais atentos a Dark Social, dada a facilidade de manipulação de conteúdos e a persuasão obtida. Gestores públicos possuem a responsabilidade de reforçar a importância de as pessoas checarem conteúdos que recebem, mesmo com fonte crível

Palavras-chave: fake news, credibilidade da notícia, intenção de compartilhar fake news., credibilidade da fonte, fonte

Study purpose

The aim of this study was to analyze the effect of the source (true versus false) of news in the intention of disseminating fake news of a brand, through mediating the credibility of the news in the relationship between credibility of the

Relevance / originality

The relevance and originality of this study revolves around the effect of the source (true versus false) on the intention of disseminating Fake news of a brand.

Methodology / approach

Astimulated survey (n=153), whose data were analyzed using Structural Equation Modeling (SEM). The mediation test was performed using the Process macro.

Main results

The results indicated that a true source can induce individuals to disseminate Fake news. This effect occurs through the mediation of the credibility of the news.

Theoretical / methodological contributions

This study contributes to both fake news and brand literature by bringing new findings about the effect of the source on the intention to share fake news. As a methodological contribution, this study tests the mediation relationship through the Process macro.

Social / management contributions

Gbrand blinds need to be more attentive to Dark Social, given the ease of content manipulation and the persuasion obtained. Gpublic blinds have the responsibility to reinforce the importance of people checking content they receive, even with a credible source.

Keywords: fake news, news credibility, intent to share fake news, source credibility, source

NOVAS IDEIAS POR MEIO DA JORNADA DO CLIENTE: IMPLANTANDO O CUSTOMER EXPERIENCE EM UMA STARTUP BRASILEIRA DE REMESSAS INTERNACIONAIS

NEW IDEAS THROUGH THE CLIENT JOURNEY: IMPLEMENTING CUSTOMER EXPERIENCE IN A BRAZILIAN INTERNATIONAL SHIPPING STARTUP

GABRIELA NOGUEIRA ZOTTELE -
ED DE ALMEIDA CARLOS - CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FEI
CESAR AKIRA YOKOMIZO - FACULDADE FIA DE ADMINISTRAÇÃO E NEGÓCIOS

Objetivo do estudo

Avaliar como a criação da área de Customer Experience (CX) ajuda a evoluir o relacionamento com o cliente numa startup de envio de mercadorias internacionais, que tem como um de seus principais desafios a oferta de um bom pós-venda a seus clientes.

Relevância/originalidade

Estudo envolvendo setor (logístico) que com a pandemia de Covid-19, vislumbrou um elevado aumento de oportunidades comerciais, mas também se deparou com barreiras operacionais para a efetiva captura de tais oportunidades

Metodologia/abordagem

Estudo de caso.

Principais resultados

Clientes indicam que a empresa possui diferencial competitivo em preço, podendo ser um aspecto a ser mais explorado, para dar uma maior visibilidade à empresa em seu mercado, mantendo o constante cuidado em trazer mais experiências positivas aos clientes.

Contribuições teóricas/metodológicas

Uso aplicado dos conceitos de Customer Experience (CX) e de Customer Success (CS) em startups.

Contribuições sociais/para a gestão

A criação da área de CX viabiliza o acompanhamento de clientes e uma melhor experiência no processo, possibilitando potencial aumento do valor do ticket médio, estímulo à recorrência e intensificação de utilização dos serviços e maior reconhecimento da marca da empresa.

Palavras-chave: customer experience, startups, cross-border, inovação incremental, geração de ideias

Study purpose

Evaluate how the creation of the Customer Experience (CX) area helps to evolve the relationship with the customer in a startup that sends international goods, which has as one of its main challenges the offer of a good after-sales service.

Relevance / originality

Study involving the (logistics) sector that, with the Covid-19 pandemic, saw a high increase in commercial opportunities, but also faced operational barriers for the effective capture of such opportunities.

Methodology / approach

Case study.

Main results

Customers indicate that the company has a competitive price differential, which may be an aspect to be further explored, to give greater visibility to the company in its market, maintaining constant care in bringing more positive experiences to customers.

Theoretical / methodological contributions

Applied use of Customer Experience (CX) and Customer Success (CS) concepts in startups.

Social / management contributions

The creation of the CX area makes it possible to monitor customers and provide a better experience in the process, enabling an increase in the average ticket value, recurrence, intensified use of services and greater recognition of the company's brand.

Keywords: customer experience, startups, cross-border, incremental innovation, generation of ideas

O (RE)POSICIONAMENTO ESTRATÉGICO DA AGÊNCIA ESPACIAL BRASILEIRA

THE STRATEGIC (RE)POSITIONING OF THE BRAZILIAN SPACE AGENCY

LETICIA VILANI MOROSINO - UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA - UNB
ALUÍSIO VIVEIROS CAMARGO - UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA - UNB
JULIO EDUARDO DA SILVA MENEZES - ESCOLA SUPERIOR DE DEFESA

Objetivo do estudo

Avaliar como o (re)posicionamento estratégico da Agência Espacial Brasileira poderia torná-la relevante no processo decisório nacional, especialmente em temáticas pertinentes ao setor espacial, além de lhe conferir legitimidade em relações com organizações que utilizam serviços espaciais em atividades estratégicas.

Relevância/originalidade

O posicionamento institucional é fator relevante para o sucesso organizacional. Analisa-se, assim, se uma possível alteração do posicionamento da Agência na estrutura governamental teria o condão de fortalecer a coordenação do Programa Espacial.

Metodologia/abordagem

O referencial teórico apoiou-se em pesquisa bibliográfica qualitativa, com conexão aos estudos de estratégia (Henry Mintzberg) e do modelo estrelar (Jay Galbraith). Promoveu-se, ainda, estudo comparado para análise acerca do posicionamento de outras agências espaciais em cadeias decisórias.

Principais resultados

A atividade espacial, por sua estratégia e transversalidade, deveria ser posicionada no primeiro escalão do governo federal, com possível retorno ao seu órgão de vinculação inicial, ou seja, a Presidência da República.

Contribuições teóricas/metodológicas

O elemento “processo” trazido por Galbraith, enquanto sistemas e fluxos de informação, e “posição”, cunhado por Mintzberg, demonstraram que o posicionamento organizacional estratégico e a regularidade dos processos, garantem efetividade no fluxo de informações da organização e no processo decisório.

Contribuições sociais/para a gestão

O reposicionamento da Agência Espacial Brasileira pode garantir maior efetividade da coordenação da política espacial no País, racionalizando os custos e otimizando processos decisórios.

Palavras-chave: estratégia, estrutura, organização, setor espacial brasileiro, agência espacial

Study purpose

Assess how the strategic (re)positioning of the Brazilian Space Agency could make it relevant in the national decision-making process, especially in issues related to the space sector, in addition to granting it legitimacy in relations with organizations that use space services.

Relevance / originality

Institutional positioning is a relevant factor for organizational success. Thus, it is analyzed whether a possible change in the positioning of the Agency in the governmental structure would have the power to strengthen the coordination of the Brazilian Space Program.

Methodology / approach

The theoretical framework was supported by qualitative bibliographic research, linked to strategy studies (Henry Mintzberg) and the Star Model (Jay Galbraith). A comparative study was also carried out to analyze the positioning of other space agencies in decision-making chains.

Main results

Due to its strategic and transversal attributions, the space activity must position itself at the first level of the federal government, with a possible return to its initial affiliation body, that is, the Presidency of the Republic.

Theoretical / methodological contributions

The “process” element brought by Galbraith, as systems and information flows, and “position”, coined by Mintzberg, demonstrated that the organizational strategic positioning and the regularity of the processes guarantee effectiveness in the organization's information flow and in the decision-making process.

Social / management contributions

The repositioning of the Brazilian Space Agency can guarantee greater effectiveness in the coordination of space policy in the country, rationalizing costs and optimizing decision-making processes.

Keywords: strategy, structure, organization, Brazilian space sector, space agency

O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR ATRAVÉS DAS CONSTITUIÇÕES: A CONTRIBUIÇÃO HISTÓRICA DOS EVENTOS

THE CONSUMER DEFENSE CODE THROUGH CONSTITUTIONS: THE HISTORICAL CONTRIBUTION OF EVENTS

JAQUELINE VERAS DE OLIVEIRA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
ELENI LEONIDAS PLIONIS - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
KAREN MARCELLA LOBATO DAVID - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
RODRIGO TRITAPEPE - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Resumo

Foi a partir de 1970 que começaram as discussões sobre a defesa do consumidor e deram início não apenas no Brasil como em países da América latina. A Constituição de 1988 foi a primeira a positivar o referido Direito, garantindo-lhe sua proteção. Sendo assim, ainda que o Direito Civil tenha tutelado indiretamente o consumidor, enxerga-se que a maioria dos eventos causados através das constituições brasileiras anteriores, desde a criação da república, o fato de o Brasil ter incorporado em seus textos constitucionais algumas referências norte americana e alemã, como a Constituição de Weimar, forneceram suporte para que atualmente, por meio da nossa carta magna, o consumidor seja reconhecido como parte vulnerável no mercado de consumo, com vistas a sua dignidade, saúde, segurança e a melhoria da sua qualidade de vida

Palavras-chave: Constituições antigas, Direito do Consumidor, Historia

Abstract

It was in 1970 that discussions on consumer protection began and began not only in Brazil but also in Latin American countries. The 1988 Constitution was the first to make this right positive, guaranteeing its protection. Therefore, even though Civil Law has indirectly protected the consumer, it is seen that most of the events caused by previous Brazilian constitutions, since the creation of the republic, the fact that Brazil has incorporated in its constitutional texts some North American references and German, such as the Weimar Constitution, provided support so that currently, through our Magna Carta, the consumer is recognized as a vulnerable part of the consumer market, with a view to their dignity, health, safety and the improvement of their quality of life. life.

Keywords: Ancient Constitutions, Consumer Law, History

O DESAFIO DA NOTCO. NO MERCADO DE PLANT-BASED NO BRASIL

NOTCO'S CHALLENGE. IN THE PLANT-BASED MARKET IN BRAZIL

IARA CRISTINA DE FÁTIMA MOLA - UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE
SAMANTA CECCONI - UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA - UFSC
DENISE MITIKO MURASAKI - UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE

Resumo

Reconhecida como uma das mais inovadoras do mundo em 2021, a NotCo. é uma foodtech criada para uma verdadeira transformação em toda a cadeia produtiva da indústria alimentícia da qual o mundo se abastece. No mercado em que se situa, porém, passando-se das estimativas do cenário internacional ao segmento de plant-based no Brasil, ela encontra agora o seu maior desafio. Nesse contexto, este caso de ensino tem como objetivo estimular a reflexão dos alunos quanto a possíveis soluções para que a marca analisada possa acelerar o desenvolvimento de novo mercado, alcançando aquilo a que se propôs a curto e médio prazos. Por meio dele, espera-se que, ao final, o aluno se sinta estimulado a refletir acerca dos desafios que precisam ser enfrentados para que, mais do que simplesmente se “lançar uma marca” e/ou se “abrir uma empresa” “inovadora”, tanto uma quanto outra ação consigam ser sustentadas a médio/longo prazos.

Palavras-chave: NotCo., plant-based, novos hábitos de consumo, desenvolvimento de novo mercado

Abstract

Recognized as one of the most innovative companies in the world, NotCo is a foodtech created for a true transformation in the entire production chain of the food industry from which the world is supplied In the market in which it is located, however, moving from the estimates of the international scenario to the plant-based segment in Brazil, it now faces its biggest challenge In this context, this teaching case aims to stimulate students' reflection on possible

solutions so that the analyzed brand can accelerate the development of a new market, achieving what it has proposed in the short and medium term. Through it, it is expected that, in the end, the student will feel stimulated to reflect on the challenges that need to be faced so that, more than simply “launching a brand” and/or “opening a company” “innovating”, both actions can be sustained in the medium/long deadlines.

Keywords: NotCo., plant-based, new consumption habits, desenvolvimento de novo mercado

O DESENVOLVIMENTO DE UM INSTRUMENTO DE MEDIÇÃO DE SUCESSO EM PROJETOS

A PROJECT SUCCESS MEASUREMENT INSTRUMENT DEVELOPMENT

GABRIEL FRANCISCO PISTILLO FERNANDES - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

Agradecimentos à CAPES.

Objetivo do estudo

Desenvolvimento de instrumento de medição de sucesso em projetos, a partir de 15 escalas de uma revisão de literatura, um estudo de Delphi categorizando 182 questões em 31 temas e classificando-se escolhendo 82 questões utilizadas em uma pesquisa com 267 respondentes.

Relevância/originalidade

Este estudo fornece um novo instrumento que combina as escalas publicadas nas principais revistas de gestão de projetos categorizadas e aplicadas.

Metodologia/abordagem

A fase qualitativa envolveu revisão sistemática da literatura, depois um estudo Delphi com quatro especialistas para categorizar e selecionar perguntas e, finalmente, uma pesquisa com 267 respostas.

Principais resultados

Análise fatorial exploratória, por análise paralela, 4 fatores com um conjunto de 40 questões para avaliar sucesso do projeto: Sucesso de resultados do projeto para os clientes; Sucesso no processo de gerenciamento de projetos; Sucesso para Cliente Interno; Sucesso de Negócios.

Contribuições teóricas/metodológicas

Novo instrumento de medição de sucesso do projeto, validação e mapeamento.

Contribuições sociais/para a gestão

Principais temas e forma de medir o sucesso do projeto.

Palavras-chave: Medição de Sucesso em Projetos, Escalas de Sucesso em Projetos, Estudo quantitativo-qualitativo

Study purpose

This study seek to develop a projet success measurement instrument, from 15 selected scales in a literature review, a Delphi study categorizing 182 questions in 31 themes and ranking choosing 82 questions used in a survey with 267 responses.

Relevance / originality

This study provides a new instrument combining current top journal published scales categorized and applied.

Methodology / approach

Qualitative phase involved systematic literature review, then a Delphi study with four specilists to categorize and select questions and finally a survey with 267 responses.

Main results

An exploratory factorial analysis, through parallel analysis four factors with a final set of 40 questions to assess project success, namely: Project results success for clients; Project management process success; Internal project client's success; Business project success.

Theoretical / methodological contributions

New project success measurement instrument, validation and mapping.

Social / management contributions

Main themes and way to measure project success.

Keywords: Project Success Measurement, Project Success Scales, Qualitative-Quantitative study

O EFEITO DA EXPERIÊNCIA DE COMPRA NA SATISFAÇÃO DOS USUÁRIOS DE APLICATIVOS DE DELIVERY DE COMIDA

THE EFFECT OF THE SHOPPING EXPERIENCE ON USER SATISFACTION OF FOOD DELIVERY APPS

DIOGO LEITE DA CRUZ - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

JOANA ROSA CARDOSO DE CARVALHO - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

RONY CASTRO FERNANDES DE SOUSA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

FABIO MARRA KATSUYAMA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à orgão de fomento:

Programa Institucional de Bolsas de Estudo para os Mestrados e Doutorados / FAP – UNINOVE

Resumo

Com a expansão da internet e o desenvolvimento das tecnologias, novas formas de comércio vêm surgindo. Para que as empresas proporcionem experiências e alcancem a satisfação de seus consumidores, é preciso desenvolver novas formas de comercialização, dentre eles, os aplicativos de delivery de comida. O objetivo desta pesquisa é entender o efeito da experiência de compra na satisfação dos usuários de aplicativos de delivery de comida. De natureza quantitativa, realizada por meio de uma survey, que utilizará a modelagem de equações estruturais para a análise estatística por meio do software SmartPLS 3. Com base no método escolhido e com a sustentação das hipóteses formuladas, espera-se que estas sejam confirmadas, corroborando com estudos anteriores em diversos segmentos de aplicativos, por exemplo, mobile bank, e-commerce e aplicativos de marcas. Este estudo busca fornecer mais compreensão sobre os aspectos que podem moldar a satisfação dos usuários de aplicativos de delivery de comida.

Palavras-chave: Experiência de compra, satisfação, Aplicativos de delivery de comida

Abstract

With the expansion of the internet and the development of technologies, new forms of commerce are emerging. For companies to provide experiences and achieve the satisfaction of their consumers, it is necessary to develop new forms of marketing, including food delivery applications. The objective of this research is to understand the effect of the shopping experience on the satisfaction of users of food delivery apps. Of a quantitative nature, carried out through a survey, which will use the modeling of structural equations for statistical analysis through the SmartPLS 3 software. Based on the chosen method and with the support of the formulated hypotheses, it is expected that these will be confirmed, corroborating with previous studies in various application segments, eg mobile banking, e-commerce and branded applications. This study seeks to provide more understanding on the aspects that can shape the satisfaction of food delivery application users.

Keywords: Shopping experience, satisfaction, food delivery apps

O EFEITO DA REATÂNCIA NA SATISFAÇÃO DOS CONSUMIDORES BANCÁRIOS: CONTA LIVRE VS CONTA IMPOSTA

THE EFFECT OF REACTANCE ON BANKING CONSUMERS' SATISFACTION: FREE ACCOUNT VS IMPOSED ACCOUNT

JOANA ROSA CARDOSO DE CARVALHO - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
EVANDRO LUIZ LOPES - ESCOLA SUPERIOR DE PROPAGANDA E MARKETING - ESPM
ALEIXO FERNANDES - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
EDUARDO MESQUITA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

O presente trabalho foi realizado com o apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES)

Objetivo do estudo

O objetivo deste trabalho é identificar o papel moderador da reatância na satisfação com os tipos de conta e a sua influência na lealdade dos serviços bancários.

Relevância/originalidade

Preenche uma lacuna teórica existente sobre a avaliação da relação dos tipos de conta bancária (livre vs imposta) com a satisfação, moderada pela reatância, além da influência dos tipos de conta na satisfação, contexto que nenhum estudo abordou até o momento.

Metodologia/abordagem

Realizada por meio de um survey para uma amostra por conveniência, os dados foram analisados por meio da Modelagem de Equações Estruturais, por meio do software SmartPLS, a amostra é de 267 respondentes e os resultados corroboram com a teoria apresentada.

Principais resultados

Os tipos de conta condicionam a satisfação do consumidor, nas contas abertas por livre escolha, pois os consumidores com maior reatância tendem a ser mais satisfeitos.

Contribuições teóricas/metodológicas

Está embasada na moderação da reatância na satisfação dos consumidores bancários diante dos tipos de conta, além dos tipos de conta influenciar diretamente na satisfação dos consumidores bancários, contexto que nenhum estudo abordou até o momento.

Contribuições sociais/para a gestão

Criar um score para entender o perfil do consumidor se torna necessário para que os gestores bancários possam atuar com ofertas customizadas para cada perfil, além da importância de criar uma classificação para cada tipo de conta dentro do sistema bancário.

Palavras-chave: Reatância, Satisfação, Lealdade, Consumidores Bancários

Study purpose

The objective of this work is to identify the moderating role of reactance in satisfaction with account types and its influence on the loyalty of banking services.

Relevance / originality

It fills an existing theoretical gap on the assessment of the relationship of bank account types with satisfaction, moderated by reactance, in addition to the influence of account types on satisfaction, a context that no study has addressed so far.

Methodology / approach

Conducted through a survey for a convenience sample, the data were analyzed using Structural Equation Modeling, using the SmartPLS software, the sample is 267 respondents and the results corroborate the theory presented.

Main results

The types of account condition consumer satisfaction, in accounts opened by free choice, consumers with greater reactance tend to be more satisfied.

Theoretical / methodological contributions

It is based on the moderation of the reactance in the satisfaction of bank consumers regarding the types account, in addition to the types of account directly influencing the satisfaction of bank consumers, a context that no study has addressed so far.

Social / management contributions

Creating a score to understand the consumer's profile is necessary so that bank managers can act with customized offers for each consumer profile, in addition to the importance of creating a classification for each type of account within the banking system.

Keywords: Reactance, Satisfaction, Loyalty, Banking Consumer

O EMPREENDEDOR NA INDÚSTRIA 4.0

THE ENTREPRENEUR IN INDUSTRY 4.0

NELSON JOSE ROSAMILHA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Objetivo do estudo

O objetivo deste artigo é examinar as tendências de pesquisa no campo do empreendedor dentro do contexto a Indústria 4.0 e contribuir com a comunidade acadêmica identificando as linhas de pesquisa neste campo

Relevância/originalidade

O empreendedor na Indústria 4.0 é um tema recente e, em função das evoluções tecnológicas contínuas nesta indústria, ele precisa evoluir. Há a necessidade de adquirir capacidades para conduzir e mudar os negócios

Metodologia/abordagem

Pesquisa qualitativa bibliométrica utilizando análise de desempenho e mapeamento científico

Principais resultados

As tecnologias utilizadas na Indústria 4.0 evoluem continuamente, o ensino e investimento financeiro nestas tecnologias são desafios em todos os segmentos de negócio Porém, a mentalidade do empreendedor e a utilização das competências deste devem existir para o aproveitamento das oportunidades

Contribuições teóricas/metodológicas

Existem diferentes características de competências para o empreendedor, porém não há consenso quanto à quais competências são estas Um tema a ser explorado seria a proposição de um framework de competências do empreendedor na I 4.0

Contribuições sociais/para a gestão

A adoção e integração de tecnologias emergentes na Indústria 4.0 cria novas oportunidades de carreira para o empreendedor(desde que combinando as competências técnicas e não técnicas da I 4.0

Palavras-chave: Empreendedorismo, Indústria 4.0, Empreendedor

Study purpose

The objective of this article is to examine research trends in the field of entrepreneur within the context of Industry 4.0 and to contribute to the academic community by identifying lines of research in this field.

Relevance / originality

The entrepreneur in Industry 4.0 is a recent topic and, due to the continuous technological evolutions in this industry, it needs to evolve. There is a need to acquire skills to lead and change business

Methodology / approach

Bibliometric qualitative research using performance analysis and scientific mapping

Main results

The technologies used in Industry 4.0 evolve continuously, teaching and financial investment in these technologies are challenges in all business segments.

Theoretical / methodological contributions

There are different characteristics of competencies for the entrepreneur, but there is no consensus as to which competencies these are A topic to be explored would be the proposition of a framework of entrepreneur competencies in I 4.0

Social / management contributions

The adoption and integration of emerging technologies in Industry 4.0 creates new career opportunities for the entrepreneur (provided that combining the technical and non-technical skills of the I 4.0

Keywords: Entrepreneurship, Industry 4.0, entrepreneur

O EMPREENDEDORISMO SUSTENTÁVEL NOS NEGÓCIOS CIRCULARES: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA

SUSTAINABLE ENTREPRENEURSHIP IN CIRCULAR BUSINESS: A SYSTEMATIC REVIEW OF THE LITERATURE

MARCO ANTONIO CASADEI TEIXEIRA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
CLAUDIA MARIA DA SILVA BEZERRA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
HEIDY RODRIGUEZ RAMOS - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001 e também com o apoio do Fundo de Apoio à Pesquisa da Universidade Nove de Julho (FAP / UNINOVE).

Objetivo do estudo

O objetivo do estudo foi identificar como são estruturadas as principais Barreiras e Motivadores que dificultam ou impulsionam as práticas da EC nos negócios empreendedores sustentáveis.

Relevância/originalidade

A Economia Circular (EC) busca implementar um processo produtivo que reaproveita recursos, produtos e menos consumo de energia em uma estrutura econômica, para melhorar a eficácia do uso de recursos e estabelecer mais harmonia e equilíbrio entre economia, meio ambiente e sociedade

Metodologia/abordagem

Este estudo realizou uma revisão sistemática da literatura nas bases de dados Web of Science (WoS) e Scopus. Foram recuperados 38 estudos e seu conteúdo foi analisado por meio do software Atlas.ti.

Principais resultados

Os resultados sugerem que as Barreiras internas ao contrário das Barreiras externas são muito pouco exploradas na pesquisa acadêmica e que os Drivers internos e externos, são cruciais para os empreendimentos sustentáveis e são beneficiados pelos formuladores de políticas e a regulamentação.

Contribuições teóricas/metodológicas

Constatou-se que as Barreiras e Drivers, são importantes indicadores que mensuram o avanço dos negócios empreendedores para a transição rumo uma EC, e oferecem aos profissionais e pesquisadores insights para avançar rumo à transição para uma economia circularizada.

Contribuições sociais/para a gestão

Os resultados sugerem que, para os negócios empreendedores sustentáveis terem sucesso, os stakeholders devem aprender a lidar melhor com os desafios de gerenciar as Barreiras internas dos negócios.

Palavras-chave: Economia circular, Empreendedorismo Sustentável, Barreiras, Drivers, Revisão Sistemática da Literatura

Study purpose

The objective of the study was to identify how the main Barriers and Motivators that hinder or drive CE practices in sustainable entrepreneurial businesses are structured.

Relevance / originality

The Circular Economy (EC) seeks to implement a production process that reuses resources, products and less energy consumption in an economic structure, to improve the efficiency of

the use of resources and establish more harmony and balance between economy, environment and society.

Methodology / approach

This study carried out a systematic review of the literature in the Web of Science (WoS) and Scopus databases. Thirty-eight studies were retrieved and their content was analyzed using the Atlas.ti software.

Main results

The results suggest that internal barriers, as opposed to external barriers, are very little explored in academic research and that internal and external drivers are crucial for sustainable enterprises and are benefited by policymakers and regulation.

Theoretical / methodological contributions

It was found that Barriers and Drivers are important indicators that measure the progress of entrepreneurial businesses towards the transition to a CE, and offer professionals and researchers insights to advance towards this transition no.

Social / management contributions

The results suggest that, for sustainable entrepreneurial businesses to succeed, stakeholders must learn to better deal with the challenges of managing the internal barriers of the business.

Keywords: Circular economy, Sustainable Entrepreneurship, Barriers, Drivers, Systematic Review of Literature

O ENDOMARKETING COMO ESTRATÉGIA DE GESTÃO E CRESCIMENTO EM UMA COOPERATIVA SUCROALCOOLEIRA

ENDOMARKETING AS A MANAGEMENT AND GROWTH STRATEGY IN A SUGAR-ALCOHOLIC COOPERATIVE

LUANA FERNANDA QUEMEL - UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PARANÁ - UNESPAR - CAMPUS APUCARANA

MICHELE VELICO LARAS - UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PARANÁ - UNESPAR - CAMPUS APUCARANA
MIKAELA YASMIN DOMINGOS DOS SANTOS - UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PARANÁ - UNESPAR - CAMPUS APUCARANA

ISABELLA VICTORIA QUERINO - UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PARANÁ - UNESPAR - CAMPUS APUCARANA

Resumo

O objetivo do estudo foi analisar a importância dada aos projetos voltados aos seus principais stakeholders (colaboradores e comunidade local), que tem possibilitado ampliar a atração e a retenção dos colaboradores, além de aumentar o engajamento e alinhamento desses profissionais com os objetivos estratégicos de uma Cooperativa de ramo sucroalcooleiro localizada no norte do Paraná. A coleta de dados para realização do estudo de caso, incluiu entrevistas semiestruturadas com 5 funcionárias do setor de Gestão de Pessoas, no qual estão centralizadas as atividades de endomarketing da Cooperativa, análise das redes sociais,

matérias de jornais, coleta de depoimentos de colaboradores e, ainda, observação participante. O endomarketing consiste em alinhar o pensamento dos colaboradores com os objetivos e propósitos da organização através de estratégias que fortalecem e aperfeiçoam o relacionamento entre o funcionário e a empresa, além de otimizar os lucros da corporação, semelhante ao marketing social.

Palavras-chave: Endomarketing, Estratégias, Objetivos, Alinhamento

Abstract

The objective of the study was to analyze the importance given to projects aimed at its main stakeholders (employees and the local community), which has made it possible to increase the attraction and retention of employees, in addition to increasing the engagement and alignment of these professionals with the strategic objectives of a company. Cooperative of sugar and alcohol branch located in the north of Paraná. Data collection to carry out the case study included semi-structured interviews with 5 employees of the People Management sector, in which the cooperative's internal marketing activities, analysis of social networks, newspaper articles, collection of testimonials from employees and, still, participant observation. Endomarketing consists of aligning the thinking of employees with the goals and purposes of the organization through strategies that strengthen and improve the relationship between the employee and the company, in addition to optimizing the corporation's profits, similar to social marketing.

Keywords: Endomarketing, Strategies, Objectives, Alignment

O ENTENDIMENTO DOS FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO DO PROJETO: O QUE IMPORTA!

UNDERSTANDING CRITICAL PROJECT SUCCESS FACTORS: WHAT MATTERS!

JAIME BARTHOLOMEU FILHO - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
LEONARDO VILS - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Objetivo do estudo

Entender como os critérios de sucesso de projeto evoluiu ao longo do tempo, com a inclusão da visão e importância dos diversos stakeholders e, sua influência e atuação, de forma diversa e conflitante, durante o ciclo de vida do projeto.

Relevância/originalidade

Explicitar a importância de se ter requisitos holísticos, tangíveis (triângulo de ferro) e intangíveis, contemplando todos os stakeholders, definidos no início do projeto e monitorados ao longo do seu ciclo de vida, para se obter o sucesso dos projetos.

Metodologia/abordagem

Realizada uma RSL - Revisão Sistemática da Literatura, segundo o método preconizado por Pollock e Berge (2018), pesquisou como o entendimento de sucesso de projetos evoluiu

cronologicamente, agregando aos requisitos iniciais objetivos, outros subjetivos, sob a óticas dos diversos stakeholders.

Principais resultados

Demonstrou o entendimento de sucesso de projeto ao longo do tempo e, como os requisitos evoluíram dos aspectos técnicos, adicionando a estes os aspectos intangíveis, à medida que os diversos stakeholders influenciam nas decisões e se incorporam na execução dos projetos.

Contribuições teóricas/metodológicas

Mostrou a evolução no entendimento do sucesso de projetos e, propõe uma abordagem holística no aprofundamento do conhecimento teórico sobre os fatores ou requisitos de sucesso dos projetos, na visão dos diversos stakeholders, durante o ciclo de vida dos projetos.

Contribuições sociais/para a gestão

Propõe uma abordagem holística para os praticantes, instrumentalizando-os no entendimento dos fatores de sucesso dos projetos, possibilitando melhorar a gestão dos projetos, durante o ciclo de vida, contemplando os stakeholders e, assim aumentar a probabilidade de sucesso dos projetos

Palavras-chave: Gestão de Projetos, Sucesso de Projetos, Stakeholders, Satisfação

Study purpose

To understand how project success criteria have evolved over time, including the vision and importance of different stakeholders and their influence and performance, in a different and conflicting way, during the project life cycle.

Relevance / originality

To explain the importance of having holistic, tangible (iron triangle) and intangible requirements, covering all stakeholders, defined at the beginning of the project and monitored throughout its life cycle, in order to achieve project success.

Methodology / approach

A RSL - Systematic Review of Literature, according to the method recommended by Pollock and Berge (2018), researched how the understanding of project success evolved chronologically, adding to the initial objective requirements, others subjective, from the perspective of the various stakeholders.

Main results

It was demonstrated the understanding of project success over time and how the requirements evolved from the technical aspects, adding to these the intangible aspects, as the different stakeholders influence the decisions and are incorporated in the execution of the projects.

Theoretical / methodological contributions

It showed the evolution in the understanding of the success of projects and proposes a holistic approach in the deepening of the theoretical knowledge about the factors or requirements of success of the projects, in the vision of the diverse stakeholders, during

Social / management contributions

It proposed a holistic approach for practitioners, equipping them to understand the success factors of projects, making it possible to improve project management during the life cycle, contemplating stakeholders and, thus, increasing the probability of project success.

Keywords: Project Management. , Project Success, Stakeholders, Satisfaction.

O ESPAÇO PARA EMANCIPAÇÃO DO DIREITO NAS DECISÕES JUDICIAIS: ANÁLISE DOS AVANÇOS E DA REAFIRMAÇÃO DO ESTADO DEMOCRÁTICO NOS ARGUMENTOS

THE SPACE FOR EMANCIPATION OF LAW IN JUDICIAL DECISIONS: ANALYSIS OF ADVANCES AND REAFFIRMATION OF THE DEMOCRATIC STATE IN THE ARGUMENTS

FRANCIELE COUTINHO VIZZOTTO DE BARROS - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Resumo

O Estado Democrático de Direito é a qualidade do Estado Constitucional e internacional de Direito que tem como finalidade proporcionar meios e assegurar a mais ampla proteção dos direitos fundamentais. Encontra na dignidade humana seu elemento nuclear e na soberania popular, na democracia e na justiça social os seus fundamentos. O livre processo político é a forma de realização do direito, sob a ordem jurídica, que exige, tanto dos poderes do estado quanto da sociedade, formas de expressão de suas preferências que darão subsídios as ações governamentais. As lacunas da Lei é uma forma de emancipação do Estado Democrático de Direito e realização do direito. Resta saber se as decisões que envolvem os princípios (com sistemas abertos para definições axiológicas ou teleológicas) fazem parte desse “gap”, e se os argumentos utilizados nas decisões reforçam a emancipação e realização do Direito.

Palavras-chave: estado democratico de direito, emancipação, argumentação

Abstract

The Democratic Rule of Law is the quality of the Constitutional and international rule of law that aims to provide means and ensure the broadest protection of fundamental rights. It finds its core element in human dignity and its foundations in popular sovereignty, democracy and social justice. The free political process is the form of realization of the law, under the legal order, which requires, both from the powers of the state and society, forms of expression of their preferences that will give subsidies to governmental actions. The gaps in the Law is a form of emancipation from the Democratic Rule of Law and realization of the law. It remains to be seen whether decisions involving principles (with open systems for axiological or teleological definitions) are part of this “gap”, and whether the arguments used in the decisions reinforce the emancipation and realization of Law.

Keywords: democratic State of law, emancipation, argumentation

O FENÔMENO CHAMADO SALON LINE: UM REPOSICIONAMENTO BEM-SUCEDIDO E OS PRÓXIMOS PASSOS SUSTENTÁVEIS

THE PHENOMENON CALLED SALON LINE: A SUCCESSFUL REPOSITIONING AND THE NEXT SUSTAINABLE STEPS

CAMILLA RODRIGUES NETTO DA COSTA ROCHA - ESCOLA SUPERIOR DE PROPAGANDA E MARKETING - ESPM

RODRIGO GUIMARÃES MOTTA - PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO - PUC SP

Resumo

O Caso de Ensino contextualiza a jornada da Salon Line dentro do mercado mundial de beleza. Explora a estratégia da marca focada no digital para o seu reposicionamento. Em seguida, traz o panorama internacional e demanda sejam trabalhados os temas de sustentabilidade e Agenda ESG, incorporados pelos grandes players, impondo o desafio à Salon: aprender com o passado (reposicionamento) e avançar para implementar e comunicar a Agenda ESG definindo um planejamento estratégico focado na sustentabilidade. Estimular a reflexão dos estudantes quanto a possíveis soluções para que a Salon Line possa, aprendendo com seu reposicionamento bem-sucedido, implementar e comunicar a Agenda ESG, definindo um planejamento estratégico focado na sustentabilidade. Secundários: auxiliar os estudantes na elaboração do planejamento por meio das etapas diagnóstico, estratégia e plano de ação, contemplando quatro pilares do negócio, marketing, comercial, supply e produto; e fomentar a perspectiva crítica do aluno quanto ao impacto real da solução apresentada

Palavras-chave: Reposicionamento de Marca, Planejamento Estratégico, Sustentabilidade

Abstract

The Teaching Case contextualizes Salon Line's journey within the global beauty market. Explores the brand's digitally focused strategy for its repositioning. Then, it brings the international scenario and demands to work on sustainability and ESG Agenda themes, incorporated by the big players, imposing the challenge to Salon: learn from the past (repositioning) and move forward to implement and communicate the ESG Agenda, defining a strategic planning focused on sustainability. Encourage students to think about possible solutions so that Salon Line can, learning from its successful repositioning, implement and communicate the ESG Agenda, defining a strategic plan focused on sustainability. Secondary: assist students in the preparation of planning through the diagnostic, strategy and action plan stages, covering four business pillars, marketing, commercial, supply and product; and foster the student's critical perspective regarding the real impact of the presented solution

Keywords: Brand Repositioning, Strategic planning, Sustainability

O FENÔMENO DOS FESTIVAIS GASTRONÔMICOS COMO ESTRATÉGIA PARA O DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO DOS MUNICÍPIOS: UM ESTUDO DE CASO FESTIVAL DE CULTURA E GASTRONOMIA DE TIRADENTES

THE PHENOMENON OF FOOD FESTIVALS AS A STRATEGY FOR THE TOURIST DEVELOPMENT OF MUNICIPALITIES: A CASE STUDY FESTIVAL OF CULTURE AND GASTRONOMY OF TIRADENTES

SARAH ROBERTA DA SILVA COSTA - FUNDAÇÃO PEDRO LEOPOLDO (FPL)
ELOÍSA HELENA RODRIGUES GUIMARÃES - FUNDAÇÃO PEDRO LEOPOLDO (FPL)
ESTER ELIANE JEUNON - FUNDAÇÃO PEDRO LEOPOLDO (FPL)

Agradecimento à órgão de fomento:

Agradecemos a iniciativa do SINGEP por oportunizar que pesquisadores possam mostrar o que há de novo em estudos que referem-se ao desenvolvimento turístico como fomento social e econômico para municípios e modelo de gestão público e privado, dentre outros temas.

Objetivo do estudo

O objetivo do estudo foi compreender quais os fatores determinantes de sucesso dos festivais gastronômicos como estratégia para o desenvolvimento turístico dos municípios, tendo como estudo de caso o Festival de Cultura e Gastronomia de Tiradentes.

Relevância/originalidade

Os destinos turísticos que se destacam no Brasil e no mundo são aqueles capazes de criar valor a um determinado lugar, e por isso há interesse de gestores públicos e privados pela atividade desse segmento que já ocupa importante posição na economia.

Metodologia/abordagem

Esta é uma pesquisa de abordagem qualitativa. A partir desta perspectiva optou-se, como estratégia de pesquisa, pelo estudo de caso. Como fonte de evidências para coleta de dados, foi feita entrevista e análise documental.

Principais resultados

Os dados indicaram que existe forte relação dos atores envolvidos no festival gastronômico de Tiradentes e que muitos cooperaram para o evento. São atores reconhecidos como altamente relevantes na cidade.

Contribuições teóricas/metodológicas

Discutiu-se a eficiência das redes de cooperação e a inovação para o desenvolvimento turístico local que se beneficiam direta ou indiretamente por meio dos festivais, acarretando benefícios a comunidade e seus participantes incidindo positivamente para o ambiente social e econômico.

Contribuições sociais/para a gestão

De modo geral, os dados coletados demonstram quais elementos ou características compõem o sucesso do festival gastronômico de Tiradentes, o que sugere a possibilidade do seu potencial para ser replicado em outras localidades, como objeto de desenvolvimento turístico e econômico.

Palavras-chave: Festivais Gastronômicos, Turismo, Redes, Inovação, Tiradentes

Study purpose

The objective of the study was to understand the determining factors of success of gastronomic festivals as a strategy for the tourist development of the municipalities, having as a case study the Festival of Culture and Gastronomy of Tiradentes.

Relevance / originality

The tourist destinations that stand out in Brazil and in the world are those capable of creating value to a certain place, and therefore there is interest from public and private managers in the activity of this segment that already occupies an

Methodology / approach

This is a qualitative approach research. From this perspective, the case study was chosen as a research strategy. As a source of evidence for data collection, interviews and document analysis were carried out.

Main results

The data indicated that there is a strong relationship between the actors involved in the gastronomic festival of Tiradentes and that many cooperated for the event. They are actors recognized as highly relevant in the city.

Theoretical / methodological contributions

The efficiency of cooperation networks and innovation for local tourist development were discussed, which benefit directly or indirectly through festivals, bringing benefits to the community and its participants, impacting positively on the social and economic environment.

Social / management contributions

In general, the data collected demonstrate which elements or characteristics make up the success of the Tiradentes gastronomic festival, which suggests the possibility of its potential to be replicated in other locations, as an object of tourist and economic development.

Keywords: Gastronomic Festivals, tourism, networks, Innovation, Tiradentes

O GERENTE DE PROJETOS E A METODOLOGIA DE GESTÃO DE PROJETOS NA CADEIA DE SUPRIMENTOS AGRÍCOLA

THE PROJECT MANAGER AND PROJECT MANAGEMENT METHODOLOGY IN THE AGRICULTURAL SUPPLY CHAIN

CAIO SENNA DO AMARAL - USP - UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FERNANDO TOBAL BERSSANETI -

Objetivo do estudo

Esse artigo objetiva analisar como o gerente de projetos (GP) e as metodologias de gestão de projetos podem ser utilizados como fator de integração do conhecimento na cadeia de suprimentos agrícola.

Relevância/originalidade

Revela-se que apesar do uso constante de projetos como forma de obtenção de resultados estratégicos para a cadeia de suprimentos agrícola e do uso de técnicas e ferramentas de gestão de projetos por essa comunidade, não há menção do papel do GP

Metodologia/abordagem

A abordagem metodológica utilizada foi uma revisão sistemática da literatura baseada em técnicas bibliométricas, análise de redes e análise de conteúdo.

Principais resultados

Propõe-se a figura do GP, a o conseqüente uso de metodologias, como forma de integração e retenção de competências dinâmicas além da figura de agente de coesão e complementaridade de múltiplos conhecimentos da gestão da cadeia de de suprimentos agrícola.

Contribuições teóricas/metodológicas

Esse artigo faz contribuição teórica importante evidenciando oportunidades do uso de metodologias e práticas de gestão de projetos no mercado agrícola como prática de integração do conhecimento e aquisição de capacidades dinâmicas.

Contribuições sociais/para a gestão

Como aplicação prática esse trabalho expõe a necessidade da discussão dos modelos tradicionais de estrutura da cadeia de suprimentos agrícola, sugerindo a inclusão do gerente de projetos como agente de integração do conhecimento.

Palavras-chave: Gestão de Projetos, Integração do Conhecimento, Capacidades dinâmicas, agricultura, Cadeia de Suprimentos

Study purpose

This article aims to analyze how the project manager (PM) and project management methodologies can be used as a factor of knowledge integration in the agricultural supply chain.

Relevance / originality

It is revealed that despite the constant use of projects as a way of obtaining strategic results for the agricultural supply chain and the use of project management techniques and tools by this community, there is no mention of the role of

Methodology / approach

The methodological approach used was a systematic literature review based on bibliometric techniques, network analysis and content analysis.

Main results

The figure of the GP is proposed, and the consequent use of methodologies, as a form of integration and retention of dynamic competences, in addition to the figure of an agent of cohesion and complementarity of multiple knowledge of agricultural supply chain

Theoretical / methodological contributions

This article makes an important theoretical contribution, highlighting opportunities for the use of project management methodologies and practices in the agricultural market as a practice of knowledge integration and dynamic skills acquisition.

Social / management contributions

As a practical application, this work exposes the need to discuss traditional models of structure of the agricultural supply chain, suggesting the inclusion of the project manager as an agent of knowledge integration.

Keywords: Project Management, Knowledge Integration, Dynamic Capabilities, Agriculture, Supply Chain Management

O MARKETING DE PRODUTO EM UMA MICROEMPRESA DE MODA DO NORTE DO PARANÁ

THE PRODUCT MARKETING IN A MICROCOMPANY OF FASHION IN THE NORTH OF PARANÁ

NICOLE FERREIRA DA COSTA BORIM - UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PARANÁ - UNESPAR - CAMPUS APUCARANA

LARA ISADORA ALVES DA SILVA - UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PARANÁ - UNESPAR - CAMPUS APUCARANA

FELIPE LEITE DA SILVA - UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PARANÁ - UNESPAR - CAMPUS APUCARANA

Resumo

Com este trabalho objetivou-se identificar as estratégias de marketing de produto presentes em uma fábrica de modas de bonés, cintos e carteiras do Paraná. Para tanto, foi realizado um estudo de caso como estratégia de pesquisa, com coleta de dados primários e secundários. O ramo da empresa é voltado a troca de mercadorias, atributo esse que facilitou a identificação mais prática e didática do objetivo de análise. Com essas características foi possível analisar a forma que este tipo de marketing é aplicado e quais são as falhas e deficiências existentes.

Palavras-chave: Marketing, Estratégias, Produto, Confecção

Abstract

This work aimed to identify the product marketing strategies present in a fashion factory for caps, belts and wallets in Paraná. Therefore, a case study was carried out as a research strategy, with primary and secondary data collection. The company's branch is focused on the exchange of goods, an attribute that facilitated a more practical and didactic identification of the objective of analysis. With these characteristics it was possible to analyze how this type of marketing is applied and what are the existing flaws and deficiencies.

Keywords: Marketing, Strategies, Product, Confection

O PAPEL DA COMUNICAÇÃO NA IMPLEMENTAÇÃO DA ESTRATÉGIA

THE ROLE OF COMMUNICATION IN THE STRATEGY IMPLEMENTATION

LEANDRO CELESTINO - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
LUIS ALBERTO FIGUEIREDO DE SOUSA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
MARIA ADRIANA LEANDRO - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
BENNY KRAMER COSTA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

Resumo

Este estudo faz uma revisão da literatura que associa a comunicação à implementação da estratégia, reconhecendo que o papel do corpo gerencial possui destaque devido as ações que o mesmo executa para envolver as pessoas, acionar processos e medir os resultados. A literatura evidenciou estudos que associam a comunicação ao desempenho da organização e às mudanças comportamentais, que devem ocorrer para implementar a estratégia. O estudo foi feito sobre 21 artigos obtidos na base Scopus.

Palavras-chave: Implementação da estratégia, Comunicação, Execução da estratégia

Abstract

This study reviews the literature that associates communication with the implementation of strategy, recognizing that the role of the management body is highlighted due to the actions it performs to involve people, trigger processes and measure results. The literature has evidenced studies that associate communication with the organization's performance and behavioral changes, which must occur to implement the strategy. The study was carried out on 21 articles obtained from the Scopus database.

Keywords: Strategy implementation , Communication, Strategy execution

O PAPEL DO MARKETING NA INDÚSTRIA DA BELEZA: FATORES QUE MOTIVAM OS CLIENTES A OPTAREM POR DETERMINADOS PRODUTOS DE CABELO E MAQUIAGEM

THE MARKETING TASK IN THE BEAUTY INDUSTRY: FACTORS DRIVE CUSTOMERS TO CHOOSE CERTAIN HAIR AND MAKEUP PRODUCTS

DANIELLE OLIVEIRA NACISO - UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PARANÁ - UNESPAR - CAMPUS APUCARANA
LÍVIA MONTANARI - UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PARANÁ - UNESPAR - CAMPUS APUCARANA
MARISA LEITE GONÇALVES - UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PARANÁ - UNESPAR - CAMPUS APUCARANA

FABRICIO MARTINS LACERDA - UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PARANÁ - UNESPAR - CAMPUS APUCARANA

Agradecimento à órgão de fomento:

não

Objetivo do estudo

Analisar alguns dos motivos que despertam o interesse dos consumidores por produtos de cabelo e maquiagens de marcas específicas, ao invés dos de outras, e apontar a relevância do marketing em relação a esses fatores no setor da beleza.

Relevância/originalidade

Artigos como o presente são de extrema importância para a elaboração de estratégias de marketing mais eficientes, visto que os indivíduos que compõem o mercado estão constantemente se transformando e, juntamente com esses, suas opiniões e preferências

Metodologia/abordagem

A natureza deste é exploratória descritiva (Malhotra, 2001). Para a realização deste, foi aplicado um questionário online cuja primeira parte das questões identificavam o perfil dos respondentes e a segunda era composta por afirmações aplicadas na escala Likert.

Principais resultados

Resultados satisfatórios foram alcançados com a pesquisa, sendo possível identificar como o marketing pode atuar em alguns aspectos para destacar a empresa em meio a competitividade nessa parte do mercado da indústria da beleza.

Contribuições teóricas/metodológicas

O trabalho pôde proporcionar ao meio acadêmico um estudo que aponta, de forma precisa e baseada em dados que mostram certas demandas dos consumidores, alguns fatores que são de considerável relevância para posteriores estudos nessa categoria.

Contribuições sociais/para a gestão

Este artigo busca também contribuir como mais uma fonte de informação que pode ser utilizada por gestores para o aperfeiçoamento de estratégias empresariais e de marketing.

Palavras-chave: Marketing, Indústria da Beleza, Estratégia, Consumidores, Transformação

Study purpose

Analyze some of the reasons that arouse consumers' interest in hair and makeup products from specific brands rather than others, and point out the marketing relevance in relation to these factors in the beauty sector.

Relevance / originality

Articles like this are extremely important for more efficient marketing strategies, since the people who make up the market are constantly changing as much as their opinions and preferences.

Methodology / approach

The nature of this article is exploratory and descriptive (Malhotra, 2001). For this purpose, an online questionnaire was applied. The first part of the questions identified the respondents profile and the second one was composed of statements applied on the Likert scale.

Main results

The research achieved satisfactory results, making it possible to identify how marketing can act in some aspects to highlight the company in the midst of competitiveness in the beauty industry market.

Theoretical / methodological contributions

The article was able to provide the academic environment a study that points out, precisely and based on data that show certain consumer demands, some factors that are considerably relevant for further studies in this category.

Social / management contributions

This article aims to contribute as another source of information. Information that can be used by managers to improve business and marketing strategies.

Keywords: Marketing, Beauty industry, strategy, consumers, transformation

O PAPEL DO TRADE MARKETING NOS BASTIDORES DO SUCESSO DE LEVISSIMO

THE ROLE OF TRADE MARKETING BEHIND THE SUCCESS OF LEVISSIMO

IARA CRISTINA DE FÁTIMA MOLA - UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE
BRUNA CORDEIRO - INSTITUTO GERMINARE

Resumo

Pautado pela inauguração de uma categoria de frios da Seara – o Levíssimo –, este caso de ensino tem por objetivo conduzir os estudantes a refletirem sobre a importância do trade marketing mix para fundamentar as decisões dos profissionais da área, valendo-se dos pilares sortimento, preço, promoção e visibilidade. Conduzidos no sentido de perceber as diferenças entre os departamentos de marketing, vendas e trade marketing (Motta; Santos; Serralvo, 2013) para, em seguida, entender os principais elementos do trade marketing mix (Guiso; D'Andrea, 2019). Assim, a partir da sua aplicação, espera-se que o caso cumpra o seu propósito enquanto estratégia ativa e experiencial de ensino-aprendizagem, constituindo-se como material de referência no ensino de estratégias de trade marketing, uma vez que incentiva que sejam ministradas aulas dinâmicas, com engajamento e percepção de aprendizagem por parte dos alunos, o que contribui para a sua melhor formação.

Palavras-chave: Trade Marketing, Trade Marketing Mix, Levíssimo

Abstract

Guided by the inauguration of a cold cuts category at Seara – Levíssimo –, this teaching case aims to lead students to reflect on the importance of the trade marketing mix to support the decisions of professionals in the area, using the assortment, price, promotion and visibility. Conducted in order to understand the differences between the marketing, sales and trade marketing departments (Motta; Santos; Serralvo, 2013) and then understand the main elements of the trade marketing mix (Guiso; D'Andrea, 2019).). Thus, from its application, it is expected that the case fulfills its purpose as an active and experiential teaching-learning strategy, constituting itself as a reference material in the teaching of trade marketing strategies, since it encourages them to be taught. dynamic classes, with students' engagement and perception of learning, which contributes to their better training.

Keywords: Trade Marketing, Trade Marketing Mix, Levíssimo

O QUE A LITERATURA NOS TRAZ SOBRE A GESTÃO DE PROJETOS E ESTRATÉGIAS DE SUSTENTABILIDADE

WHAT THE LITERATURE TELLS US ABOUT PROJECT MANAGEMENT AND SUSTAINABILITY STRATEGIES

THAIS BATISTA LIMA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
LUCIANA VIEL GOMES - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

Agradecimentos ao Fundo de Amparo à Pesquisa - FAP/ UNINOVE.

Objetivo do estudo

Compreender o que tem sido abordado na literatura sobre as estratégias de sustentabilidade em gestão de projetos

Relevância/originalidade

São demonstradas diferentes formas de utilizar a sustentabilidade como fator estratégico na gestão de projetos, podendo ser aplicada com base na gestão da sustentabilidade.

Metodologia/abordagem

A partir de uma abordagem qualitativa foi realizada uma pesquisa exploratória, com base no método de revisão sistemática da literatura. O intuito foi de entender como a sustentabilidade é usada como fator estratégico na gestão de projetos. Foi realizada uma Revisão Sistemática.

Principais resultados

Os principais resultados são evidenciados a partir da compreensão da sustentabilidade como fator estratégico na gestão de projetos, aumento do fator sucesso do projeto. A sustentabilidade é vista como fator estratégico, promovendo melhora no âmbito social, econômico e ambiental das organizações.

Contribuições teóricas/metodológicas

A contribuição teórica principal deste estudo está relacionada com o envolvimento dos temas sustentabilidade e estratégia no contexto de projetos. A sustentabilidade pode ser usada estrategicamente para proporcionar melhora no fator econômico, social e ambiental, e consequentemente, contribuir para o sucesso.

Contribuições sociais/para a gestão

A contribuição para a prática/gestão se dá pela compreensão de como a sustentabilidade deve ser inserida dentro das organizações para se tornar um fator estratégico e contribuir com o sucesso dos projetos financeiro, social e ambiental.

Palavras-chave: Sustentabilidade, Estratégia, Gestão, Projeto

Study purpose

Understand what has been addressed in the literature on sustainability strategies in project management.

Relevance / originality

Different ways of using sustainability as a strategic factor in project management are demonstrated, which can be applied based on sustainability management.

Methodology / approach

Based on a qualitative approach, an exploratory research was carried out, based on the method of systematic literature review. The aim was to understand how sustainability is used as a strategic factor in project management. A Systematic Review was carried out.

Main results

The main results are evidenced from the understanding of sustainability as a strategic factor in project management, increasing the success factor of the project. Sustainability is seen as a strategic factor, promoting improvement in the social, economic and environmental scope of organizations.

Theoretical / methodological contributions

The main theoretical contribution of this study is related to the involvement of sustainability and strategy themes in the context of projects. Sustainability can be used strategically to provide improvement in the economic, social and environmental factors, and consequently, contribute to success.

Social / management contributions

The contribution to the practice/management is given by the understanding of how sustainability must be inserted within organizations to become a strategic factor and contribute to the success of financial, social and environmental projects.

Keywords: sustainability, strategies, management, project

O SENSO DE PERTENCIMENTO NO EMPREENDEDORISMO; UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA

THE SENSE OF BELONGING IN ENTREPRENEURSHIP; A SYSTEMATIC REVIEW OF THE LITERATURE

LAURIVAL SIQUEIRA CALÇADA JUNIOR - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
LEONARDO VILS - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

Esta pesquisa é resultado de bolsa de estudos para pos graduação stricto sensu oferecida pela CAPES

Objetivo do estudo

Apresentar como o senso de pertencimento se relaciona com o empreendedorismo. Investigar a literatura acadêmica buscando o estado da arte relacionando os temas propostos, e com base nas lacunas encontradas propor estudos futuros.

Relevância/originalidade

Esta pesquisa é original na medida que na amostra nenhuma RSL abraçou a união entre os temas, a única RSL encontrada focada em psicologia trata especificamente de capacidades dinâmicas do empreendedor.

Metodologia/abordagem

Partindo de uma revisão sistemática da literatura, foi desenvolvido um protocolo replicável para identificar publicações, autores e conceitos sobre os temas. Busca realizada em dezembro de 2021 na base gratuita ISI Web of Knowledge afluindo 53 artigos uteis.

Principais resultados

Identificamos sete clusters investigativos, sendo a construção da identidade do indivíduo empreendedor presente em quatro. O interesse em estudar o relacionamento do senso de pertencimento em imigrantes empreendedores e as escolhas e desafios das mulheres empreendedoras são claramente percebidos.

Contribuições teóricas/metodológicas

Para a teoria oferecemos a ideia de que o senso de pertencimento junto ao empreendedorismo tem intercessão transversal em várias áreas do conhecimento, propondo significativa agenda de pesquisa.

Contribuições sociais/para a gestão

Para a prática, mostramos que é clara a importância desta relação no desempenho dos indivíduos empreendedores, encontrar formas de desenvolver esta relação será útil para manter empreendedores motivados e confiantes.

Palavras-chave: empreendedorismo, segurança psicológica, sentimento de pertencimento, revisão sistemática da literatura

Study purpose

Present how the sense of belonging relates to entrepreneurship. Investigate the academic literature seeking the state of the art that relates the proposed themes, and based on the gaps found, propose future studies.

Relevance / originality

This research is original in that in the sample no RSL embraced the union between the themes, the only RSL found focused on psychology deals specifically with the dynamic capabilities of the entrepreneur

Methodology / approach

Based on a systematic review of the literature, a replicable protocol was developed to identify publications, authors and concepts on the topics. Search carried out in December 2021 on the free ISI Web of Knowledge database, bringing up 53 useful articles.

Main results

We identified seven investigative clusters, with the construction of the identity of the entrepreneurial individual present in four. The interest in studying the relationship between the sense of belonging in entrepreneurial immigrants and the choices and challenges of women entrepreneurs is clearly

Theoretical / methodological contributions

For theory, we offer the idea that the sense of belonging together with entrepreneurship has transversal intercession in several areas of knowledge, proposing a significant research agenda.

Social / management contributions

For practice, we show that the importance of this relationship in the performance of entrepreneurial individuals is clear, finding ways to develop this relationship will be useful to keep entrepreneurs motivated and confident.

Keywords: entrepreneurship, psychological security, sense of belonging, systematic literature review

O USO DO MARKETING DIGITAL NO ENGAJAMENTO DE ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS COM O CURSO DE GRADUAÇÃO

THE USE OF DIGITAL MARKETING IN THE ENGAGEMENT OF UNIVERSITY STUDENTS WITH THE UNDERGRADUATE COURSE

TIAGO HENRIQUE SANTOS DE SOUZA - UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PARANÁ - UNESPAR
DANIELA CALDAS ACOSTA - UEM - UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MARINGÁ

Resumo

O objetivo do estudo é melhorar, ampliar e difundir a comunicação on-line de assuntos pertinentes ao curso de Administração da UNESPAR, aumentando o engajamento da

comunidade universitária com o curso, no intuito de melhorar o desempenho dos acadêmicos e reduzir a evasão universitária. Tem-se que o uso de um conjunto de ações de marketing digital visa produzir e divulgar conteúdo útil e relevante na internet para atrair a atenção e conquistar o público. A coleta de dados foi realizada com base no número de acessos, interações e pesquisa de opinião (questionários on-line). O projeto, ainda ativo, foi implantado nos ambientes digitais da universidade, com cooperação de docentes e discentes que contribuem para sua viabilidade. Identificou-se que a melhoria na usabilidade, aparência e visibilidade da home page e outras redes atraiu mais os acadêmicos para o curso, estreitando o relacionamento acadêmico-curso e o engajamento com projetos, eventos e atividades.

Palavras-chave: Marketing digital, Engajamento, Estudantes universitários, Conteúdo útil

Abstract

The objective of the study is to improve, expand and disseminate online communication of subjects relevant to the UNESPAR Business Administration course, increasing the engagement of the university community with the course, in order to improve the performance of academics and reduce university dropout. The use of a set of digital marketing actions aims to produce and disseminate useful and relevant content on the internet to attract attention and win over the public. Data collection was performed based on the number of accesses, interactions and opinion polls (online questionnaires). The project, still active, was implemented in the university's digital environments, with the cooperation of professors and students who contribute to its viability. It was identified that the improvement in usability, appearance and visibility of the home page and other networks attracted more academics to the course, strengthening the academic-course relationship and engagement with projects, events and activities.

Keywords: Digital marketing, Engagement, University students, Useful content

OMO: MANUTENÇÃO DA LIDERANÇA NA CATEGORIA SABÃO EM PÓ ATRAVÉS DA EXTENSÃO DA MARCA

*OMO: LEADERSHIP MAINTAINANCE IN THE POWDER SOAP CATEGORY THROUGH
BRAND EXTENTION*

PRISCILA JEINY CARNEIRO CARMO DE CAMARGO - UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS - UNICAMP
SAMANTA CECCONI - UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA - UFSC
LEDA DE AGUIAR VIEIRA - INSTITUTO J&F (ESCOLA GERMINARE)

Resumo

Este caso de ensino apresenta a trajetória de uma empreendedora que atuava no segmento de lavanderia e que migra para a carreira executiva na marca Omo, líder em vendas de sabão em pó, para assumir o desafio de fortalecer a preferência de Omo em um momento que cada vez mais exige estratégias inovadoras que reforcem o compromisso das marcas com a sustentabilidade e mantenham sua competitividade no mercado. Portanto, objetivo desta

metodologia é levar os estudantes à reflexão sobre como Omo, sabão em pó nº1 do Brasil, deve se valer de perspectivas inovadoras para fazer frente a este momento que exige compromisso das marcas para com a sustentabilidade. Aos estudantes é conferida a possibilidade de desenvolverem conhecimentos e habilidades para conceberem estratégias de expansão de marca que neutralizem ameaças da concorrência e possam sustentar a liderança da Omo.

Palavras-chave: Mercado de limpeza, Extensão de marca, Omo

Abstract

The following teaching case presents the route of a company that was active in the segment of laundry and that moves to an executive career with the brand OMO, a sales leader in powder soap, with the aim to face the challenge of strengthening its preference in a moment that demands more and more innovative strategies that reinforce the commitment of all brands to sustainability and that keep their competitiveness in the market. Therefore, the goal of this technology is to make students reflect on how OMO, which is number 1 in Brazil, should use innovative perspectives in order to focus on sustainability. The students are given the possibility to develop knowledge and abilities that end up creating brand extension strategies that inactivate threats from the competition and that can keep its leadership.

Keywords: Laundry category , Brand extension, Omo

OPEN BANKING NO BRASIL E NO MUNDO: LIÇÕES APRENDIDAS E A EVOLUÇÃO AO MODELO DE OPEN FINANCE E OPEN DATA

OPEN BANKING IN BRAZIL AND WORLD-WIDE: LESSONS AND PROGRESS FROM OPEN FINANCE TO OPEN DATA

GABRIELA CUALHATO BERTAGLIA - USP - UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ARNALDO DI PETTA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Objetivo do estudo

Entender como se deu a implantação do Open Banking no Brasil comparada à outras implantações do mundo e como evolui para o Open Finance e Open Data, identificando suas oportunidades e desafios.

Relevância/originalidade

O Open Banking oferece formas inéditas de lidar com os dados pessoais, algo complexo e desafiador. Possui um potencial de transformação digital do mercado à medida em que promove um aumento da competição e um impulso à inovação e inclusão financeira.

Metodologia/abordagem

Foi realizado uma análise literária e exploratório do tema e suas oportunidades no mercado. Para analisar as diferentes implantações ao redor do mundo, foi construída uma tabela comparativa a partir de critérios selecionados.

Principais resultados

Nenhuma abordagem de implantação prevalece no mundo até o momento. As estruturas do modelo podem variar de acordo com vários critérios, dentre eles o escopo de produtos e serviços, APIs, cronogramas de implementação, instituições reguladoras ou consultivas e aceitação do consumidor.

Contribuições teóricas/metodológicas

Esse novo ecossistema ainda é algo muito incipiente no mundo, de modo que há pouca documentação disponível sobre o tema, principalmente no que tange à comparação de sua implementação nos diferentes países e aos movimentos futuros para um mercado Open Data.

Contribuições sociais/para a gestão

A chegada desta nova tecnologia traz consigo inúmeras oportunidades de soluções financeiras e abre caminho para demais setores do mercado, o que pode ser determinante para o crescimento da economia brasileira e mundial.

Palavras-chave: Regulação bancária, Mercado financeiro, Dados pessoais, Concorrência, API

Study purpose

Answer how Open Banking was implemented in Brazil compared to other implementations world-wide and also how this new ecosystem evolves towards Open Finance and Open Data identifying its opportunities and challenges.

Relevance / originality

Open Banking offers unprecedented ways to handle personal data, something complex and challenging. It has the potential for digital market transformation as it promotes increased competition and a boost to innovation and financial inclusion.

Methodology / approach

A literary and exploratory analysis of the theme and its opportunities in the market was carried out. To analyze the different deployments around the world, a comparative table was built based on selected criteria.

Main results

No deployment approach outweigh in the world to date. Model structures can vary according to various criteria, including scope of products and services, APIs, implementation schedules, regulatory or collaborative institutions and consumer acceptance.

Theoretical / methodological contributions

Since this new ecosystem is still at a very early stage in the world, there is little documentation available on the subject, especially regarding the comparison of its implementation in different countries and future moves towards an Open Data market.

Social / management contributions

The arrival of this new technology brings with it countless opportunities for financial solutions and opens the way for other market sectors, which can be decisive for the growth of the Brazilian and world economy.

Keywords: Banking regulation, Financial market, Personal data, Competition, API

OS EFEITOS DE PROGRAMAS HABITACIONAIS NA (RE)CONFIGURAÇÃO DO MERCADO MOBILIÁRIO

THE EFFECTS OF HOUSING PROGRAMS ON THE (RE)CONFIGURATION OF THE FURNITURE MARKET

DANIELA CALDAS ACOSTA - UEM - UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MARINGÁ

Objetivo do estudo

Tem por objetivo demonstrar a capacidade de agência que programas habitacionais governamentais têm para produzir novos arranjos no mercado mobiliário.

Relevância/originalidade

Este estudo trata da (re)configuração de mercado pela ótica dos Estudos de Mercado Construtivistas (EMC), no que tange a adequação da oferta para o atendimento das necessidades de consumo dos moradores, exclusivamente, de beneficiários de programas habitacionais.

Metodologia/abordagem

De natureza qualitativa, a pesquisa foi realizada a partir de dados disponibilizados por órgãos públicos, reportagens e matérias do assunto, também, por meio de entrevistas com representantes da construção civil e do varejo de itens de mobiliário.

Principais resultados

O estudo indicou, especificamente, que o setor mobiliário responde à dinâmica das novas habitações com implementações em seus produtos e serviços, assim como, na aplicação de novas práticas de mercado e de marketing para adequar sua oferta ao atendimento dos clientes.

Contribuições teóricas/metodológicas

A compreensão acerca da articulação que um coletivo de atores de mercado realiza para criar práticas de mercado para (re)configurar o mercado avança para um maior entendimento de como o mercado também pode ser explicado pela perspectiva de marketing.

Contribuições sociais/para a gestão

Como contribuição o estudo revela que a aplicação de programas habitacionais e políticas públicas complementares impactam na (re)configuração do mercado, de forma duradoura e num curto período de tempo, ocasionando inovações em produtos, na oferta e na gestão dos negócios.

Palavras-chave: Casa própria, Programa habitacional, Mercado mobiliário, Práticas de mercado.

Study purpose

It aims to demonstrate the agency capacity of government housing programs to produce new arrangements in the furniture market.

Relevance / originality

This study deals with the (re)configuration of the market from the perspective of Constructivist Market Studies (EMC), regarding the adequacy of the offer to meet the consumption needs of residents, exclusively, beneficiaries of housing programs.

Methodology / approach

Of a qualitative nature, the research was carried out from data made available by public agencies, reports and articles on the subject, also through interviews with representatives of civil construction and the retail of furniture items.

Main results

The study specifically indicated that the furniture sector responds to the dynamics of new housing with implementations in its products and services, as well as in the application of new market and marketing practices to adapt its offer to customer service.

Theoretical / methodological contributions

The understanding of the articulation that a collective of market actors performs to create market practices to (re)configure the market advances towards a greater understanding of how the market can also be explained from the marketing perspective.

Social / management contributions

As a contribution, the study reveals that the application of housing programs and complementary public policies impact on the (re)configuration of markets, in a lasting way and in a short period of time, causing innovations in products, in the offer and in

Keywords: Owned house, Housing program, Furniture market, Market practices

OS FATORES MOTIVACIONAIS NA INTEGRAÇÃO DE EQUIPES NO CONTEXTO DE FUSÃO E AQUISIÇÃO ENTRE EMPRESAS DO SETOR FINANCEIRO

THE MOTIVATIONAL FACTORS IN TEAM INTEGRATION IN THE CONTEXT OF MERGER AND ACQUISITION BETWEEN COMPANIES IN THE FINANCIAL SECTOR

EDGAR INÁCIO DE MELLO - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
LUCIANO FERREIRA DA SILVA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

Agradeço a Uninove e à todo o corpo docente pela oportunidade de me desenvolver na área acadêmica, profissional e pessoal. Quero poder retribuir com o meu melhor.

Objetivo do estudo

O objetivo desse relato técnico é compreender quais foram os fatores de motivação no processo de integração de equipes no contexto de Fusão e Aquisição (F&A) entre empresas do setor financeiro.

Relevância/originalidade

O estudo é relevante pois oportuniza aprofundar o entendimento sobre os fatores de motivação no processo de integração de equipe no contexto de F&A.

Metodologia/abordagem

Essa pesquisa utilizou abordagem qualitativa, com base em um estudo de caso. A coleta de dados se deu por meio de seis entrevistas semiestruturadas, também fizeram parte das fontes de evidências documentos disponibilizados pela empresa, bem como as transcrições citadas.

Principais resultados

Destacam-se: (i) a falha ou falta de transparência na comunicação; (ii) a aprendizagem organizacional é um fator relevante ao processo de F&A; e (iii) a integração do time de negócios deve ser tratada diferentemente da área de processos.

Contribuições teóricas/metodológicas

Essa pesquisa traz contribuições para a academia, pois amplia o conhecimento disponível sobre fatores de motivação em F&A.

Contribuições sociais/para a gestão

Para a gestão alerta as empresas para fatores que se deve observar em processos de F&A, desde o seu planejamento até a integração após a conclusão da transação.

Palavras-chave: fusões e aquisições, integração de equipes, instituições financeiras

Study purpose

The objective of this technical report is to understand what were the motivating factors in the process of team integration in the context of Merger and Acquisition (M&A) between companies in the financial sector.

Relevance / originality

The study is relevant as it provides an opportunity to deepen the understanding of the motivating factors in the team integration process in the context of M&A.

Methodology / approach

This research used a qualitative approach, based on a case study. Data collection took place through six semi-structured interviews. Documents provided by the company, as well as the aforementioned transcripts, were also part of the sources of evidence.

Main results

The following stand out: (i) the failure or lack of transparency in communication; (ii) organizational learning is a relevant factor in the M&A process; and (iii) the integration of the business team must be treated differently from the process area.

Theoretical / methodological contributions

This research brings contributions to the academy, as it expands the available knowledge about motivating factors in M&A.

Social / management contributions

For management, it alerts companies to factors that must be observed in M&A processes, from planning to integration after the transaction is concluded.

Keywords: mergers and acquisitions, teams integration, financial institution

OS PROCESSOS DE APRENDIZAGEM NA CAPACIDADE ABSORTIVA DE ORGANIZAÇÕES BASEADAS EM PROJETOS. UM FRAMEWORK ORIENTATIVO.

LEARNING PROCESSES IN THE ABSORPTIVE CAPACITY OF PROJECT-BASED ORGANIZATIONS. AN ORIENTATION FRAMEWORK

RODRIGO TEIXEIRA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
ROBERTO LIMA RUAS - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

Agradecimentos ao Fundo de Amparo à Pesquisa - FAP/ UNINOVE.

Objetivo do estudo

Desenvolver um framework contendo os principais processos de aprendizagem nas etapas centrais da capacidade absorptiva

Relevância/originalidade

Não obstante a literatura aponta o relevante papel que a capacidade de absorção do conhecimento desempenha na gestão de projetos, há uma escassez de estudos que apontem os processos de aprendizagem envolvidas na absorção do conhecimento.

Metodologia/abordagem

Para atender ao objetivo proposto, foi realizada uma pesquisa qualitativa, utilizando-se da estratégia de estudo de caso múltiplo, incorporando duas organizações baseadas em projetos do segmento de informática

Principais resultados

As Organizações Baseadas em Projetos estudadas apresentam práticas relacionadas aos quatro processos de aprendizagem da capacidade absorptiva: exploratória, assimilativa, transformadora e exploradora. Apresentando que há uma prevalência da aplicação da aprendizagem exploratória, causando um desequilíbrio no processo de capacidade absorptiva.

Contribuições teóricas/metodológicas

Os achados contribuem com a literatura de capacidade absorptiva, apresentando práticas relacionadas a cada um dos seus processos de aprendizagem, assim como com a literatura de gerenciamento de projetos, destacando como os processos de aprendizagem presentes na capacidade absorptiva ocorrem em organizações

Contribuições sociais/para a gestão

O estudo apresentou um framework orientativo para organizações baseadas em projetos, o qual gestores desse modelo de organização podem beneficiar-se estruturando os processos de aprendizagem para aprimorar a absorção de conhecimentos externos

Palavras-chave: Projetos, Organizações Baseadas em Projetos, Capacidade Absortiva, Aprendizagem em projetos, Aprendizagem organizacional

Study purpose

To develop a framework containing the main learning processes in the central stages of absorptive capacity

Relevance / originality

Although the literature points out the relevant role that the capacity of knowledge absorption plays in project management, there is a scarcity of studies that point out the learning processes involved in the absorption of knowledge.

Methodology / approach

To meet the proposed objective, qualitative research was carried out, using the strategy of multiple case study, incorporating two organizations based on projects.

Main results

The results showed that the Project-Based Organizations studied present practices related to the four processes of learning absorptive capacity: exploratory, assimilative, transformative, and exploitation Presenting that there is a prevalence of the application of exploratory learning, causing an imbalance in the process.

Theoretical / methodological contributions

The findings contribute to the literature of absorptive capacity, presenting practices related to each of its learning processes, as well as to the project management literature, highlighting how the processes of learning of absorptive capacity occur in project-based organizations.

Social / management contributions

The study presented a guiding framework for project-based organizations, which managers of this organizational model can benefit from structuring learning processes to improve the absorption of external knowledge.

Keywords: Projects, Project-Based Organizations, Absorptive Capacity, Project Learning, Organizational Learning

OS UNIVERSITÁRIOS SÃO CONSUMIDORES SUSTENTÁVEIS? ANÁLISE DAS ATITUDES E DAS PRÁTICAS DE CONSUMO DOS GRADUANDOS DE UMA INSTITUIÇÃO FEDERAL DE ENSINO SUPERIOR

ARE COLLEGE STUDENTS SUSTAINABLE CONSUMERS? ANALYSIS OF ATTITUDES AND CONSUMPTION PRACTICES OF UNDERGRADUATES OF A FEDERAL INSTITUTION OF HIGHER EDUCATION

NATÁLIA ARAÚJO DE LIMA LUNA - UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO
ANA REGINA BEZERRA RIBEIRO - UFRPE
RAFAELA ÂNGELA MATEUS SOUTO MAIOR - UFRPE

Agradecimento à órgão de fomento:

Agradecemos ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) pela concessão da bolsa que viabilizou este estudo.

Objetivo do estudo

O presente artigo tem a finalidade de entender atitudes e comportamento de consumo sustentável de graduandos de uma Instituição Federal de Ensino Superior em Pernambuco.

Relevância/originalidade

O estudo é relevante por mostrar a aplicação de uma escala de consumo sustentável numa Instituição de Ensino Superior. Por outro lado, o trabalho pode atuar como um incentivo na formação consumo consciente para jovens universitários. Além de mostrar uma tendência na

Metodologia/abordagem

A pesquisa caracteriza-se como quantitativa-descritiva. O levantamento de dados foi meio de questionário aplicado com estudantes de graduação. O instrumento de pesquisa foi baseado em uma Escala de Consumo Sustentável, enfatizando quatro dimensões: consciência ecológica, economia de recursos, reciclagem e frugalidade.

Principais resultados

A pesquisa conseguiu atingir 318 respondentes. Como resultado tem-se que os estudantes de graduação da IFES estudada estão tendenciosos a consumir de maneira ecológica, entretanto ainda existem barreiras financeiras, psicológicas, culturais e principalmente atitudinais para permanência desse comportamento.

Contribuições teóricas/metodológicas

A pesquisa pode ser utilizada nas áreas de sustentabilidade e de marketing. Apresenta uma aplicação de escala de consumo sustentável numa universidade pública. Ela promove reflexões sobre comportamento do consumidor e sobre a necessidade de mudança nos hábitos de consumo de jovens.

Contribuições sociais/para a gestão

Como contribuição para gestão, a pesquisa aponta como empresas e academia podem contribuir para modificações no contexto social e cultural de compra e com mudanças no comportamento de consumo sustentável de jovens.

Palavras-chave: Consumo sustentável, Comportamento do consumidor, Estudantes

Study purpose

The purpose of this paper is to understand attitudes and behavior towards sustainable consumption among undergraduates of a Federal Higher Education Institution in Pernambuco.

Relevance / originality

The relevance of the research is shown by the application of a sustainable consumption scale; by presenting a trend in the consumption change of college students, encouraging sustainable productive actions aimed at young people. In addition to encouraging the formation of conscious.

Methodology / approach

The research is characterized as quantitative-descriptive. The data survey was carried out by means of a questionnaire applied to undergraduate students. The research instrument was based on a Sustainable Consumption Scale, emphasizing four dimensions: ecological awareness, resource saving, recycling and frugality.

Main results

The survey reached 318 respondents. The result is that undergraduate students of the IFES studied are inclined to consume in an ecological way, however, there are still financial, psychological, cultural and especially attitudinal barriers to the permanence of this behavior.

Theoretical / methodological contributions

The research can be used in the areas of sustainability and marketing. It presents an application of a sustainable consumption scale in a public university. It promotes reflections on consumer behavior and the need for change in the consumption habits of young.

Social / management contributions

As a contribution to management, the research points out how companies and academia can contribute to modifications in the social and cultural context of purchase and with changes in the sustainable consumption behavior of young people.

Keywords: sustainable consumption, Consumer behavior, Undergraduate

PAPEL DOS STAKEHOLDERS PARA ADESÃO E EFETIVA OBSERVÂNCIA AOS PRINCÍPIOS DA RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL POR CORPORAÇÕES

STAKEHOLDER'S ROLE IN ADHESION AND EFFECTIVE COMPLIANCE TO THE PRINCIPLES OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY BY CORPORATIONS

FELIPE VELAMES FERREIRA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Resumo

Valendo-se do método dedutivo e abordagem qualitativa, através do estudo bibliográfico de diferentes teorias, autores e obras pertinentes ao tema e problema de pesquisa, considerando, ainda, a abordagem de redes de stakeholders, o presente buscou entender o papel dos stakeholders para a adesão e efetiva observância aos princípios da RSE por corporações.

Palavras-chave: Stakeholders, Responsabilidade Social Empresarial, Influência

Abstract

By using the deductive method and qualitative approach, through the bibliographic study of different theories, authors and studies that are relevant to the theme, while considering the approach of stakeholder networks, the present sought to understand the role of the stakeholders to an adherence to CSR principles by corporations.

Keywords: Stakeholders, Corporate Social Responsibility, Influence

PERCEPÇÃO DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS PRESTADOS PELA RADSON DIAGNÓSTICO POR IMAGEM DE SANTA CRUZ DO SUL

QUALITY PERCEPTION OF SERVICES PROVIDED BY RADSON DIAGNÓSTICO POR IMAGE DE SANTA CRUZ DO SUL

PATRÍCIA DANIELA MOLZ DA SILVA - UNISC - UNIVERSIDADE DE SANTA CRUZ DO SUL
FLÁVIO RÉGIO BRAMBILLA - UNISC - UNIVERSIDADE DE SANTA CRUZ DO SUL
CLAUDIO DAMACENA - UNISC - UNIVERSIDADE DE SANTA CRUZ DO SUL

Objetivo do estudo

O presente estudo teve como proposta fazer uma análise acerca da qualidade dos serviços prestados pela empresa RADSON Diagnóstico por Imagem de Santa Cruz do Sul, RS, Brasil, nas Unidades Ana Nery, Centro e Estação.

Relevância/originalidade

O referido estudo está centrado na análise de uma empresa do setor de saúde, que conta com diferentes unidades de atendimento. Trata-se de uma proposta de mensuração da qualidade geral, assim como das unidades individualmente.

Metodologia/abordagem

O método empregado consistiu em um Estudo de Caso, sendo a técnica utilizada para a coleta de dados um questionário utilizando a escala para mensuração da percepção de qualidade dos serviços (Servqual).

Principais resultados

Observou-se positividade em relação ao feedback dos usuários, demonstrando que a empresa está atenta às tendências do mercado, tendo como foco a satisfação dos clientes.

Contribuições teóricas/metodológicas

Mediante análise da pesquisa desenvolvida, identifica-se que o estudo pode servir de referência para mensuração da qualidade de serviços médicos, em especial no comparativo entre diferentes unidades de uma mesma organização.

Contribuições sociais/para a gestão

Por se tratar de serviços de caráter médico, a qualidade da prestação aos pacientes/clientes assume um caráter humano, onde a atenção dispensada para as pessoas é essencial.

Palavras-chave: Serviço, Qualidade dos Serviços, Qualidade Percebida, Servqual, Radson

Study purpose

The present study aimed to analyze the quality of services provided by the company RADSON Diagnóstico por Imagem de Santa Cruz do Sul, RS, Brazil, at the Ana Nery, Centro and Estação Units.

Relevance / originality

This study is centered on the analysis of a company in the health sector, which has different service units. It is a proposal to measure the general quality, as well as the individual units.

Methodology / approach

The method used consisted of a Case Study, and the technique used for data collection was a questionnaire using a scale to measure the quality perception of services (Servqual).

Main results

Positive feedback from users was observed, demonstrating that the company is attentive to market trends, focusing on customer satisfaction.

Theoretical / methodological contributions

Through analysis of the research developed, it is identified that the study can serve as a reference for measuring the quality of medical services, especially in comparison between different units of the same organization.

Social / management contributions

As these are medical services, the quality of service provided to patients/clients assumes a human character, where attention given to people is essential.

Keywords: Service, Services Quality, Perceived Quality, Servqual, Radson

PERCEPÇÃO DE VALOR EM PROJETOS DE SOFTWARES A PARTIR DA EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO

VALUE PERCEPTION IN SOFTWARE PROJECTS BASED ON USER EXPERIENCE

JULIANO IDOGAWA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
FLÁVIO SANTINO BIZARRIAS - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Objetivo do estudo

Identificar na literatura sobre experiência do usuário (UX), estudos direcionados a valores percebidos e mensuração destes valores

Relevância/originalidade

Esta RSL buscou apresentar a relação entre UX e valor percebido, tema até então pesquisado de forma segregada, conforme evidenciado no corpus de pesquisa

Metodologia/abordagem

Pesquisa realizada por meio de uma revisão sistemática da literatura nas bases Scopus e Web of Science utilizando artigos de periódicos entre 1966 e 2022 O protocolo de pesquisa foi validado por três doutores e dois especialistas

Principais resultados

Estudos quanto a usabilidade, design, produtividade e relações psicológicas sobre o valor e a UX figuraram com maior recorrência. A necessidade de se aprofundar o estudo da relação entre UX e valor foi evidenciado nesta RSL.

Contribuições teóricas/metodológicas

Como contribuição para praticantes e acadêmicos, este artigo busca apresentar o estado da arte relacionado ao tema de user experience e percepção de valor.

Contribuições sociais/para a gestão

O planejamento orientado à experiência do usuário permite identificar ações essenciais durante o desenvolvimento de softwares, que agreguem valor e com fundamentação em pesquisa.

Palavras-chave: User experience (UX), Valor percebido, Projetos de Software

Study purpose

To identify in the literature on user experience (UX), studies aimed at perceived values and measurement of these values.

Relevance / originality

This RSL sought to present the relationship between UX and perceived value, a topic previously researched in a segregated way, as evidenced in the research corpus

Methodology / approach

Research carried out through a systematic literature review in the Scopus and Web of Science databases using journal articles between 1966 and 2022 The research protocol was validated by three doctors and two specialists

Main results

Studies on usability, design, productivity and psychological relationships on value and UX appeared with greater recurrence. The need to deepen the study of the relationship between UX and value was evidenced in this RSL.

Theoretical / methodological contributions

As a contribution to practitioners and academics, this article seeks to present the state of the art related to the topic of user experience and perception of value.

Social / management contributions

User experience-oriented planning makes it possible to identify essential actions during software development, which add value and are based on research.

Keywords: User experience (UX), Perceived Value, Software Projects

POSSÍVEIS ASSOCIAÇÕES ENTRE AS MÚLTIPLAS INTELIGÊNCIAS E AS PROFISSÕES

POSSIBLE ASSOCIATIONS BETWEEN MULTIPLE INTELLIGENCES AND PROFESSIONS

DIEGO DA SILVA CIARROCCI - UNIVERSIDADE FEDERAL DO ABC
ROVILSON MAFALDA -
ROMULO GONÇALVES LINS - UNIVERSIDADE FEDERAL DO ABC

Objetivo do estudo

Mapear quais os tipos de inteligência predominantes nas profissões no Brasil e qual a sua relação com a demanda do mercado de trabalho e elencar quais inteligências são requisitadas em cada profissão por nível educacional

Relevância/originalidade

Mapear os tipos de inteligências múltiplas e a inteligência emocional presentes na população brasileira, direcionando as lacunas nas formações e fomentando processos de inovação.

Metodologia/abordagem

As profissões serão problematizadas para se extrair os aspectos centrais em relação a um dia de trabalho. A partir da escolha das profissões, categorização por nível educacional e descrição das principais atividades exercidas, chega-se a tabela de escala de predominância das inteligências.

Principais resultados

É possível observar que para as mais diversas profissões, existe um balanceamento das inteligências exigidas. Uma exceção ocorre na inteligência musical, nela nota-se extremos, onde muitas profissões não exigem esse tipo de inteligência e outras são extremamente exigidas.

Contribuições teóricas/metodológicas

No conceito de inteligências múltiplas criado por Gardner (1983), ele define sete tipos de inteligências, sendo que o indivíduo pode ter todos os tipos de inteligências com diferentes aptidões.

Contribuições sociais/para a gestão

No mercado de trabalho, mapeando as inteligências de cada indivíduo, é possível direcionar as atividades de acordo com as habilidades de cada um e assim, aumentar a produtividade e inovação em projetos coletivos.

Palavras-chave: MÚLTIPLAS INTELIGÊNCIAS, MERCADO DE TRABALHO, FORMAÇÃO PROFISSIONAL, ENSINO-APRENDIZAGEM

Study purpose

Map which types of intelligence are predominant in professions in Brazil and what is their relationship with the demand of the job market and list which intelligences are required in each profession by educational level

Relevance / originality

Map the types of multiple intelligences and emotional intelligence present in the Brazilian population, targeting gaps in training and fostering innovation processes.

Methodology / approach

Will be problematized in order to extract the central aspects in relation to a working day From the choice of professions, categorization by educational level and description of the main activities performed, we arrive at the scale table of the predominance

Main results

It is possible to observe that for the most diverse professions, there is a balance of the required intelligences, where many professions do not require this type of intelligence and others are extremely demanding.

Theoretical / methodological contributions

In the concept of multiple intelligences created by Gardner (1983), he defines seven types of intelligences, and the individual can have all types of intelligences with different aptitudes.

Social / management contributions

In the job market, by mapping the intelligence of each individual, it is possible to direct activities according to each one's abilities and thus increase productivity and innovation in collective projects.

Keywords: MULTIPLE INTELLIGENCES, LABOR MARKET, PROFESSIONAL QUALIFICATION, TEACHING-LEARNING

PRÁTICAS DE MINDFULNESS NO AMBIENTE DE TRABALHO

MINDFULNESS PRACTICES IN THE WORKPLACE

ANA BEATRIZ COBRA GUIMARÃES - PECEGE - PROGRAMA DE EDUCAÇÃO CONTINUADA EM ECONOMIA E GESTÃO DE EMPRESAS (ESALQ/USP)

LETICIA OLIVEIRA DOS OUROS - PECEGE - PROGRAMA DE EDUCAÇÃO CONTINUADA EM ECONOMIA E GESTÃO DE EMPRESAS (ESALQ/USP)

ROBERTO LIMA RUAS - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Objetivo do estudo

Analisar as percepções sobre a prática do mindfulness no ambiente de trabalho.

Relevância/originalidade

Visão prática de mindfulness

Metodologia/abordagem

Estatística descritiva com coleta de dados via Google forms

Principais resultados

O mindfulness pode ser uma alternativa de apoiar os colaboradores no enfrentamento à ansiedade e ao estresse, uma vez que sua prática leva a um maior controle do indivíduo sobre esses dois males.

Contribuições teóricas/metodológicas

Um ambiente de trabalho positivo aporta aos colaboradores uma sensação de bem estar que pode mobilizá-los para um melhor desempenho e, ao mesmo tempo, diminuir a possibilidade de crises de burnout, transtorno de ansiedade com contexto exclusivamente laboral.

Contribuições sociais/para a gestão

como gestores, concordam e recomendam a prática do mindfulness no ambiente de trabalho; 17,4% (12 respostas) concordam parcialmente com a prática e 5,8% (4 respostas) não concordam nem discordam. Nenhum dos respondentes dessa etapa discordou da afirmação.

Palavras-chave: mindfulness, estresse laboral, ambiente de trabalho.

Study purpose

To analyze perceptions about the practice of mindfulness in the work environment.

Relevance / originality

Practical view of mindfulness

Methodology / approach

Descriptive statistics with data collection via Google forms

Main results

Mindfulness can be an alternative to support employees in coping with anxiety and stress, since its practice leads to greater control of the individual over these two evils.

Theoretical / methodological contributions

A positive work environment gives employees a sense of well-being that can mobilize them to perform better and, at the same time, reduce the possibility of burnout crises, anxiety disorder with an exclusively work context.

Social / management contributions

as managers, they agree and recommend the practice of mindfulness in the work environment; 17.4% (12 responses) partially agree with the practice and 5.8% (4 responses) neither agree nor disagree. None of the respondents at this stage disagreed with the statement.

Keywords: mindfulness, work stress, Workplace

PRÁTICAS DE GOVERNANÇA CORPORATIVA SOB A ÓTICA DOS MECANISMOS ELECADOS PELO TRIBUNAL DE CONTAS DA UNIÃO

CORPORATE GOVERNANCE PRACTICES FROM THE PERSPECTIVE OF THE MECHANISMS LISTED BY THE FEDERAL COURT OF ACCOUNTS

WAGNER JOSÉ PIRES - CENTRO UNIVERSITÁRIO UNIHORIZONTES
NAIRANA RADTKE CANEPPELE - CENTRO UNIVERSITÁRIO UNIHORIZONTES
GUSTAVO RODRIGUES CUNHA -

Objetivo do estudo

Analisar as práticas de governança corporativa na percepção dos agentes de governança e dos stakeholders do CEFET-MG, campus Divinópolis, à luz dos mecanismos defendidos pelo Tribunal de Contas da União, liderança, estratégia e controle.

Relevância/originalidade

As boas práticas da governança corporativa não podem ficar limitadas ao sistema empresarial, devem migrar para o Estado também, pois são um instrumento determinante do desenvolvimento sustentável nas dimensões econômica, ambiental e social.

Metodologia/abordagem

Utilizou-se uma abordagem qualitativa e quantitativa. As técnicas de coleta de dados foram pesquisa documental, entrevista semiestruturada com 9 agentes de governança e questionário estruturado aplicado para 493 Stakeholders da instituição.

Principais resultados

A instituição de ensino em análise, atende parcialmente ao que recomenda o Tribunal de Contas da União com relação aos mecanismos de governança, carecendo de aprimoramento, na perspectiva dos agentes e na percepção dos stakeholders.

Contribuições teóricas/metodológicas

Este estudo contribuiu ao ampliar e aprofundar o entendimento e a disseminação acerca das práticas de governança corporativa e sua relação, no âmbito brasileiro, com o setor público, stakeholders e instituições de ensino.

Contribuições sociais/para a gestão

Uma gestão eficiente é aquela que alcança bons resultados. No setor público, atingir bons resultados tem o sentido de atendimento às demandas, aos interesses e às expectativas dos stakeholders, criando valor público por meio de práticas preconizadas pela governança corporativa.

Palavras-chave: Governança Corporativa, Práticas, Tribunal de Contas da União, Setor Público

Study purpose

To analyze corporate governance practices in the perception of government agents and stakeholders of CEFET-MG, Divinópolis campus, in the light of the mechanisms defended by the Federal Court of Accounts, leadership, strategy, and control.

Relevance / originality

Good corporate governance practices cannot be limited to the business system, they must migrate to the State as well, as they are considered a determining instrument of sustainable development in the economic, environmental, and social dimensions.

Methodology / approach

A qualitative and quantitative approach was used. The data collection techniques were documental research, semi-structured interviews with 9 governance agents, and a structured questionnaire applied to 493 Stakeholders of the institution.

Main results

The educational institution under analysis partially complies with what the Federal Court of Accounts recommends regarding governance mechanisms, lacking improvement, from the perspective of agents and the perception of stakeholders.

Theoretical / methodological contributions

This study contributed to broadening and deepening the understanding and dissemination of corporate governance practices and their relationship, in the Brazilian context, with the public sector, stakeholders, and educational institutions.

Social / management contributions

Efficient management achieves satisfactory results. In the public sector, achieving satisfactory results means meeting the demands, interests, and expectations of stakeholders, and creating public value through practices recommended by corporate governance.

Keywords: Corporate Governance , Practices, Federal Court of Accounts, Public Sector

PRÁTICAS EM GESTÃO DE CONHECIMENTO SOB DEMANDA EM AMBIENTES CORPORATIVOS.

ON-DEMAND KNOWLEDGE MANAGEMENT PRACTICES IN CORPORATE ENVIRONMENTS.

ALINE CRISTINE FREIRE DE ARAÚJO LOPES - UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE - UFRN
CRISTIANO ALVES - UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE - UFRN

LUCIANA DE FIGUEIREDO LOPES LUCENA - UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE - UFRN

Objetivo do estudo

Levantar modelos de gestão do conhecimento que proporcione boas práticas a serem adotadas por instituições que desejam construir uma estrutura orgânica capaz de adaptar-se para transpor as barreiras das mudanças e evoluções diárias.

Relevância/originalidade

Aplicação e adaptação de ferramentas de criatividade, com sugestões de melhoria para framework criativo.

Metodologia/abordagem

Este estudo usará de ferramentas da gestão da criatividade para propor ferramentas capazes de transpor as dificuldades na consolidação do conhecimento.

Principais resultados

Os dispositivos do processo criativo devem ser vistas como uma forma de desenvolver e desbloquear soluções em potencial e se aplicadas em torno de um objetivo claro (com as devidas restrições) podem ajudar a consolidar novos processos e ferramentas.

Contribuições teóricas/metodológicas

Revisão de literatura e adaptações em modelo.

Contribuições sociais/para a gestão

Disponibilização de métodos validados para a criação de soluções para modelos de gestão do conhecimento organizacional e desconstrói o mito do processo criativo.

Palavras-chave: Gestão do conhecimento, Conhecimento em rede, Gestão de mudanças, Ferramentas de Ideação.

Study purpose

A knowledge management survey that provides good practices to build a structure structured by institutions and evolutions that are organic capable of adapting to transport as barriers to changes and evolutions of daily models.

Relevance / originality

Application and adaptation of creativity tools, with suggestions for improvement for the creative framework.

Methodology / approach

This study will use creativity management tools to propose tools capable of overcoming the difficulties in consolidating knowledge.

Main results

The creative process devices should be seen as a way to develop and unlock potential solutions and if applied around a clear objective (with the necessary restrictions) they can help to consolidate new processes and tools.

Theoretical / methodological contributions

Literature review and model adaptations.

Social / management contributions

Availability of validated methods for creating solutions for organizational knowledge management models and deconstructs the myth of the creative process.

Keywords: Knowledge management, Network knowledge, Change management, Ideation Tools.

PRESENÇA DE ANITTA: APROPRIAÇÕES DO ENGAJAMENTO EM REDE PARA DISSEMINAR DISCURSOS POLÍTICOS

ANITTA'S PRESENCE: APPROPRIATION OF NETWORK ENGAGEMENT TO DISSEMINATE POLITICAL SPEECH

VITÓRIA CAMARGO DA SILVA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
WESLEY MOREIRA PINHEIRO - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
JÚLIO ARAUJO CARNEIRO CUNHA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Resumo

Em 2022 a cantora Anitta tornou-se a primeira artista brasileira a atingir o Top One Mundial do Spotify, resultado de um potente trabalho de marketing e engajamento de sua fanbase em mídias sociais como o Twitter. Em meio ao frenesi midiático, criou-se uma brecha para que discursos políticos fossem inseridos, aproveitando-se da visibilidade da rede da cantora, instigando essa investigação sobre a disseminação de discurso político dentro da rede em torno da cantora. O processo metodológico teve uma estratégia netnográfica, sendo desenvolvido em torno da análise de rede, por meio do uso do programa online Netlytic, junto de métricas de mídias sociais para avaliar o engajamento e alcance. Foram coletadas 2.365 postagens no Twitter, em que se analisou a rede de palavras, identificando os principais clusters de engajamento e influenciadores de discurso político.

Palavras-chave: Análise de rede no Twitter, Engajamento em mídia social, Netnografia, Marketing digital de Anitta

Abstract

In 2022, singer Anitta became the first Brazilian artist to reach Spotify's Top One World, the result of a powerful marketing and engagement work of her fanbase on social media such as Twitter. In the midst of the media frenzy, a gap was created for political speeches to be inserted, taking advantage of the singer's network visibility, instigating this investigation into the dissemination of political discourse within the network around the singer. The methodological process had a netnographic strategy, being developed around network analysis, through the use of the online program Netlytic, along with social media metrics to assess engagement and reach. A total of 2,365 posts on Twitter were collected, in which the network of words was analyzed, identifying the main clusters of engagement and influencers of political discourse.

Keywords: Twitter network analytics, Social media engagement, netnography, Anita's Digital Marketing

PREVENDO OS FATORES QUE INFLUENCIAM A MOTIVAÇÃO E A INTENÇÃO DE RECOMENDAR VIA EWOM: UMA INVESTIGAÇÃO PROFUNDA COM BASE NA ANÁLISE DE RNA

PREDICTING THE DRIVERS THAT INFLUENCE MOTIVATION AND INTENTION TO RECOMMEND VIA EWOM: A DEEP INVESTIGATION BASED ON THE ANN ANALYSIS

LAIS MITSUE SIMOKOMAKI SOUZA - UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO PAULO
LUIS HERNAN CONTRERAS PINOCHET - UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO PAULO
VANESSA ITACARAMBY PARDIM - FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE - USP

Objetivo do estudo

Esta pesquisa tem como objetivo prever os fatores que influenciam a motivação e a intenção de recomendação via eWOM: uma investigação profunda baseada na análise de RNAs de grupos brasileiros de alimentos e bebidas no Facebook, incluindo a interação entre os participantes.

Relevância/originalidade

Dada a importância do tema eWOM nas redes sociais, sendo um dos temas de destaque na área, este estudo colabora com a divulgação do tema e contribui para a ampliação do conhecimento na área.

Metodologia/abordagem

A amostra (n=345) foi composta por participantes de grupos de Comida e Bebida no Facebook. Para a análise dos dados foi utilizado o método não-linear das Redes Neurais Artificiais como forma de prever ocorrências dentro da mesma amostra.

Principais resultados

O estudo pôde confirmar que a qualidade das informações trocadas nos grupos, a reciprocidade, o prazer em ajudar e o sentimento de pertencimento dos participantes são capazes de influenciar na motivação para a realização do eWOM

Contribuições teóricas/metodológicas

Foi proposto um modelo teórico, utilizando escalas adaptadas para o estudo. Com isso, foi realizado um levantamento e, com os resultados obtidos na amostra, foi utilizada uma abordagem do método RNA.

Contribuições sociais/para a gestão

Este estudo ajudar os participantes, administradores, moderadores e demais interessados nos grupos de comida e bebida do Facebook a entender mais sobre os grupos dos quais participam é essencial para entender como se pode aproveitar as informações trocadas nos grupos.

Palavras-chave: eWOM, Motivação, Intenção de Recomendar, Grupos no Facebook, Redes Neurais Artificiais

Study purpose

This research aims to predict the drivers that influence motivation and intention to recommend via eWOM: a deep investigation based on the ANN analysis of Brazilian food and beverage groups on Facebook, including the interaction between participants.

Relevance / originality

Given the importance of the eWOM theme in social networks, being one of the prominent themes in the area, this study collaborates with the dissemination of the theme and contributes to the expansion of knowledge in the area.

Methodology / approach

The sample (n=345) consisted of participants from Food and Drink groups on Facebook. For data analysis, the non-linear method of Artificial Neural Networks was used as a way of predicting occurrences within the same sample.

Main results

The study was able to confirm that the quality of the information exchanged in the groups, the reciprocity, the pleasure in helping and the sense of belonging of the participants are able to influence the motivation to carry out eWOM.

Theoretical / methodological contributions

A theoretical model was proposed, using scales adapted for the study. With that, a survey was carried out and, with the results obtained in the sample, an approach of the ANN method was used.

Social / management contributions

This study help participants, administrators, moderators and others interested in Facebook food and drink groups to understand more about the groups they participate is essential to understand how it can take advantage of the information exchanged in the groups.

Keywords: eWOM, Motivation, Intention to recommend, Groups on Facebook, Artificial Neural Networks

**PRODUÇÃO CIENTÍFICA BRASILEIRA SOBRE SUSTENTABILIDADE E
DESIGN DE INTERIORES: APONTANDO AS NECESSIDADES E
OPORTUNIDADES DE PESQUISA**

*BRAZILIAN SCIENTIFIC PRODUCTION ON SUSTAINABLE AND INTERIOR DESIGN:
POINTING OUT RESEARCH NEEDS AND OPPORTUNITIES*

SOFFIA DEODORO DOS SANTOS CAMATA - PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE CAMPINAS - PUC-CAMPINAS
JUAN CASTAÑEDA-AYARZA - PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE CAMPINAS - PUC-CAMPINAS

Agradecimento à órgão de fomento:

Este trabalho foi elaborado com o apoio em forma de bolsa oferecida pelo Núcleo de Atenção Solidária da Pontifícia Universidade Católica de Campinas.

Objetivo do estudo

Mapear o estado da arte da produção científica brasileira sobre sustentabilidade no âmbito de projetos de design de interiores.

Relevância/originalidade

O recente crescimento mundial e amplo potencial de desenvolvimento do conhecimento sobre sustentabilidade em diversas áreas da construção civil (um dos setores com maior impacto ambiental negativo), como o design de interiores, mostra a oportunidade de mapear o estado da pesquisa brasileira.

Metodologia/abordagem

Foi utilizado o método bibliométrico e foram utilizadas as palavras-chave “design de interiores”, “sustentabilidade” e “sustentável”. Foram consultadas as bases Scopus, Web of Science, Capes e BDTD – Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações, entre os anos 2004 e 2021.

Principais resultados

Foi constatada a escassez de documentos científicos publicados no Brasil sobre o tema. Apenas 25% dos documentos referem-se a artigos, dos quais apenas 3 publicados em âmbito internacional; contudo, nos últimos cinco anos, as publicações vêm crescendo, sinalizando maior interesse dos pesquisadores.

Contribuições teóricas/metodológicas

Esta pesquisa chama a atenção para a necessidade de aumentar a participação do Brasil na produção científica sobre o design de interiores e a sustentabilidade.

Contribuições sociais/para a gestão

Evidenciou-se a importância do tema para os profissionais brasileiros de um setor que usa expressivamente recursos naturais, processos de fabricação de alto impacto ambiental, e que descarta inadequadamente os materiais.

Palavras-chave: Design de interiores, Sustentabilidade, Análise bibliométrica

Study purpose

The objective was to map the state of the art of Brazilian scientific production on sustainability within the scope of interior design projects.

Relevance / originality

The recent global growth and broad potential for the development of knowledge on sustainability in several areas of civil construction (sector with significant adverse

environmental impact), such as interior design, show opportunity to map the state of the art of Brazilian research.

Methodology / approach

The bibliometric method was used, and the keywords "interior design," "sustainability," and "sustainable" were used. The databases Scopus, Web of Science, Capes, and BDTD - Brazilian Digital Library of Theses and Dissertations were consulted between 2004 and 2021.

Main results

The scarcity of scientific documents published in Brazil on the subject was found. Only 25% refer to articles, of which only three were published internationally; however, in the last five years, publications have been growing, signaling greater interest from researchers.

Theoretical / methodological contributions

This research draws attention to the need to increase Brazil's participation in scientific production on interior design and sustainability, mainly through articles in international journals.

Social / management contributions

The importance of the topic was highlighted for Brazilian professionals in a sector that significantly uses natural resources, manufacturing processes with high environmental impact, and that inappropriately discards materials.

Keywords: Interior design, Sustainability, Bibliometric analysis

PROJECT CHARTER PARA GESTÃO SUSTENTÁVEL DE PROJETOS

PROJECT CHARTER FOR SUSTAINABLE PROJECT MANAGEMENT

CAMILA NAVES ARANTES - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

SAMIR CAVALETTI - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

ROSANA MARIA VIEIRA CAYRES - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

JOSE LUIS DALTO - UTFPR - UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ

Objetivo do estudo

O objetivo deste estudo é contribuir para a gestão sustentável de projetos, apresentando um framework de TAP para aplicação em projetos alinhados aos objetivos do desenvolvimento sustentável (ODS).

Relevância/originalidade

Os atuais desafios da sustentabilidade oferecem novas oportunidades e riscos. Uma importante ferramenta capaz de auxiliar na resposta a esses desafios, em gestão de projetos, é o Termo de Abertura de Projeto (TAP).

Metodologia/abordagem

Por meio do método de design science research (DSR), o artefato foi construído e aplicado em dois projetos de empresas de grande porte, que incorporaram a sustentabilidade a suas estratégias de negócio.

Principais resultados

Os resultados mostraram-se positivos para a aplicação. Metodologicamente, apresenta de forma didática o passo a passo de uma DSR, permitindo a replicabilidade do estudo e ampliação das descobertas nesta área da ciência.

Contribuições teóricas/metodológicas

Academicamente, este artigo contribui para a ampliação do conhecimento em gestão sustentável de projetos, discutindo pela primeira vez a importância do TAP nesse contexto.

Contribuições sociais/para a gestão

Oferece uma ferramenta de simples aplicação, capaz de colaborar com o alcance dos ODS e dos objetivos internos de sustentabilidade. Oportunidade para gestores de projetos aprimorarem seus conhecimentos no sentido da ampliação de seu campo de atuação, a gestão sustentável de projetos.

Palavras-chave: Sustentabilidade, Gestão sustentável de projetos, Termo de Abertura de Projetos (TAP), Project Charter, Design Science Research (DSR)

Study purpose

The objective of this study is to contribute to the sustainable management of projects, presenting a Project Charter framework for application in projects aligned with the objectives of sustainable development (SDGs).

Relevance / originality

Today's sustainability challenges offer new opportunities and risks. An important tool capable of assisting in responding to these challenges in project management is the Project Charter.

Methodology / approach

Through the design science research (DSR) method, the artifact was built and applied in two projects of large companies, which incorporated sustainability into their business strategies.

Main results

The results were positive for the application. Methodologically, it presents in a didactic way the step by step of a DSR, allowing the replicability of the study and expansion of the discoveries in this area of science.

Theoretical / methodological contributions

Academically, this article contributes to the expansion of knowledge in sustainable project management, discussing for the first time the importance of TAP in this context.

Social / management contributions

It offers a simple application tool, capable of collaborating with the achievement of the SDGs and internal sustainability goals. Opportunity for project managers to improve their knowledge in the sense of expanding their field of activity, sustainable project management.

Keywords: Sustainability, Sustainable Project Management, Project Charter, Design Science Research (DSR)

PROJETO DE DESENVOLVIMENTO DE SOFTWARE PARA CONFEÇÃO DE ORÇAMENTO E PEDIDOS DE PLACAS DE CIRCUITO IMPRESSO

SOFTWARE DEVELOPMENT PROJECT FOR MAKING BUDGET AND ORDER FOR PRINTED CIRCUIT BOARDS

CELSO DANILO DA MOTA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

RENATO PENHA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

JOSÉ DA SILVA AZANHA NETO - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

VLAMIR FERNANDES DA SILVA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES).

Objetivo do estudo

Este relato técnico teve como objetivo apresentar o desenvolvimento de um projeto de software, para confecção de orçamentos e pedidos de placas de circuito impresso (pci).

Relevância/originalidade

Adequação tecnológica em processos manuais de orçamentos e pedidos de placas de circuito impresso.

Metodologia/abordagem

Este relato técnico foi elaborado de acordo com o protocolo para elaboração de relatos de produção técnica proposto por Biancolino et al. (2012). A abordagem é de origem qualitativa com utilização de entrevista.

Principais resultados

As regras de negócio foram corrigidas para condizer com a realidade contextual da empresa, interface gráfica mais moderna e intuitiva, e o software ficou flexível para manutenção.

Contribuições teóricas/metodológicas

As principais contribuições acadêmicas deste artigo tecnológico foram sobre o desenvolvimento de um projeto de software para desenvolvimento de orçamentos e confecção de pedidos de placas de circuito impresso.

Contribuições sociais/para a gestão

Orçamentos elaborados com maior precisão de qualidade, por meio de ferramentas tecnológicas.

Palavras-chave: Projeto, Orçamento, PCI, Software

Study purpose

This technological article aimed to present the development of a software project for budgeting and ordering printed circuit boards (pcb).

Relevance / originality

Technological adequacy in manual processes of budgets and orders of printed circuit boards.

Methodology / approach

This technical article was prepared in accordance with the protocol for preparing technical production reports proposed by Biancolino et al. (2012). The approach is of qualitative origin with the use of interviews.

Main results

The business rules were corrected to match the company's contextual reality, a more modern and intuitive graphical interface, and the software became flexible for maintenance.

Theoretical / methodological contributions

The main academic contributions of this technological article were about the development of a software project to develop budgets and make orders for printed circuit boards.

Social / management contributions

Budgets prepared with greater precision of quality, through technological tools.

Keywords: Project, Budget, PCB, Software

PROJETO DE WORKFLOW DE ALÇADAS DE APROVAÇÃO DE ESTORNOS: TEAM BUILDING AFETANDO A REDE DE COMUNICAÇÃO, AMBIENTE DE CONFIANÇA E SUCESSO DO PROJETO.

*REVERSAL APPROVAL WORKFLOW PROJECT: TEAM BUILDING AFFECTING THE
COMMUNICATION NETWORK, ENVIRONMENT OF TRUST AND PROJECT SUCCESS.*

JOÃO BONIFÁCIO DE OLIVEIRA JÚNIOR - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
FLÁVIO SANTINO BIZARRIAS - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

Agradecemos ao Fundo de Amparo à Pesquisa – FAP\UNINOVE

Objetivo do estudo

O relato descreve a utilização de abordagens abertas para desenvolvimento de trabalhos colaborativos e interativos no sucesso do projeto. A abordagem adotada, para estudar e endereçar o tema, foi a criação de um squad multidisciplinar e práticas ágeis.

Relevância/originalidade

Utilização de práticas da Open Practices Library (<https://openpracticelibrary.com/>) e abordagem ágil no trabalho colaborativo e criação interativa na construção do espírito de time e confiança dos stakeholders.

Metodologia/abordagem

A Pesquisa-Ação foi o método de condução adotado neste trabalho uma vez que o pesquisador era o responsável pela gestão de projeto e pelas atividades de engajamento do time.

Principais resultados

Entrega de um projeto piloto atendendo a duas áreas de negócio, de forma colaborativa e interativa, usando práticas da biblioteca de práticas abertas (<https://openpracticelibrary.com/>). Criação de um novo mindset de desenvolvimento e um produto escalável para outros segmentos de negócio.

Contribuições teóricas/metodológicas

Modelo aplicado a projetos transformacionais, com abordagem colaborativa e interativa, utilizando práticas abertas (<https://openpracticelibrary.com/>), que podem ser testados em outros segmentos da indústria.

Contribuições sociais/para a gestão

Utilização de práticas colaborativas e interativas que promovem o engajamento e confiando entre times e stakeholders

Palavras-chave: Partes Interessadas, Trabalho colaborativo, Práticas abertas, Confiança em projetos, Projeto Transformacional

Study purpose

The report describes the use of open approaches for the development of collaborative and interactive work in the success of the project. The approach adopted to study and address the issue was the creation of a multidisciplinary squad and agile practices.

Relevance / originality

Use of practices from the Open Practices Library (<https://openpracticelibrary.com/>) and an agile approach to collaborative work and interactive creation in building team spirit and stakeholder trust.

Methodology / approach

Action Research was the conduction method adopted in this work since the researcher was responsible for project management and team engagement activities.

Main results

Delivery of a pilot project serving two business areas, in a collaborative and interactive way, using practices from the open practices library (<https://openpracticelibrary.com/>). Creation of a new development mindset and a scalable product for other business segments.

Theoretical / methodological contributions

Model applied to transformational projects, with a collaborative and interactive approach, using open practices (<https://openpracticelibrary.com/>), which can be tested in other segments of the industry.

Social / management contributions

Use of collaborative and interactive practices that promote engagement and trust between teams and stakeholders

Keywords: Stakeholders, Collaborative work, Open Practices, Trust in Projects, Transformational project

PROJETO NATUREZA LIMPA: INOVAÇÃO E SUSTENTABILIDADE PARA O REAPROVEITAMENTO DE RESÍDUOS SÓLIDOS URBANOS

NATUREZA LIMPA PROJECT: INNOVATION AND SUSTAINABILITY FOR THE REUSE OF URBAN SOLID WASTE

LUCAS PINTO DE CARVALHO - UNILESTE MG
WANDERLEY LEITE DA SILVA JUNIOR - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
FABRÍCIO MOURA DIAS -
LEONARDO FERREIRA DA SILVA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES).

Objetivo do estudo

Apresentar os benefícios sociais, ambientais e econômicos, que induzem às empresas a buscarem a visão do desenvolvimento sustentável em seu processo e seus produtos, como o caso do Projeto Natureza Limpa.

Relevância/originalidade

A inovação tecnológica pode para contribuir para o desenvolvimento de novas possibilidades de fomentar o desenvolvimento das cidades, no entanto, sem o benefício sustentável, poderá não haver viabilidade em seu emprego nas indústrias. Os benefícios sociais, ambientais e econômicos estão em evidência.

Metodologia/abordagem

O estudo metodológico do trabalho foi qualitativo, descritivo, documental e bibliográfico.

Principais resultados

Foi verificado a existência de uma contribuição viável do Projeto Natureza Limpa para o planejamento urbano sustentável, apresentando benefícios sociais, ambientais e econômicos para as comunidades ao qual atua.

Contribuições teóricas/metodológicas

A proposta de estudo trouxe elementos para caracterização de atuação de um projeto de impacto sustentável, como o Projeto Natureza Limpa, bem como a mensuração do seu impacto no planejamento urbano.

Contribuições sociais/para a gestão

Devido aos problemas ambientais gerados por meio de descartes irregulares e opções inviáveis de destinação do resíduo, o projeto Natureza Limpa pode ser considerado como alternativa inovadora e sustentável no mercado para o tratamento dos RSU.

Palavras-chave: Sustentabilidade, Projeto Natureza Limpa, Inovação, Resíduos Sólidos Urbanos

Study purpose

Present the social, environmental and economic benefits that lead companies to seek a vision of sustainable development in their process and products, as in the case of the Natureza Limpa Project.

Relevance / originality

Technological innovation can contribute to the development of new possibilities to foster the development of cities, however, without the sustainable benefit, there may be no viability in its use in industries. The social, environmental and economic benefits are in evidence.

Methodology / approach

The methodological study of the work was qualitative, descriptive, documentary and bibliographic.

Main results

It was verified the existence of a viable contribution of the Natureza Limpa Project to sustainable urban planning, presenting social, environmental and economic benefits for the communities in which it operates.

Theoretical / methodological contributions

The study proposal brought elements to characterize the performance of a sustainable impact project, such as the Natureza Limpa Project, as well as the measurement of its impact on urban planning.

Social / management contributions

Due to the environmental problems generated by irregular disposals and unfeasible options for finishing the waste, the Natureza Limpa project can be considered an innovative and sustainable alternative in the market for the treatment of MSW.

Keywords: Sustainability, Natureza Limpa Project, Innovation, Urban solid waste

PROPOSIÇÃO DE ELEMENTOS PARA AVALIAÇÃO E GESTÃO DA QUALIDADE NA ORGANIZAÇÃO VERDEMAR

PROPOSING ELEMENTS FOR EVALUATION AND QUALITY MANAGEMENT IN THE VERDEMAR ORGANIZATION

FREDERICO CESAR MAFRA PEREIRA - UFMG
IVANA MARQUES MACEDO -

Agradecimento à órgão de fomento:

À Organização Verdemar, pelo apoio e total transparência na disponibilização das informações necessárias à realização deste trabalho.

Objetivo do estudo

Propor premissas para elaboração de um framework para avaliação e gerenciamento dos processos internos da Qualidade da Organização Verdemar Ltda., com foco nas Boas Práticas de Fabricação (BRFs).

Relevância/originalidade

A aplicação do framework proposto permite reduzir o aparecimento de doenças transmitidas pelos alimentos (DTAs), reclamações de clientes, perdas operacionais, além de multas advindas da fiscalização sanitária. Tal contribuição é inexistente no Verdemar e no mercado supermercadista como um todo.

Metodologia/abordagem

Pesquisa descritiva qualitativa em estudo de caso único via técnicas de pesquisa documental e entrevistas em profundidade junto a 20 respondentes: 02 diretores/ superintendentes, 07 gerentes, 03 coordenadoras da Qualidade e 08 encarregados de setores, via amostragem não probabilística intencional.

Principais resultados

Empresa possui modelo de gestão definido e vem adaptando seus mecanismos de controle na produção de alimentos seguros suportados pelo departamento da Qualidade. Constatou-se abertura e necessidade de acompanhamento sistemático para garantia da implementação das BPFs com apoio de liderança e colaboradores.

Contribuições teóricas/metodológicas

Framework proposto pode servir de base para estudos voltados a áreas da Qualidade diversas, além de auxiliar pesquisadores de áreas como Ciência da Informação, Administração e Computação a padronizarem dados e informações necessários ao cumprimento da legislação de cada setor.

Contribuições sociais/para a gestão

Fundamental para conformidade das BPFs nas atividades do Verdemar, desafio constante da Qualidade, que precisa garantir processos e produtos seguros, livre de contaminações, e que atendam à legislação vigente.

Palavras-chave: Gestão da Qualidade, Boas Práticas de Fabricação (BPFs), Verdemar, Setor de Alimentos, Supermercados

Study purpose

Propose premises for the elaboration of a framework for the evaluation and management of the internal Quality processes of the Verdemar Organization Ltd., with a focus on Good Manufacturing Practices (BRFs).

Relevance / originality

The application of the proposed framework makes it possible to reduce the appearance of foodborne diseases (DTAs), customer complaints, operational losses, in addition to fines arising from sanitary inspections. Such contribution is non-existent in Verdemar and in the supermarket market as a

Methodology / approach

Qualitative descriptive research in a single case study using documental research techniques and in-depth interviews with 20 respondents: 02 directors/superintendents, 07 managers, 03 Quality coordinators and 08 in charge of sectors, via intentional non-probabilistic sampling.

Main results

The company has a defined management model and has been adapting its control mechanisms in the production of safe food supported by the Quality department. Openness and the need for systematic follow-up were found to guarantee the implementation of GMPs with support

Theoretical / methodological contributions

The proposed framework can serve as a basis for studies aimed at different areas of Quality, in addition to helping researchers in areas such as Information Science, Administration and Computing to standardize data and information necessary to comply with the legislation of

Social / management contributions

Fundamental for GMP compliance in Verdemar's activities, a constant challenge for Quality, which needs to guarantee safe processes and products, free from contamination, and that comply with current legislation.

Keywords: Quality Management, Good Manufacturing Practices (GMP), Verdemar Enterprise, Food Sector, Supermarkets

PROPOSTA DE UM FRAMEWORK PARA O GERENCIAMENTO DAS FASES DE PRÉ-PROJETO APLICADO AO DESENVOLVIMENTO DE UM PRODUTO INOVADOR

PROPOSAL OF A FRAMEWORK FOR THE MANAGEMENT OF PRE-PROJECT PHASES APPLIED TO THE DEVELOPMENT OF AN INNOVATIVE PRODUCT

SERGIO LUIZ CATTO - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
EMERSON ANTONIO MACCARI - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
CLAUDIA TEREZINHA KNISS - UNIFESP

Objetivo do estudo

Propor um framework para o gerenciamento das fases de pré-projeto aplicado no Desenvolvimento de Produtos Inovadores, com vistas ao seu patenteamento

Relevância/originalidade

Esta pesquisa aborda temas atuais e bastante abrangentes - gerenciamento de projetos e de inovação, inovação de produto, - de uma forma inédita e que busca ofertar um framework para a Gestão de Projetos de Inovação.

Metodologia/abordagem

Este trabalho é uma pesquisa exploratória, qualitativa, e com a utilização de entrevistas realizadas com gerentes de projetos atuantes no desenvolvimento de projetos de produtos inovadores.

Principais resultados

A contribuição desta pesquisa está na oportunidade de oferecer uma proposta para a implementação do gerenciamento da fase de pré-projeto no ambiente de Desenvolvimento de Produtos Inovadores, com vistas ao seu patenteamento.

Contribuições teóricas/metodológicas

Identificou metodologia para o gerenciamento da fase de pré-projeto no desenvolvimento de um produto inovador. Evidenciou a atuação dos profissionais em projetos, o contexto em que estes projetos ocorreram, bem como o emprego das melhores práticas de gerenciamento de projetos.

Contribuições sociais/para a gestão

Identificou, a partir de entrevistas, como é realizado o gerenciamento das fases de pré-projeto em projetos inovadores nas organizações estudadas. Com destes resultados, foi proposto um artefato que oriente as organizações, como conduzir o gerenciamento no desenvolvimento de um produto inovador.

Palavras-chave: Gestão de Projetos, Gestão da Inovação, Inovação de Produto, Gestão de Projetos Inovadores, Patentes

Study purpose

Propose a framework for the management of the pre-project phases applied in the Development of Innovative Products, with a view to their patenting.

Relevance / originality

This research addresses current and very comprehensive topics - project and innovation management, product innovation - in an unprecedented way that seeks to offer a framework for the Management of Innovation Projects.

Methodology / approach

This work is an exploratory, qualitative research, using interviews with project managers working in the development of innovative product projects.

Main results

The contribution of this research lies in the opportunity to offer a proposal for the implementation of the management of the pre-project phase in the Innovative Products Development environment, with a view to its patenting.

Theoretical / methodological contributions

Identified methodology for managing the pre-project phase in the development of an innovative product. It evidenced the work of professionals in projects, the context in which these projects took place, as well as the use of best project management practices.

Social / management contributions

It identified, from interviews, how the management of pre-project phases is carried out in innovative projects in the organizations studied. With these results, an artifact was proposed to guide organizations, how to conduct management in the development of an innovative product.

Keywords: Project Management, Innovation Management, Product Innovation, Management of Innovative Projects, Patents

PROPOSTA DE UM MODELO DE FRONT END DE PROJETOS EM AMBIENTES DINÂMICOS

PROPOSAL OF A PROJECTS FRONT END MODEL IN DYNAMIC ENVIRONMENTS

CELSO HASHISAKA JUNIOR - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
EMERSON ANTONIO MACCARI - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

Este trabalho contou com o apoio do Fundo de Apoio à Pesquisa FAP/UNINOVE e Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES).

Objetivo do estudo

Propor um modelo de front end de projetos para revisão de gerenciamento de projetos e portfólios e alinhamento estratégico em ambientes dinâmicos.

Relevância/originalidade

A partir do conceito teórico de front end de projetos e ambientes dinâmicos, observados em projetos de implantação de lockers na última milha logística, nota-se a importância de atividades antes da formalização do projeto e de revisão de rumos de forma célere.

Metodologia/abordagem

O modelo buscou entender o front end de projetos para propor a associação de estrutura e processos que viabilizem a implantação de lockers. Nessa formulação adotou-se entrevistas para confirmar a mesma.

Principais resultados

Os resultados demonstram que em ambientes dinâmicos não basta observar apenas aspectos intraorganizacionais, é preciso considerar também o ambiente externo para gerar valor para as partes interessadas.

Contribuições teóricas/metodológicas

A pesquisa contribui para ampliar o corpo de conhecimento de GP, apresentando processos e estruturas que iniciam essa gestão antes mesmo de sua formalização. O conceito de ambientes dinâmicos amplia essa aplicação apresentando aspectos que tornam o processo adaptáveis em múltiplos contextos.

Contribuições sociais/para a gestão

Os avanços tecnológicos criam transformações rápidas nos costumes e nas necessidades das pessoas. A inteligência na gestão de projetos gerar, então, valor para as partes interessadas.

Palavras-chave: Gerenciamento de projetos, Front end de projetos, Ambientes dinâmicos

Study purpose

Propose a project front end model for project and portfolio management review and strategic alignment in dynamic environments.

Relevance / originality

Based on the theoretical concept of the projects front end and dynamic environments, observed in projects to implement lockers in the last logistical mile, the importance of activities before the formalization of the project and drivers reviews faster.

Methodology / approach

The model sought to understand the front end of projects to propose the association of structure and processes that enable the implementation of lockers. In this formulation, interviews were adopted to confirm it.

Main results

The results show that in dynamic environments it is not enough to observe only intra-organizational aspects, it is also necessary to consider the external environment to generate value for stakeholders.

Theoretical / methodological contributions

The research contributes to expanding the body of knowledge of PM, presenting processes and structures that initiate this management even before its formalization. The concept of dynamic environments extends this application by presenting aspects that make the process adaptable in multiple contexts.

Social / management contributions

Technological advances create rapid transformations in people's customs and needs. Intelligence in project management generates value for stakeholders.

Keywords: Project management, Project front end, Dynamic environments

PROPOSTA DE VALOR DOS PRODUTOS E-HEALTH ACERCA DAS NECESSIDADES DO ECOSISTEMA DE SAÚDE

VALUE PROPOSAL OF E-HEALTH PRODUCTS ABOUT HEALTH ECOSYSTEM NEEDS

RAPHAEL BOTELHO - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Objetivo do estudo

Identificar a proposta de valor dos produtos e-health acerca das necessidades do ecossistema de saúde.

Relevância/originalidade

A digitalização está transformando o mundo, modelos de negócios baseados em plataformas aumentaram exponencialmente, bem como o desafio de entender os potenciais e limitações para dos produtos e-health para gerar propostas de valor adequadas.

Metodologia/abordagem

A pesquisa possui uma abordagem quantitativa e qualitativa. Foi realizada uma revisão sistemática da literatura segmentada por uma bibliometria e análise de conteúdo.

Principais resultados

Foi possível identificar uma proposta de valor para cada produto e-health acerca das necessidades do ecossistema de saúde.

Contribuições teóricas/metodológicas

Similaridade das necessidades do ecossistema de saúde desse estudo, com o estudo elaborado por Viswanadham (2021) – onde é demonstrado as funções da saúde/segmentos a saber.

Contribuições sociais/para a gestão

Acredita-se que a interligação dessas ações pode favorecer serviços que gerem valor e bem-estar para os usuários. Discussão de atores internos e externos do ecossistema de saúde em relação a questões cada vez mais complexas, o que contribui para ações mais efetivas.

Palavras-chave: Transformação Digital, Plataforma Digital, Tecnologias 4.0, Produtos e-health, Proposta de valor

Study purpose

Identify the value proposition of e-health products regarding the needs of the health ecosystem.

Relevance / originality

Digitization is transforming the world, platform-based business models have increased exponentially, as is the challenge of understanding the potentials and limitations of e-health products to generate appropriate value propositions.

Methodology / approach

The research has a quantitative and qualitative approach. A systematic review of the literature was carried out, segmented by bibliometrics and content analysis.

Main results

It was possible to identify a value proposition for each e-health product regarding the needs of the health environment.

Theoretical / methodological contributions

Similarity of the health ecosystem needs of this study, with the study prepared by Viswanadham (2021) - where the health functions/segments are demonstrated, namely.

Social / management contributions

It is believed that the interconnection of these actions can favor services that generate value and well-being for users. Discussion of internal and external actors in the health ecosystem in relation to increasingly complex issues, which contributes to more effective actions.

Keywords: Digital transformation, Digital platform, Technologies 4.0, e-health products, Value Offer

QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO: A PERCEPÇÃO DOS SERVIDORES DE UMA INSTITUIÇÃO FEDERAL DE ENSINO

QUALITY OF LIFE AT WORK: THE PERCEPTION OF SERVANTS OF A FEDERAL EDUCATION INSTITUTION

LEANDRO RODRIGUES DE OLIVEIRA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
FRANCISCO WASHINGTON RODRIGUES FILHO -

Objetivo do estudo

Analisar a percepção dos servidores de Instituição uma Federal de Ensino (IFES) com relação a Qualidade de Vida no Trabalho (QVT) oferecida pela instituição, seguindo o modelo de Walton (1973).

Relevância/originalidade

Apesar de ser um artigo descritivo, apresentamos dados empíricos à aplicação de um modelo consolidado no campo de percepção de qualidade de vida e contribuimos com estudos no setor público.

Metodologia/abordagem

Pesquisa descritiva com abordagem qualitativa e quantitativa Tendo como unidade de análise o Instituto Federal do Piauí campus Oeiras, instituição de ensino médio, técnico e superior pertencente ao Governo Federal.

Principais resultados

De uma forma geral, percebeu-se satisfação em quase todos os questionamentos apresentados, com exceções da indagação sobre a satisfação dos servidores com os equipamentos de segurança, proteção individual e coletiva disponibilizados pelo IFPI Oeiras.

Contribuições teóricas/metodológicas

O presente estudo permite uma melhor compreensão acerca da qualidade de vida no trabalho e contribui, ainda, para aumentar o entendimento sobre o bem-estar dos servidores, podendo ser utilizado como base para que gestores públicos possam melhorar as condições de trabalho.

Contribuições sociais/para a gestão

Apresentamos os principais modelos de avaliação da qualidade de vida em ambiente corporativo, destacamos percepções de servidores sobre planos e estratégia de gestão e contribuimos com o desenvolvimento de estudos sobre qualidade de vida no trabalho.

Palavras-chave: Satisfação dos servidores públicos, Percepção da Qualidade de Vida, Modelo de Walton, Gestão de Pessoas, Qualidade de vida no setor público

Study purpose

To analyze the perception of the employees of a Federal Teaching Institution (IFES) in relation to the Quality of Life at Work (QVT) offered by the institution, following the model of Walton (1973).

Relevance / originality

Despite being a descriptive article, we present empirical data to the application of a consolidated model in the field of quality of life perception and we contribute with studies in the public sector.

Methodology / approach

Descriptive research with a qualitative and quantitative approach Having as unit of analysis the Federal Institute of Piauí campus Oeiras, a high school, technical and higher education institution belonging to the Federal Government.

Main results

In general, satisfaction was observed in almost all the questions presented, with the exception of the question about the satisfaction of servers with the safety equipment, individual and collective protection made available by IFPI Oeiras.

Theoretical / methodological contributions

The present study allows a better understanding of the quality of life at work and also contributes to increasing the understanding of the well-being of civil servants, and can be used as a basis for public managers to improve working conditions.

Social / management contributions

We present the main quality of life assessment models in a corporate environment, highlight employees' perceptions of management plans and strategy, and contribute to the development of studies on quality of life at work.

Keywords: Satisfaction of public servants, Perception of quality of life, Walton model, People Management, Quality of life in the public sector.

REESTRUTURAÇÃO DE UM SQUAD DE DESENVOLVIMENTO DE SOFTWARE ÁGIL EM DOIS NOVOS SQUADS: UM ESTUDO DE CASO EM UMA INSTITUIÇÃO FINANCEIRA

RESTRUCTURING AN AGILE SOFTWARE DEVELOPMENT SQUAD INTO TWO NEW SQUADS: A STUDY CASE IN A FINANCIAL INSTITUTION

ANDRESSA CRISTINA DE ALMEIDA BUTAFAVA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
LUCIANO FERREIRA DA SILVA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

Agradeço aos envolvidos pela oportunidade de desenvolver esse estudo, assim como compartilhá-lo com a comunidade acadêmica envolvida.

Objetivo do estudo

O estudo busca entender quais as consequências geradas na performance de uma equipe de desenvolvimento de software a partir de sua quebra em dois squads em um ambiente de metodologia ágil em uma instituição financeira brasileira.

Relevância/originalidade

Entende-se a relevância do tema, visto a crescente demanda mundial de desenvolvimento de software e aumento do uso de metodologia ágil.

Metodologia/abordagem

Foi utilizada uma abordagem qualitativa, por meio de um estudo de caso. O processo de coleta de dados se deu por meio de doze entrevistas semiestruturadas e análise de documentos, seguida de análise de conteúdo nos dados textuais e estatística descritiva.

Principais resultados

Após a reestruturação da equipe em dois squads, os indicadores mostraram que os times tiveram uma melhor performance por interferência de vários fatores como: ganho de benefícios, aumento de competências e uso adequado de ferramentas e práticas de gerenciamento de projetos.

Contribuições teóricas/metodológicas

A pesquisa levantou alguns fatores que podem ser melhor explorados na reestruturação: preparar e disponibilizar todos papéis que comporão cada squad, comunicar os membros com transparência a respeito dos fatores motivadores e o método utilizado.

Contribuições sociais/para a gestão

Na prática, esse trabalho contribui com algumas possíveis diretrizes que podem ser adotadas pelas empresas no momento de reestruturar seus squads.

Palavras-chave: Gerenciamento de Projetos, Metodologia ágil, Desenvolvimento de software, Competências, Instituições financeiras

Study purpose

This technical report seeks to understand the consequences in the performance of a software development team break into two different squads in an agile methodology environment in a Brazilian financial institution.

Relevance / originality

The relevance of the topic is given by the growing demand for software development and the increase in the use of agile methodology.

Methodology / approach

This research used a qualitative approach, through a study case. The data collection process took place through twelve semi-structured interviews and document analysis. The data were analyzed through the textual data and using descriptive statistics for activity records.

Main results

After the restructuring of the team in two squads, the performance indicators showed that bought teams had a better performance through interference of several factors such as: gain of benefits, increase in skills and proper use of project management tools and practices.

Theoretical / methodological contributions

The research raised some factors that can be better explored in the restructuring: prepare and make available all the roles that will compose each squad, communicate the members with transparency about the motivating factors and the method used.

Social / management contributions

In practice, this work contributes with some possible guidelines that can be adopted by companies when restructuring their squads.

Keywords: Project Management, Agile methodology, Software development, Competences, Financial Institutions

REFLEXÕES SOBRE INOVAÇÃO ORIENTADA À SUSTENTABILIDADE EM SERVIÇOS DE SAÚDE

REFLECTIONS ON SUSTAINABILITY ORIENTED INNOVATION IN HEALTH SERVICES

MARISOL SILVEIRA DE OLIVEIRA - UNIVERSIDADE FEEVALE

CRISTIANE FROEHLICH - UNIVERSIDADE FEEVALE

CRISTINE HERMANN NODARI - UNIVERSIDADE FEEVALE

Objetivo do estudo

O objetivo do estudo consiste em uma reflexão teórica sobre como a inovação orientada à sustentabilidade (IOS) pode ser desenvolvida no contexto de serviços de saúde.

Relevância/originalidade

A associação da inovação aos preceitos de sustentabilidade que a IOS propõe, representa um caminho importante para que as organizações de saúde se desenvolvam alinhadas a uma agenda sustentável e com potencial de geração de benefícios para os stakeholders.

Metodologia/abordagem

O formato do trabalho versa em um ensaio teórico a partir de pesquisas realizadas em periódicos que compõem a base Scopus, utilizando o filtro Business, Management and Accounting, com análise interpretativa qualitativa.

Principais resultados

A identificação dos fatores relacionados a adoção da IOS no contexto da saúde, dando destaque aos aspectos principais e necessários para o desenvolvimento das IOS nesse segmento.

Contribuições teóricas/metodológicas

Proposta de um esquema conceitual da IOS e três pressupostos de análise que nortearam a reflexão crítica e um caminho para o entendimento sobre IOS.

Contribuições sociais/para a gestão

A pesquisa demonstrou que o caminho para se tornar uma organização sustentável passa pela articulação de processos de forma estratégica para a geração de valor.

Palavras-chave: Inovação Sustentável, Inovação Orientada à Sustentabilidade, Sustentabilidade, Gestão da Saúde

Study purpose

The objective of the study consists of a theoretical reflection on how sustainability-oriented innovation (IOS) can be developed in the context of health services.

Relevance / originality

The association of innovation with the sustainability precepts that IOS proposes represents an important path for health organizations to develop in line with a sustainable agenda and with the potential to generate benefits for stakeholders.

Methodology / approach

The format of the work is a theoretical essay based on research carried out in journals that make up the Scopus database, using the Business, Management and Accounting filter, with qualitative interpretive analysis.

Main results

The identification of factors related to the adoption of IOS in the health context, highlighting the main and necessary aspects for the development of IOS in this segment.

Theoretical / methodological contributions

Proposal of a conceptual scheme of IOS and three analysis assumptions that guided critical reflection and a path to understanding about IOS.

Social / management contributions

The research showed that the way to become a sustainable organization passes through the articulation of processes in a strategic way to generate value.

Keywords: Sustainable Innovation, Innovation Oriented to Sustainability, Sustainability, Health Management

RELATO TÉCNICO: PESQUISA DE GEOMARKETING E A APLICAÇÃO DO ARTEFATO G2MC NO VAREJO DE AUTOPEÇAS

TECHNICAL REPORT: GEOMARKETING RESEARCH AND THE APPLICATION OF THE G2MC ARTIFACT IN THE AUTO PARTS RETAIL

GIVALDO GUILHERME DOS SANTOS - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
CIDA SANCHES - UNIFACCAMP
MANUEL MEIRELES - UNIFACCAMP
SAMUEL FERREIRA JUNIOR - INSTITUTO DE ENSINO CAMPO LIMPO PAULISTA - FACCAMP

Objetivo do estudo

Analisar a aplicabilidade do artefato G2MC diagnóstico financeiro integrado a uma pesquisa de mercado.

Relevância/originalidade

A importância da aplicabilidade do artefato G2MC além das suas fronteiras de origem.

Metodologia/abordagem

Pesquisa empírica com abordagem qualitativa, descritiva.

Principais resultados

Efetiva contribuição do artefato G2MC nos resultados apresentados.

Contribuições teóricas/metodológicas

A importância da contabilidade gerencial e de custos na dinâmica do varejo.

Contribuições sociais/para a gestão

Instrumento competitivo com vistas a viabilidade de um negócio de varejo no ramo de autopeças.

Palavras-chave: G2MC diagnóstico financeiro, Pesquisa de Mercado, Auto peças, varejo, Empreendedorismo

Study purpose

To analyze the applicability of the G2MC financial diagnostic artifact integrated to a market research.

Relevance / originality

The importance of the applicability of the G2MC artifact beyond its borders of origin.

Methodology / approach

Empirical research with a qualitative, descriptive approach.

Main results

Effective contribution of the G2MC artifact in the results presented.

Theoretical / methodological contributions

The importance of management and cost accounting in retail dynamics.

Social / management contributions

competitive instrument with a view to the viability of a retail business in the auto parts sector.

Keywords: G2MC financial diagnosis, Market research, auto parts, retail, Entrepreneurship

**RESILIÊNCIA E GESTÃO DE RISCO EM CIDADES PÓS-COLAPSADAS:
ESTUDO DE CASO DE PETRÓPOLIS – RJ**

*ANALYSIS OF RESILIENCE AND RISK MANAGEMENT IN POST-COLLAPSED CITIES –
A CASE STUDY OF PETRÓPOLIS - RJ*

ADRIANE NUNES PEREIRA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
AMANDA ALMEIDA RODRIGUES - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
HEIDY RODRIGUEZ RAMOS - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
MARCO ANTONIO CASADEI TEIXEIRA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001 e do Fundo de Apoio à Pesquisa da Universidade Nove de Julho (FAP / UNINOVE). Este estudo foi financiado no Brasil pelo CNPQ – Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, Bolsa de Produtividade em Pesquisa.

Objetivo do estudo

Apresentamos uma discussão sobre os conceitos de resiliência e gestão de risco num contexto de cidade pós-colapsada, tomando-se como estudo de caso os desastres naturais ocorridos na cidade de Petrópolis no Rio de Janeiro.

Relevância/originalidade

Devido ao adensamento territorial e às mudanças climáticas, essas questões tornaram-se problemas regionais, afetando grandes áreas e causando desastres naturais de grande escala, por isso é importante abordá-los.

Metodologia/abordagem

Pesquisa qualitativa de revisão da literatura sobre resiliência urbana e gestão de risco. Foi escolhida a cidade de Petrópolis por ser um município pertencente a discussões variadas de resiliência urbana, e que, entretanto, passa por desastres naturais cíclicos de grande severidade.

Principais resultados

Para diminuição do aumento da frequência e da abrangência das consequências dos desastres, investimentos em pesquisa são um dos primeiros encaminhamentos. Na gestão do risco de inundação, não foram encontradas ações consolidadas de integração entre as diferentes instâncias de políticas públicas.

Contribuições teóricas/metodológicas

Uma perspectiva que as propostas de definição de resiliência urbana têm em comum é o entendimento da cidade como um sistema integrado e de inter-relações complexas. Esse é um ponto de partida para a aplicação prática do conceito.

Contribuições sociais/para a gestão

Além da chuva ser um condicionante expressivo, as condicionantes humana e geográfica intensificam os impactos dos desastres. A gestão urbana deve contemplar todo o ciclo do desastre (antes, durante e após) e tratar seus elementos constituintes de forma integrada.

Palavras-chave: Resiliência, Colapso, Risco, Desastre

Study purpose

We present a discussion on the concepts of resilience and risk management in a post-collapsed city context, taking as a case study the natural disasters that occurred in the city of Petrópolis in Rio de Janeiro.

Relevance / originality

Due to territorial densification and climate change, these issues have become regional problems, affecting large areas and causing large-scale natural disasters, so it is important to address them.

Methodology / approach

Qualitative research to review the literature on urban resilience and risk management. The city of Petrópolis was chosen because it is a municipality belonging to various discussions of urban resilience, and which, however, goes through cyclical natural disasters of great severity.

Main results

To reduce the increase in frequency and scope of the consequences of disasters, investments in research are one of the first steps. In the flood risk management, no consolidated actions of integration between the different bodies of public policies were found.

Theoretical / methodological contributions

One perspective that the proposals for defining urban resilience have in common is the understanding of the city as an integrated system with complex interrelationships. This is a starting point for the practical application of the concept.

Social / management contributions

In addition to rain being an expressive condition, human and geographic conditions intensify the impacts of disasters. Urban management must consider the entire disaster cycle (before, during and after) and treat its constituent elements in an integrated manner.

Keywords: Resilience, Collapse, Risk, Disaster

REVISIÓN BIBLIOMÉTRICA Y SISTEMÁTICA SOBRE LOS SISTEMAS DE SUPERVISIÓN ORIENTADOS A LA INDUSTRIA 4.0

BIBLIOMETRIC AND SYSTEMATIC REVIEW ON INDUSTRY 4.0 ORIENTED MONITORING SYSTEMS.

JOSIANE LIMA DE ARAÚJO - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
WALTER CARDOSO SÁTYRO - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à orgão de fomento:

Mi agradecimiento a PROSUP/CAPES.

Objetivo do estudo

Con el fin de contribuir a la literatura científica y a la práctica organizativa, este estudio pretende realizar una revisión bibliométrica y sistemática sobre los sistemas de supervisión con un enfoque en los proyectos orientados a la Industria 4 0 en términos

Relevância/originalidade

Las tecnologías de la cuarta revolución industrial crean grandes retos para las industrias, a nivel mundial Por lo tanto, el análisis bibliométrico y sistemático sobre los sistemas de supervisión en proyectos para la Industria 4 0 se considera relevante para la literatura

Metodologia/abordagem

La investigación se desarrolló a partir de datos secundarios y un enfoque "cualitativo-cuantitativo", aplicando la metodología de "revisión sistemática de la literatura", combinándola con un estudio "bibliométrico".

Principais resultados

Obtención de una cartera de artículos científicos, con el potencial de contribuir con los investigadores hacia la investigación de los sistemas de supervisión en proyectos vinculados a la cuarta revolución industrial en términos de oportunidades y barreras.

Contribuições teóricas/metodológicas

En las aportaciones teóricas y metodológicas, la revisión bibliométrica y sistemática permitió el análisis cuantitativo y de contenido de las publicaciones científicas más influyentes sobre el tema propuesto.

Contribuições sociais/para a gestão

Indicación de una cartera de artículos científicos sobre sistemas de supervisión en proyectos destinados a la "cuarta revolución industrial, favorable a las cuestiones sociales y a los procesos de gestión".

Palavras-chave: Sistemas de supervisión, Cuarta revolución industrial, Industria 4.0, Revisión bibliométrica y sistemática, Oportunidades y Barreras

Study purpose

In order to contribute to the scientific literature and organizational practice, this study aims to conduct a bibliometric and systematic review on monitoring systems with a focus on Industry 4.0 oriented projects in terms of opportunities and barriers.

Relevance / originality

The technologies of the fourth industrial revolution create great challenges for industries, worldwide. Therefore, bibliometric and systematic analysis on monitoring systems in projects for Industry 4.0 is considered relevant for the scientific literature and for organizational practice.

Methodology / approach

The research was developed using secondary data and a "qualitative-quantitative" approach, applying the "systematic literature review" methodology, combined with a "bibliometric" study.

Main results

Obtaining a portfolio of scientific articles, with the potential to contribute with researchers towards the investigation of monitoring systems in projects linked to the fourth industrial revolution in terms of opportunities and barriers.

Theoretical / methodological contributions

In the theoretical and methodological contributions, the bibliometric and systematic review allowed the quantitative and content analysis of the most influential scientific publications on the proposed topic.

Social / management contributions

Indication of a portfolio of scientific articles on monitoring systems in projects aimed at the "fourth industrial revolution, favorable to social issues and management processes".

Keywords: Monitoring systems, Fourth industrial revolution, Industry 4.0, Bibliometric and systematic review, Opportunities and Barriers

ROOTS TO GO E O DESENVOLVIMENTO DO MERCADO DE SNACKS SAUDÁVEIS NO BRASIL

ROOTS TO GO AND THE DEVELOPMENT OF THE HEALTHY SNACKS MARKET IN BRAZIL

CAMILLA RODRIGUES NETTO DA COSTA ROCHA - ESCOLA SUPERIOR DE PROPAGANDA E MARKETING - ESPM

MARIANNE PIRES DE OLIVEIRA SANTIN RAMOS - INSTITUTO J&F (ESCOLA GERMINARE)

LAISA ÂNGELO DE ANDREADE - INSTITUTO J&F (ESCOLA GERMINARE)

Resumo

Este caso de ensino apresenta a trajetória da Roots to Go que nasce a partir da oportunidade de explorar a categoria de saudáveis no Brasil. Passa pela introdução no mercado de um produto em forma to go, pronta para o consumo, trazendo dados de crescimento acentuado deste mercado de snacks – que deixa de ser um recurso exclusivo para quem tem rotinas agitadas e vira aliado de todos que desejam consumir pequenas porções saudáveis entre refeições. O principal objetivo é conduzir os estudantes para trazer uma solução ao desafio da Roots de se manter uma marca relevante e atrativa, fazendo frente à concorrência, para continuar desenvolvendo o mercado de snacks. A solução deve ser proposta por meio das etapas diagnóstico, estratégia e plano de ação, contemplando quatro pilares do negócio, marketing, comercial, supply e produto; e fomentar a perspectiva crítica do aluno quanto ao impacto real da solução apresentada

Palavras-chave: Desenvolvimento de mercado, Categoria de snacks, Roots to Go

Abstract

This teaching case presents the trajectory of Roots do Go which was born from an opportunity to explore the healthy category in Brazil. It goes through the market introduction of a to-go product, ready for consumption, bringing data of sharp growth in this snacks market – which is no longer an exclusive resource for those with busy routines and becomes an ally of everyone who wants to consume small and healthy portions between meals. The main objective is to lead students to bring a solution to Roots' challenge of maintaining a relevant and attractive brand, standing up to the competition, to continue developing the snack market. The solution must be proposed through the diagnostic, strategy, and action plan stages, covering four business pillars, marketing, commercial, supply, and product; and foster the student's critical perspective regarding the real impact of the presented solution

Keywords: Market development, Snacks category, Roots to Go

SECPROJECT: UM FRAMEWORK PARA GERENCIAMENTO DE PROJETOS DE CIBERSEGURANÇA EM PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS

SECPROJECT: A FRAMEWORK FOR THE MANAGEMENT OF CYBERSECURITY PROJECTS IN SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES

MURIEL FIGUEREDO FRANCO - USP - UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FABRICIO MARTINS LACERDA - UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PARANÁ - UNESPAR - CAMPUS APUCARANA
BURKHARD STILLER - UNIVERSITY OF ZURICH UZH

Agradecimento à orgão de fomento:

This paper was supported partially by (a) the University of Zurich UZH, Switzerland and (b) the European Union's Horizon 2020 Research and Innovation Program under Grant Agreement No. 830927, the CONCORDIA project.

Objetivo do estudo

Compreender e organizar os diferentes passos e informações necessárias para implementar uma estratégia adequada de cibersegurança, considerando diferentes conceitos de gerenciamento de projetos para que o planejamento e execução da implantação de novas proteções ocorra conforme os requisitos e necessidades das empresas.

Relevância/originalidade

Uma abordagem multidisciplinar baseada nos diferentes passos e informações necessárias para simplificar e agilizar a adoção de estratégias de cibersegurança ao mesmo tempo que otimiza a utilização de recursos durante o planejamento e execução de projetos para implantação de novas proteções.

Metodologia/abordagem

Mapeamento dos processos, stakeholders e informações críticas para definição de estratégias de cibersegurança, seguido de uma investigação da literatura de abordagens de gerenciamento de projetos para cibersegurança. Após, considerando todos os elementos mapeados, o framework SECProject é proposto e avaliado.

Principais resultados

Como principal resultado é apresentado o framework SECProject, que, apoiado por conceitos-chave de gestão de projetos, define os passos e informações necessárias para o planejamento e implementação de uma estratégia de cibersegurança em uma empresa. Aspectos econômicos da cibersegurança também são considerados.

Contribuições teóricas/metodológicas

Mapeamento de todas as etapas necessárias para definição de requisitos, análise de ameaças, gerenciamento de custos, gerenciamento de riscos e execução de um projeto para implementação de estratégias de cibersegurança em PMEs. Todos os passos e informações são detalhadas no trabalho.

Contribuições sociais/para a gestão

O framework proposto permite a utilização de técnicas de gerenciamento de projetos e cibersegurança mesmo em empresas sem conhecimentos técnicos especializados, de modo a permitir a definição e execução de um projeto que resulte em uma melhor estratégia de cibersegurança.

Palavras-chave: Cibersegurança, Gerenciamento de Riscos, Gerenciamento de Custos, Gerenciamento de Projetos, Aspectos Econômicos da Cibersegurança

Study purpose

Understand and organize the different steps and information required to implement a proper cybersecurity strategy, thus, considering the different concepts of the project management field to plan and execute the deployment of new protections according to the demands and requirements of companies.

Relevance / originality

A multidisciplinary approach based on the main steps and information required to simplify the adoption of cybersecurity strategies while optimizing the time and resource usage during the planning and execution of projects to deploy new protections in a company.

Methodology / approach

Mapping of the processes, stakeholders, and critical information for the definition of cybersecurity strategies, followed by a literature review of approaches exploring project management in cybersecurity. Next, the SECProject framework is proposed and evaluated by taking all mapped elements into account.

Main results

The SECProject framework is presented as the main result. The framework, supported by key project management concepts, defines the steps and information required for planning and deploying cybersecurity strategies in companies. Also, the economic aspects of cybersecurity are investigated and considered.

Theoretical / methodological contributions

Mapping all steps for the definition of the project requirements, threat analysis, cost management, risk management, and execution of a project for the deployment of cybersecurity strategies in SMEs. The relevant steps and information are detailed and considered in the SECProject framework.

Social / management contributions

Mapping the steps for defining the project requirements, threat analysis, cost management, risk management, and execution of a project for deploying cybersecurity strategies in SMEs. Using the SECProject, companies without technical expertise can reduce their business risks and optimize their investments.

Keywords: Cybersecurity, Risk Management, Cost Management, Project Management, Cybersecurity Economics

SUCESSO EM PROJETOS ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA

PROJECT SUCCESS BIBLIOMETRIC ANALISYS

GABRIEL FRANCISCO PISTILLO FERNANDES - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
MARCOS ROGÉRIO MAZIERI - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

Agradecimentos à CAPES.

Objetivo do estudo

Este estudo busca mapear por meio de análises bibliométricas, utilizando cocitações e pareamento como métodos, o campo de pesquisas em sucesso em projetos para embasar futuras pesquisas que enfatizem o tema de sucesso em projetos.

Relevância/originalidade

Mapeamento do campo de pesquisa de sucesso em projetos e atualização dos principais temas trabalhados pelos autores na área.

Metodologia/abordagem

Bibliometria de co-citação e pareamento de autores de artigos nas bases Scopus e Web of Science.

Principais resultados

Foram obtidos no total dez fatores, os quais indicam que as pesquisas sobre sucesso em projetos tratam dos seguintes temas: inovação e novos produtos, time de projetos, gerente de projetos, estratégia, contratos, portfólio de projetos, soft skills, governança, risco e medição.

Contribuições teóricas/metodológicas

Mapeamento de dez temas principais de interesse para pesquisadores e indicação de pesquisas futuras enfatizando o tema sucesso em projetos e suas formas de medição.

Contribuições sociais/para a gestão

Temas emergentes relevantes na prática para contribuição ao sucesso dos projetos.

Palavras-chave: Sucesso em Projetos, Bibliometria, Gerenciamento de Projetos

Study purpose

This study seeks to map, through bibliometric analyses, using cocitations and pairing as methods, the reserach field of projects success to support future research that emphasizes the theme of success in projects.

Relevance / originality

Mapping the field of research in projects success and updating the main themes worked by the authors in the area.

Methodology / approach

Bibliometry of co-citation and pairing of authors of articles in the Scopus and Web of Science databases.

Main results

A total of ten factors were obtained, which indicate that research on projects success deals with the following topics: innovation and new products, project team, project manager, strategy, contracts, project portfolio, soft skills, governance, risk and measurement.

Theoretical / methodological contributions

Mapping of ten main themes of interest to researchers and indication of future research emphasizing the theme success in projects and their forms of measurement.

Social / management contributions

Emerging themes relevant in practice to contribute to the success of projects.

Keywords: Project Success, Bibliometry, Project Management

TECNOLOGIAS DIGITAIS PARA GERENCIAMENTO DE PROJETOS EM TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

DIGITAL TECHNOLOGIES FOR PROJECT MANAGEMENT IN DIGITAL TRANSFORMATION

MARCELO LUIZ DO AMARAL GONÇALVES - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

RENATO PENHA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

LUCIANO FERREIRA DA SILVA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

FLÁVIO SANTINO BIZARRIAS - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

Este estudo foi financiado em parte pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES).

Objetivo do estudo

Identificar as ferramentas tecnológicas descritas em patentes que apresentam a relação entre Gestão de Projetos (GP) e Transformação Digital (DT).

Relevância/originalidade

A pesquisa foi realizada nas bases de dados do escritório da World Intellectual Property Organization (WIPO) e do European Patent Office (EPO), trazendo um conjunto de 45 patentes que abordavam ferramentas tecnológicas juntamente com a relação entre GP e TD.

Metodologia/abordagem

A pesquisa caracteriza-se como exploratória, com abordagem qualitativa, e investiga patentes em bases de acesso público.

Principais resultados

Os resultados mostram que, no contexto de TD e GP, indivíduos e equipes capazes de trabalhar com tecnologias digitais estão mais dispostos em cenários de automação tecnológica, racionalização de processos, agilidade, redução de custos e criação de valor.

Contribuições teóricas/metodológicas

Esta pesquisa contribui para ampliar o conhecimento no uso de ferramentas tecnológicas em patentes no contexto de TD e GP.

Contribuições sociais/para a gestão

Além disso, as evidências demonstram que as patentes requerem capacidades tecnológicas com indivíduos competentes para utilizar ferramentas e inovações tecnológicas.

Palavras-chave: transformação digital, gerenciamento de projetos, ferramentas digitais, patentes

Study purpose

This article aims to identify the technological tools described in patents that present the relationship between Project Management (PM) and Digital Transformation (DT).

Relevance / originality

The research was carried out in the databases of the office of the World Intellectual Property Organization (WIPO) and the European Patent Office (EPO), bringing a set of 45 patents that addressed technological tools together with the relationship between PM and DT

Methodology / approach

The research is characterized as exploratory, with a qualitative approach, and investigates patents in public access bases.

Main results

The results also show that, in the context of DT and PM, individuals and teams capable of working with digital technologies are more willing in scenarios of technological automation, process rationalization, agility, cost reduction, and value creation.

Theoretical / methodological contributions

This research contributes to expanding the knowledge in the use of technological tools in patents in a DT and PM context.

Social / management contributions

In addition, evidence demonstrates that patents require technological capabilities with competent individuals to use technological tools and innovations.

Keywords: digital transformation, project management, digital tools, patents

TOWARDS OF COGNITION IN PROJECT MANAGEMENT

TOWARDS OF COGNITION IN PROJECT MANAGEMENT

ROBERTO GODOY FERNANDES - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
LEONARDO VILS - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
LUCIANO FERREIRA DA SILVA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Objetivo do estudo

Purpose – The article describes how cognition has been approached in the literature on project management and proposes a unified model based on the findings.

Relevância/originalidade

Originality/value – Previous research has validated cognition in project management on an individual level to explain some phenomenon, but without attempting to understand how that finding could be used to compose and explain human cognition, resulting in output behaviour.

Metodologia/abordagem

Design/methodology/approach – Through a review of 142 scientific articles on the subject from the SCOPUS, and Web of Science, this study employs a qualitative approach of exploratory characteristics based on a Systematic Literature Review.

Principais resultados

Findings – Six categories (with nineteen subcategories) relate to cognition in project management, as well as a cognition model based on the categories and subcategories found.

Contribuições teóricas/metodológicas

Theoretical implications – Understand how aspects of cognition can impact the behaviours of the project professional and contribute to problem-solving in the project environment.

Contribuições sociais/para a gestão

Practical implications – Understand how aspects of cognition can impact the behaviours of the project professional and contribute to problem-solving in the project environment.

Palavras-chave: Project Management, Distributed Team Cognition, Cognitive Style of Leadership, Stakeholder Relationship and Tension, Learning

Study purpose

Purpose – The article describes how cognition has been approached in the literature on project management and proposes a unified model based on the findings.

Relevance / originality

Originality/value – Previous research has validated cognition in project management on an individual level to explain some phenomenon, but without attempting to understand how that finding could be used to compose and explain human cognition, resulting in output behaviour.

Methodology / approach

Design/methodology/approach – Through a review of 142 scientific articles on the subject from the SCOPUS, and Web of Science, this study employs a qualitative approach of exploratory characteristics based on a Systematic Literature Review.

Main results

Findings – Six categories (with nineteen subcategories) relate to cognition in project management, as well as a cognition model based on the categories and subcategories found.

Theoretical / methodological contributions

Theoretical implications – Understand how aspects of cognition can impact the behaviours of the project professional and contribute to problem-solving in the project environment.

Social / management contributions

Practical implications – Understand how aspects of cognition can impact the behaviours of the project professional and contribute to problem-solving in the project environment.

Keywords: Project Management, Distributed Team Cognition, Cognitive Style of Leadership, Stakeholder Relationship and Tension, Learning

TRADICIONAL, ÁGIL OU HÍBRIDO? A SELEÇÃO, CONTROLE E AVALIAÇÃO DE PROJETOS DE TI EM UMA EMPRESA DE SERVIÇOS DE GRANDE PORTE

TRADITIONAL, AGIL OR HYBRID? THE SELECTION, CONTROL AND EVALUATION OF IT PROJECTS IN A LARGE SERVICE COMPANY

LINCOLN SPOSITO - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
FERNANDO ANTONIO RIBEIRO SERRA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

Agradecimentos ao Fundo de Amparo à Pesquisa - FAP/ UNINOVE

Objetivo do estudo

Compreender como empresas de serviços de grande porte selecionam, controlam e avaliam seus projetos de tecnologia da informação em abordagens tradicional, ágil ou híbrida.

Relevância/originalidade

Organizações maduras em gestão de projetos possuem controles precisos dos seus projetos. A maturidade da gestão do projeto visa alinhar a abordagem metodológica às diretrizes estratégicas, táticas e operacionais da organização. Entender este cenário é importante para obter informações relevantes do processo.

Metodologia/abordagem

Este estudo considera uma abordagem qualitativa e o método de análise descritiva foi aplicado. Foi avaliada uma base de projetos de tecnologia da informação pertinentes ao período de 2019 a 2021.

Principais resultados

Os resultados demonstram claramente um tipo de projeto denominado “iniciativa” Isto possibilita um envolvimento prévio para definição de dados de “porte” de um novo projeto Outro resultado interessante é a percepção da classificação e controle de projetos ágeis, como sprint e squads,

Contribuições teóricas/metodológicas

A “iniciativa” se caracteriza como uma forma, com estrutura de projeto, de se avaliar a viabilidade de um projeto futuro. Adicionalmente, como contribuição deste estudo, entende-se que a abordagem híbrida funciona como uma passagem natural da tradicional para a ágil.

Contribuições sociais/para a gestão

Entender como os projetos são distribuídos pela natureza estratégica, tática e operacional é uma contribuição relevante deste estudo. Assim, cria-se uma visão mais clara de como a organização utiliza projetos de tecnologia da informação para implementar suas ações.

Palavras-chave: base de projetos, maturidade, gestão de projetos

Study purpose

Understand how large service companies select, control and evaluate their information technology projects in traditional, agile or hybrid approaches.

Relevance / originality

Mature organizations in project management have precise controls over their projects. Project management maturity aims to align the methodological approach to the organization's strategic, tactical and operational guidelines. Understanding this scenario is important to obtain relevant information about the process.

Methodology / approach

This study considers a qualitative approach and the descriptive analysis method was applied. A base of information technology projects relevant to the period from 2019 to 2021 was evaluated.

Main results

The results clearly demonstrate a type of project called “initiative” This enables a prior involvement to define “size” data for a new project Another interesting result is the perception of classification and control of agile projects, such as sprint and squads, hybrids.

Theoretical / methodological contributions

A mechanism that is not found in the specialized literature on project management was identified. The “initiative” is characterized as a way, with a project structure, to assess the feasibility of a future project. Additionally, as a contribution of this study,

Social / management contributions

Understanding how projects are distributed by their strategic, tactical and operational nature is a relevant contribution of this study. Thus, it creates a clearer view of how the organization uses information technology projects to implement its actions.

Keywords: project base, maturity, project management

TRANSFERÊNCIA DO CONHECIMENTO E A GESTÃO DE PROJETOS COMO VANTAGEM COMPETITIVA NAS ORGANIZAÇÕES

KNOWLEDGE TRANSFER AND PROJECT MANAGEMENT AS A COMPETITIVE ADVANTAGE IN ORGANIZATIONS

LUIZ FERNANDO SILVA BARROS - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
CAROLINE DO NASCIMENTO - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
VALDEMILSON DE ASSIS ALVES DE ARAUJO - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

FAP-UNINOVE e à CAPES

Resumo

A transferência do conhecimento e a gestão de projetos são necessárias no desenvolvimento de produtos e/ou serviços gerando vantagem competitiva nas organizações. O objetivo deste trabalho é analisar os estudos sobre a transferência do conhecimento na gestão de projetos. A estratégia metodológica adotada foi a Revisão Sistemática da Literatura (RSL), a fim de compreender as duas temáticas abordadas. O corpus de análise foi constituído por 7 artigos publicados entre os anos de 2010 à 2020 e abordam estudos sobre inovação, tecnologia, estratégia, entre outros. Após leitura completa dos artigos foram classificados em duas categorias (Aprendizagem e Transferência de Tecnologia). Espera-se que este estudo possa alcançar contribuição no aprofundamento da discussão sobre a temática Transferência do Conhecimento e Gestão de Projetos e que a relevância de disponibilizar uma base que informe os artigos já publicados, periódicos, autores e categorias de subtemas seja uma base facilitadora para profissionais, estudantes e pesquisadores.

Palavras-chave: Transferência do Conhecimento, Gestão de Projetos, Vantagem Competitiva, Revisão Sistemática da Literatura, Aprendizagem

Abstract

Knowledge transfer and project management are necessary in the development of products and/or services generating competitive advantage in organizations. The objective of this work is to analyze studies on knowledge transfer in project management. The methodological strategy adopted was the Systematic Literature Review (RSL), in order to understand the two themes addressed. The corpus of analysis consisted of 7 articles published between 2010 and 2020 and address studies on innovation, technology, strategy, among others. After a complete

reading of the articles, they were classified into two categories (Learning and Technology Transfer). It is hoped that this study can contribute to the deepening of the discussion on the topic of Knowledge Transfer and Project Management and that the relevance of providing a database that informs already published articles, journals, authors and categories of subthemes will be a facilitating basis for professionals, students and researchers.

Keywords: Knowledge Transfer, Project management, Competitive advantage, Systematic Review of Literature, Learning

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL DOS MODELOS DE NEGÓCIO: EVOLUÇÕES A PARTIR DO MODELO TAM (TECHNOLOGY ACCEPETENCE MODEL)

DIGITAL TRANSFORMATION OF BUSINESS MODELS: EVOLUTIONS FROM THE TAM MODEL (TECHNOLOGY ACCEPETENCE MODEL)

HERON SERGIO MOREIRA BEGNIS - UNISC - UNIVERSIDADE DE SANTA CRUZ DO SUL
FLÁVIO RÉGIO BRAMBILLA - UNISC - UNIVERSIDADE DE SANTA CRUZ DO SUL
PIETRO CUNHA DOLCI - UNISC - UNIVERSIDADE DE SANTA CRUZ DO SUL

Objetivo do estudo

O objetivo deste artigo se justifica, tendo como proposta expor a evolução (conceitual e gerencial) sobre o entendimento do processo de transformação digital e dos modelos de negócios com base no Modelo TAM e sua evolução.

Relevância/originalidade

Neste estudo são destacados caminhos e implicações que podem auxiliar as organizações na revisão dos seus processos gerenciais, em um ambiente caracterizado pelas rápidas e profundas inovações no campo das tecnologias da comunicação e informação.

Metodologia/abordagem

Este artigo foi desenvolvido no formato de um ensaio teórico. Para essa finalidade, foi realizada a análise do Modelo TAM, bem como a sua evolução, tendo como preceitos orientadores a transformação digital e o ambiente de negócios.

Principais resultados

Com este artigo conceitual foi possível evidenciar a transformação digital dos negócios com base na evolução do Modelo TAM. Identificou-se que os modelos derivados do TAM convergem em apontar os fatores externos, organizacionais e comportamentais no direcionamento da transformação digital.

Contribuições teóricas/metodológicas

A tecnologia, assim como os preceitos da transformação digital atuam como meios para a definição mais adequada para os modelos de negócios inovadores, os quais devem primordialmente estarem direcionados e centrados na geração de valor para os clientes.

Contribuições sociais/para a gestão

É verificado neste estudo a relevância do foco nos clientes. É fundamental identificar e atender as suas exigências e, em especial, as expectativas advindas da percepção e dos desejos destes clientes para a adequada definição digital e do modelo de negócio.

Palavras-chave: Transformação Digital, Modelos de Negócio, Modelo TAM, Evolução do Modelo TAM, Ensaio Teórico

Study purpose

The purpose of this article is justified, with the proposal to expose the evolution (conceptual and managerial) on the understanding of the digital transformation process and business models based on the TAM Model and its evolution.

Relevance / originality

This study highlights paths and implications that can help organizations review their management processes, in an environment characterized by rapid and profound innovations in the field of communication and information technologies.

Methodology / approach

This article was developed in the format of a theoretical essay. For this purpose, the analysis of the TAM Model was carried out, as well as its evolution, having as guiding principles the digital transformation and the business environment.

Main results

This conceptual paper made possible to highlight businesses digital transformation based on the evolution of TAM Model. It was identified that models derived from TAM converge in pointing out external, organizational and behavioral factors in the direction of digital transformation.

Theoretical / methodological contributions

Technology, as well as the precepts of digital transformation, act as means for the most adequate definition for innovative business models, which must primarily be directed and centered on generating value for customers.

Social / management contributions

The relevance of focusing on customers is verified in this study. It is essential to identify and meet requirements and, in particular, the expectations arising from the perception and desires of customers for the proper digital definition and business model.

Keywords: Digital Transformation, Business Models, TAM Model, Evolution of TAM Model, Theoretical Essay

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL: A FALHA NA COMUNICAÇÃO ENTRE OS STAKEHOLDERS NA DEFINIÇÃO DO ESCOPO DO PROJETO

DIGITAL TRANSFORMATION: THE FAILURE OF COMMUNICATION BETWEEN STAKEHOLDERS IN DEFINITION OF THE PROJECT SCOPE

LUCIANA VIEL GOMES - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
LINCOLN SPOSITO - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
ISABEL CRISTINA SCAFUTO - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
THAIS BATISTA LIMA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

Agradecimentos ao Fundo de Amparo à Pesquisa - FAP/ UNINOVE.

Objetivo do estudo

Apresentar a atuação do gestor de projetos na comunicação com os stakeholders para a resolução de falha na definição de escopo de projeto de transformação digital.

Relevância/originalidade

Este relato técnico trata de um projeto real de transformação digital e as implicações negativas de um processo de comunicação mal gerido. Em linha com a literatura, demonstra aspectos citados como relevantes na gestão de comunicação, conflitos, stakeholders e escopo.

Metodologia/abordagem

A partir de uma abordagem qualitativa foi realizada uma pesquisa explicativa, com base no método de pesquisa-ação. O intuito foi de entender um caso real de projeto de transformação digital e relatar as observações do pesquisador e as ações realizadas de intervenção.

Principais resultados

Os principais resultados são a importância da comunicação nas fases iniciais do projeto com os stakeholders para se mitigar riscos de conflitos e escopo mal definido. O uso da comunicação como técnica de resolução de conflitos e para angariar defensores do projeto.

Contribuições teóricas/metodológicas

Diversos aspectos foram avaliados, sendo as principais contribuições teóricas a constatação da atuação de consultorias como aceleradoras do processo de transformação digital, a relevância da área e recursos de tecnologia da informação e a necessidade de envolvimento das áreas de negócios.

Contribuições sociais/para a gestão

As contribuições para a prática se dão pela visão de uma atuação real de um gestor de projetos em um projeto estratégico, de transformação digital, herdando problemas e conflitos ocasionados por um pré-projeto realizado de forma imprópria.

Palavras-chave: escopo, comunicação, stakeholders, conflitos, transformação digital

Study purpose

To present the project manager's role in communicating with stakeholders to resolve failures in defining the scope of a digital transformation project.

Relevance / originality

This white paper deals with a real digital transformation project and the negative implications of a poorly managed communication process. In line with the literature, it demonstrates aspects cited as relevant in the management of communication, conflicts, stakeholders and scope.

Methodology / approach

Based on a qualitative approach, an explanatory research was carried out, based on the action research method. The aim was to understand a real case of a digital transformation project and report the researcher's observations and the intervention actions.

Main results

The main results are the importance of communication in the early stages of the project with stakeholders to mitigate risks of conflicts and poorly defined scope. The use of communication as a conflict resolution technique and to attract project advocates.

Theoretical / methodological contributions

Several aspects were evaluated, the main theoretical contributions being the verification of the performance of consultancies as accelerators of the digital transformation process, the relevance of the area and resources of information technology and the need to involve the business areas.

Social / management contributions

Contributions to practice are given by the vision of a real performance of a project manager in a strategic project, of digital transformation, inheriting problems and conflicts caused by a pre-project carried out improperly.

Keywords: scope, Communication, stakeholders, conflicts, digital transformation

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL: PROPOSTA DE MODELO TEÓRICO-ANALÍTICO PARA GERAÇÃO DE VALOR

DIGITAL TRANSFORMATION: PROPOSAL OF A THEORETICAL-ANALYTICAL MODEL FOR VALUE GENERATION

BRUNA XAVIER DE OLIVEIRA - UFMG
FREDERICO CESAR MAFRA PEREIRA - UFMG
WALDIANE FIALHO - PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS (PUC MINAS)

Agradecimento à órgão de fomento:

À PRPq (Pró-Reitoria de Pesquisa) da UFMG e ao CPNq, pelo apoio ao Grupo de Pesquisa "IKI - Information, Knowledge & Innovation".

Objetivo do estudo

A partir de uma Revisão Sistemática da Literatura (RSL), identificar os principais domínios e suas características que possibilitem a proposição de um modelo teórico-analítico para implementação e análise da Transformação Digital (TD) em organizações.

Relevância/originalidade

Proposição de um modelo teórico-analítico para implementação e análise da Transformação Digital (TD) em organizações, com base no 'estado da arte' do tema (literatura nacional e internacional de 2017 a 2021), composto por oito domínios (ou dimensões).

Metodologia/abordagem

Revisão Sistemática de Literatura, nas bases Scopus e Web of Science, entre 2017 e 2021, cuja seleção se deu a partir da leitura dos títulos e resumos de 296 artigos, tendo sido selecionados 26 para este trabalho.

Principais resultados

Identificação dos principais domínios inerentes à TD e suas características - clientes, dados, competição, inovação, geração de valor, competências, cultura e agilidade, que possibilitaram a estruturação e a proposição de um modelo teórico-analítico para implementação e análise da (TD) em organizações.

Contribuições teóricas/metodológicas

Do ponto de vista teórico-acadêmico, ao ampliar as pesquisas investigativas e analíticas sobre o tema da Transformação Digital para o campo interdisciplinar e multidisciplinar da Ciência da Informação, Administração e Computação, e consequente geração de novos conhecimentos para tais campos.

Contribuições sociais/para a gestão

Do ponto de vista organizacional, ao propor uma estrutura não só teórica, mas aplicada, permitindo a implementação e análise da TD, e sua consequente geração de valor para os diversos tipos e níveis de usuários, além do próprio negócio.

Palavras-chave: Transformação Digital, Domínios da Transformação Digital, Geração de Valor, Modelo Teórico-Analítico para Transformação Digita

Study purpose

From a Systematic Literature Review (RSL), identify the main domains and their characteristics that allow the proposition of a theoretical-analytical model for the implementation and analysis of Digital Transformation (DT) in organizations.

Relevance / originality

Proposition of a theoretical-analytical model for the implementation and analysis of Digital Transformation (DT) in organizations, based on the 'state of the art' of the theme (national and international literature from 2017 to 2021), composed of eight domains (or dimensions).

Methodology / approach

Systematic Literature Review, in the Scopus and Web of Science databases, between 2017 and 2021, whose selection was based on reading the titles and abstracts of 296 articles, 26 of which were selected for this work.

Main results

Identification of the main domains inherent to DT and its characteristics - customers, data, competition, innovation, value creation, competences, culture and agility, which made it possible to structure and propose a theoretical-analytical model for the implementation and analysis of (DT) in organizations.

Theoretical / methodological contributions

From the theoretical-academic point of view, by expanding investigative and analytical research on the topic of Digital Transformation to the interdisciplinary and multidisciplinary field of Information Science, Administration and Computing, and consequent generation of new knowledge for such fields.

Social / management contributions

From an organizational point of view, by proposing a structure that is not only theoretical, but applied, allowing the implementation and analysis of DT, and its consequent generation of value for the different types and levels of users, in addition to the

Keywords: Digital Transformation, Domains of Digital Transformation, Value Generation, Theoretical-Analytical Model for Digital Transform

TRANSIÇÃO DIGITAL E ESTRATÉGIAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO: UM ESTUDO DAS EMPRESAS DE SERVIÇOS ATENDIDAS PELO PEIEX-RN

DIGITAL TRANSITION AND INTERNATIONALIZATION STRATEGIES: A STUDY ON SERVICE COMPANIES ATTENDED BY THE PEIEX-RN

JOAO FLORÊNCIO DA COSTA JÚNIOR - UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE - UFRN
AFRANIO GALDINO DE ARAÚJO - UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE - UFRN

Agradecimento à órgão de fomento:

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

Objetivo do estudo

Analisar o processo de transição digital e sua influência nas estratégias de internacionalização em empresas de serviços atendidas pelo Programa de Qualificação de Exportação da ApexBrasil no Estado do Rio Grande do Norte – PEIEX-RN (2020-2021).

Relevância/originalidade

Existem poucos trabalhos na academia analisando as internacionalizações das PMEs brasileiras sob a perspectiva da transição digital e pouquíssimos estudos com foco nos efeitos do programa PEIEX, especificamente para empresas de serviços.

Metodologia/abordagem

A pesquisa é descritiva, de natureza qualitativa, utiliza diversas estratégias de coleta de dados: 1) pesquisa documental; 2) observação participante; e 3) entrevistas semiestruturadas.

Principais resultados

Percebeu-se que a barreira mais significativa à transição digital das empresas estudadas é a natureza de um mercado local ainda centrado em modelos de negócios analógicos e regionais. As limitações impostas pelo ecossistema acabam afetando a competitividade das empresas.

Contribuições teóricas/metodológicas

O trabalho aponta para a importância de estudar as empresas atendidas pelo programa PEIEX na perspectiva de seus consultores técnicos, por meio da observação participante, aproveitando informações relevantes ainda não exploradas pela academia ou pela ApexBrasil.

Contribuições sociais/para a gestão

O trabalho indica que apenas capacitar empresas por meio do programa PEIEX, apesar de seus benefícios óbvios, não é suficiente, pois é preciso trabalhar no nível do ecossistema para permitir uma melhor transição digital e uma maior expansão internacional.

Palavras-chave: ApexBrasil, PEIEX, Transição Digital, Internacionalização, Empresas de Serviço

Study purpose

To analyse the digital transition process and its influence on internationalization strategies in service companies attended by the ApexBrasil's Export Qualification Program in the State of Rio Grande do Norte - PEIEX-RN (2020-2021).

Relevance / originality

There are very few works in academia analysing the internationalizations of Brazilian SMEs from a digital transition perspective and even fewer studies focusing on the effects of the PEIEX program, specifically on service companies.

Methodology / approach

The research is descriptive and qualitative in nature, utilising several different data collection strategies: 1) documental research; 2) participant observation; and 3) semi-structured interviews.

Main results

It was noticed that the most significant barrier to the digital transition of the companies studied is the nature of a local market still centered on analogical and regional business models. The limitations imposed by the ecosystem affect the companies' competitiveness.

Theoretical / methodological contributions

The work points out to the importance of studying the companies attended by the PEIEX program from the perspective of its technical consultants, through participant observation, tapping into relevant information not yet explored by academia or by ApexBrasil.

Social / management contributions

The work indicates that only capacitating companies via the PEIEX program, despite its obvious benefits, is not enough, it is necessary to work on the ecosystem level in order to allow for a greater digital transition and further international expansion.

Keywords: ApexBrasil, PEIEX, Digital Transition, Internationalization, Service Companies

TRANSPARÊNCIA EM PESQUISAS QUALITATIVAS SOBRE LIDERANÇA SUSTENTÁVEL EM PUBLICAÇÕES DA BASE DE PUBLICAÇÕES WEB OF SCIENCE

TRANSPARENCY IN QUALITATIVE RESEARCH ON SUSTAINABLE LEADERSHIP IN PUBLICATIONS FROM THE WEB OF SCIENCE PUBLISHING BASE

JUDITH ELBA MERLO FERRÁN - PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL (PUCRS)

Objetivo do estudo

Analisar a transparência dos artigos qualitativos sobre liderança sustentável constantes na base de publicações Web of Science.

Relevância/originalidade

Destacar a necessidade de usar uma lista de verificação de replicabilidade para garantir a transparência e, portanto, a confiabilidade do estudo.

Metodologia/abordagem

Qualitativa. Aplicação de lista de verificação de critérios de transparência e replicabilidade de Aguinis e Solarino (2019) a artigos qualitativos da base de dados Web of Science.

Principais resultados

Foram avaliados treze de 92 artigos e nenhum deles atende totalmente os critérios de transparência apontados pelos autores, evidenciando que futuras publicações podem e devem se apoiar em listas de verificação como a proposta para garantir a confiabilidade dos estudos qualitativos.

Contribuições teóricas/metodológicas

Necessidade de listas de verificação para a devida transparência confiabilidade desde a produção até a revisão. Incremento do checklist em um 13o critério.

Contribuições sociais/para a gestão

Despertou-se tardiamente para o tema Liderança Sustentável e há necessidade de mais estudos qualitativos para aprofundamento no que tange ao tema, já que organizações são compostas por pessoas e pessoas são conduzidas por líderes.

Palavras-chave: Estudos qualitativos, Critérios de transparência, Liderança Sustentável

Study purpose

To analyze the transparency of qualitative articles on sustainable leadership in the Web of Science publications database.

Relevance / originality

Highlight the need to use a replicability checklist to ensure transparency and, therefore, the reliability of the study.

Methodology / approach

Qualitative. Application of Aguinis and Solarino (2019) transparency and replicability criteria checklist to qualitative articles from the Web of Science database.

Main results

Thirteen out of 92 articles were evaluated and none of them fully meets the transparency criteria pointed out by the authors, showing that future publications can and should rely on checklists such as the proposal to ensure the reliability of qualitative studies.

Theoretical / methodological contributions

Need for checklists for due transparency and reliability from production to review. Increment of the checklist in a 13th criterion.

Social / management contributions

A late awakening to the theme Sustainable Leadership and there is a need for more qualitative studies to deepen the theme, since organizations are composed of people and people are led by leaders.

Keywords: Qualitative Research, Transparency criteria, Sustainable Leadership

UM ESTUDO DE CASO DE CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DE PROJETOS

A CASE STUDY OF PROJECT SELECTION CRITERIA

FRANCISCO IDELBRANDO RODRIGUES COELHO - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

Agradecemos ao Fundo de Amparo à Pesquisa – FAP\UNINOVE

Objetivo do estudo

O objetivo deste relato técnico, é mostrar os critérios de seleção de um programa de gerenciamento de portfólio através de um estudo de caso, e como melhorar estes critérios para a tomada de decisão e aprovação de projetos.

Relevância/originalidade

O estudo é relevante para a tomada de decisão em gerenciamento de portfólio de projetos, levando em consideração os critérios de seleção.

Metodologia/abordagem

Este trabalho tem como base a pesquisa qualitativa exploratória por meio de estudo de caso, uma vez que foram explorados os critérios de seleção de projetos de uma organização inseridos num programa de gestão de portfólio.

Principais resultados

Com a inclusão da matriz Complexidade no processo de avaliação das ideias para obtenção da nota para o projeto, notou-se um aumento nas notas de projetos menos complexos, portanto, mais fáceis e mais rápidos de se implementar.

Contribuições teóricas/metodológicas

Este trabalho contribui com a literatura de gerenciamento de portfólio dentro da gestão de projetos.

Contribuições sociais/para a gestão

A contribuição deste trabalho está no fato de possibilitar uma melhor tomada de decisão de ideias para projetos, escolhendo ideias que mais contribuem para a estratégia da organização.

Palavras-chave: Gerenciamento de portfólio, critérios de seleção de projetos, complexidade

Study purpose

The purpose of this technical report is to show the selection criteria for a portfolio management program through a case study, and how to improve these criteria for decision making and project approval.

Relevance / originality

The study is relevant for decision making in project portfolio management, taking into account the selection criteria.

Methodology / approach

This work is based on exploratory qualitative research through a case study, since the selection criteria of projects of an organization inserted in a portfolio management program were explored.

Main results

With the inclusion of the Complexity matrix in the process of evaluating ideas to obtain the grade for the project, there was an increase in the grades of less complex projects, therefore, easier and faster to implement.

Theoretical / methodological contributions

This work contributes to the portfolio management literature within project management.

Social / management contributions

The contribution of this work lies in the fact that it enables a better decision-making of ideas for projects, choosing ideas that contribute most to the organization's strategy.

Keywords: Portfolio management, project selection criteria, complexity

UM ESTUDO SOBRE CULTURA ORGANIZACIONAL EM EDTECHS NO ENSINO SUPERIOR

A STUDY ON ORGANIZATIONAL CULTURE IN EDTECHS IN HIGHER EDUCATION

LUCIANE DE PAULA SOUTELLO - UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE

Objetivo do estudo

Analisar a tipologia de Cultura Organizacional em Edtechs que atuam no Ensino Superior
Objetivos específicos: Mapear as Edtechs no Brasil em relação a: nível de ensino, tecnologias, e localização geográfica; e Identificar se há uma tipologia de cultura predominante.

Relevância/originalidade

Após ser realizado um levantamento de publicações dos últimos 5 anos - Web of Science, Sielo, Anpad Speel reafirmou-se a percepção prévia de que há falta de debates acerca do tema cultura em Edtechs, o que demonstrou uma lacuna em estudos.

Metodologia/abordagem

Pesquisa quantitativa, Levantamento interseccional com Survey. O instrumento de pesquisa utilizado foi OCAI - Instrumento de Avaliação da Cultura Organizacional proposto por Cameron e Quinn (1999).

Principais resultados

Com os resultados encontrados, foi percebido a predominância da Cultura de Clã nas Edtechs que atuam no Ensino Superior.

Contribuições teóricas/metodológicas

Contribuiu por apresentar a lacuna existente neste tipo de estudo que avalia cultura organizacional em Edtechs.

Contribuições sociais/para a gestão

Também contribuiu para dar visibilidade a este modelo de empresa – Edtechs, bem como trouxe informações do potencial de crescimento das mesmas.

Palavras-chave: Edtech, Startup, Cultura Organizacional, OCAI, Ensino Superior

Study purpose

Analyze the typology of Organizational Culture in Edtechs working in Higher Education
Specific Objectives: Map Edtechs in Brazil in relation to: level of education, technologies, and geographic location; and Identify if there is a predominant culture typology.

Relevance / originality

After a survey of publications from the last 5 years was carried out - Web of Science, Sielo, Anpad Speel, the previous perception that there is a lack of debates on the topic of culture in Edtechs was reaffirmed, which demonstrated a

Methodology / approach

Quantitative research, Intersectional Survey with Survey. The research instrument used was OCAI - Organizational Culture Assessment Instrument proposed by Cameron and Quinn (1999).

Main results

With the results found, the predominance of Clan Culture in Edtechs that work in Higher Education was perceived.

Theoretical / methodological contributions

It contributed by presenting the gap in this type of study that assesses organizational culture in Edtechs.

Social / management contributions

It contributed to giving visibility to this company model – Edtechs, as well as providing information on their growth potential.

Keywords: Edtech, Startup, Organizational culture, OCAI, higher education

UM MERCADO EM CRESCIMENTO E O DESAFIO DE MINUANO: ALCANÇAR DESTAQUE NO PDV ATRAVÉS DA EXECUÇÃO

A GROWING MARKET AND MINUANO'S CHALLENGE: ACHIEVING HIGHLIGHTS AT THE POS THROUGH EXECUTION

BRUNA CORDEIRO - INSTITUTO GERMINARE
DENISE MITIKO MURASAKI - UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE

Resumo

Situado num contexto de crescimento do mercado de limpeza no mundo e, em particular, do crescimento desse mercado no Brasil, o caso de ensino Minuano tem por objetivo possibilitar que os estudantes proponham formas de a marca se destacar no ponto de venda por meio de seus benefícios, bem como de estimulá-los ao desenvolvimento de estratégias para capturar o shopper na sua jornada de compra. Para tanto, enfoca a evolução do trade marketing no Brasil (Motta; Santos; Serralvo, 2017), ressaltando a importância das estratégias por ele disseminadas mediante a execução no ponto de venda (Cônsoi; D'Andrea, 2011). Por meio da sua aplicação, espera-se que os estudantes aprendam acerca da importância que a execução dos produtos nos canais de vendas adquire nesse contexto para os resultados de Minuano, sendo capazes de elaborar estratégias de execução inovadoras nos canais, as quais alavanquem os resultados da marca em receita e em volume.

Palavras-chave: Trade Marketing, Execução no ponto de venda, Minuano

Abstract

Set in a context of growth of the cleaning market in the world and, in particular, of the growth of this market in Brazil, the Minuano teaching case aims to enable students to propose ways

for the brand to stand out at the point of sale through its benefits, as well as encouraging them to develop strategies to capture the shopper in their purchase journey. To this end, it focuses on the evolution of trade marketing in Brazil (Motta; Santos; Serralvo, 2017), emphasizing the importance of the strategies disseminated by it through execution at the point of sale (Cônoli; D'Andrea, 2011). Through its application, students are expected to learn about the importance that the execution of products in the sales channels acquires in this context for the results of Minuano, being able to develop innovative execution strategies in the channels, which leverage the results. brand in revenue and volume.

Keywords: Trade Marketing, Execution at the point of sale, Minuano

UM PROJETO DE MIGRAÇÃO PARA COMPUTAÇÃO EM NUVEM: COMO OS ASPECTOS DA GESTÃO DE SUSTENTABILIDADE FORAM TRATADOS?

A MIGRATION PROJECT FOR CLOUD COMPUTING: HOW WERE ASPECTS OF SUSTAINABILITY MANAGEMENT TREATED?

MICHELE CAMILA MILE ALVES - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
ROQUE RABECHINI JUNIOR - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Resumo

As organizações mostram-se cada vez mais interessadas em incluir a sustentabilidade nos seus negócios. O gerenciamento de projetos pode ajudar a tangibilizar esse interesse ao aplicar a sustentabilidade a projetos específicos. O presente relato técnico aborda como uma instituição financeira de grande porte brasileira conduziu a implementação de projetos de transferência de servidores locais para a computação em nuvem, que, de acordo com literatura especializada no assunto, traz benefícios à sustentabilidade através da redução das emissões de CO₂. Utilizando como abordagem pesquisa bibliográfica, pesquisa qualitativa documental e entrevistas, este relato conclui que a empresa não repercutiu, interna e externamente, perspectivas de ganhos em sustentabilidade com o projeto executado.

Palavras-chave: Gerenciamento de Projetos, Sustentabilidade, Computação em Nuvem

Abstract

Organizations are increasingly interested in including sustainability in their business. Project management can help make this interest tangible by applying sustainability to specific projects. This technical report addresses how a large Brazilian financial institution led the implementation of projects to transfer local servers to cloud computing, which, according to the specialized literature on the subject, brings benefits to sustainability through the reduction of CO₂ emissions. . Using bibliographic research, qualitative documentary research and interviews as an approach, this report concludes that the company did not reflect, internally and externally, prospects of gains in sustainability with the executed project.

Keywords: Project Management, Sustainability, Cloud computing

UMA REVISÃO DA LITERATURA ATUALIZADA SOBRE OS NOVE PILARES DA INDÚSTRIA 4.0

AN UPDATED LITERATURE REVIEW ON THE NINE PILLARS OF INDUSTRY 4.0

EDUARDO DE SIQUEIRA CORREA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
WALTER CARDOSO SÁTYRO - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

Os autores agradecem à Capes (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior), pela bolsa concedida.

Objetivo do estudo

O objetivo deste artigo é revisar os achados de pesquisa mais recentes sobre os pilares da Indústria 4.0 para compreender o estado atual de pesquisa e sua aplicabilidade através dos artigos publicados no período entre 2015 e 2022.

Relevância/originalidade

O relatório escrito por Rüßmann et al (2015) descrevia as nove tendências tecnológicas que formavam os pilares de construção da Indústria 4.0, e a revisão da literatura é uma forma importante de identificar e descrever os avanços realizados no período.

Metodologia/abordagem

Através de uma revisão da literatura com abordagem em cinco passos para a seleção dos artigos, composta por: definição dos bancos de dados; definição das palavras-chave; período de publicação dos artigos; critérios de exclusão; revisão dos artigos selecionados.

Principais resultados

Foi realizada uma revisão dos artigos mais recentes publicados entre abril de 2015 e julho de 2022 sobre os pilares da Indústria 4.0, destacando-se o tipo de pesquisa e a contribuição dos estudos para oportunidades de pesquisas futuras.

Contribuições teóricas/metodológicas

A aplicação da revisão da literatura é uma contribuição importante para avaliar avanços tecnológicos durante o período proposto. A natureza deste artigo é conceitual, e alguns achados podem contribuir em pesquisas futuras neste setor assim como no domínio da Indústria 4.0.

Contribuições sociais/para a gestão

-

Palavras-chave: Pilares, Tecnologias Habilitadoras, Indústria 4.0, Revisão da Literatura, Conceitos

Study purpose

The purpose of this article is to review the latest research findings on the pillars of Industry 4.0 to figure out the current state of research and its applicability through the articles published in the period between 2015 and 2022.

Relevance / originality

The report written by Rüßmann et al (2015) described the nine technological trends that was the building pillars of Industry 4.0, and the literature review is an important way to identify and describe the advances achieved during the period.

Methodology / approach

Through a literature review with five-steps approach for article selection containing: database definition; keywords definition; articles publication period; exclusion criteria; revision of selected articles.

Main results

A review of the most recent articles published between April 2015 and July 2022 on the pillars of Industry 4.0 was carried out, highlighting the type of research and the contribution of studies for future research opportunities.

Theoretical / methodological contributions

The application of literature review is an important contribution to assess the technological advances during the period. The nature of this article is conceptual, and some findings can contribute to future research in this sector as well as in Industry 4.0 domain.

Social / management contributions

-

Keywords: Pillars, Enabling Technologies, Industry 4.0, Literature Review, Concepts

UMA REVISÃO DE ESCOPO SOBRE O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR NO COMÉRCIO ELETRÔNICO DURANTE A PANDEMIA DO COVID-19

A SCOPE REVIEW OF CONSUMER BEHAVIOR IN E-COMMERCE DURING THE COVID-19 PANDEMIC

MONIQUE MOTHE VESCOVI - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
BENNY KRAMER COSTA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

"O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES)

Resumo

O impacto da pandemia do COVID-19 e o fechamento do comércio tradicional, causaram mudanças significativas no comportamento do consumidor no âmbito digital. Com uma revisão de escopo da literatura recente, este estudo objetiva analisar e entender como foi o comportamento do consumidor no comércio eletrônico, na pandemia, durante o período do distanciamento social e do fechamento do comércio não essencial no mundo. Observamos as mudanças no comportamento do consumidor e nos hábitos de compra, os consumidores passaram a comprar mais produtos com características utilitárias, houve um grande aumento no número de compras online e uma mudança na faixa etária dos novos clientes do comércio eletrônico, o número de clientes mais velhos aumentou em detrimento dos clientes mais jovens. Identificamos também o aumento do nível de aceitação do uso de tecnologia, como nos processos de entregas automatizadas e no uso de inteligência artificial e realidade virtual nos processos de compras online.

Palavras-chave: Comportamento do Consumidor, Comércio eletrônico, Pandemia do COVID-19, Revisão de Escopo

Abstract

The impact of the COVID-19 pandemic and the closure of traditional commerce have caused significant changes in consumer behavior in the digital realm. With a scoping review of recent literature, this study aims to analyze and understand how was consumer behavior in e-commerce during the pandemic, during the period of social distancing and the closure of non-essential businesses around the world. We observed changes in consumer behavior and shopping habits, consumers began to buy more products with utilitarian characteristics, there was a large increase in the number of online purchases and a change in the age group of new e-commerce customers, the number of older customers has increased at the expense of younger ones. We also identified an increase in the level of acceptance of the use of technology, such as in automated delivery processes and in the use of artificial intelligence and virtual reality in online shopping.

Keywords: Consumer behavior, E-commerce, COVID-19 pandemic, Scope Review

USO DA CIÊNCIA DE DADOS NO COMBATE À “SÍNDROME DO BALDE FURADO” NAS ORGANIZAÇÕES

USE OF DATA SCIENCE TO FIGHT “LEAKY BUCKET SYNDROME” IN ORGANIZATIONS

WELLINGTON SOUSA AGUIAR - CENTRO UNIVERSITÁRIO ESTÁCIO DO CEARÁ
JOSÉ MÁRIO BEZERRIL FONTENELLE -
JOSÉ EGNALDO DA SILVA CARVALHO -
JOSÉ VALCLEMIR RODRIGUES DA SILVA -

Objetivo do estudo

O objetivo principal do estudo é propor um modelo padronizado para gerar conhecimentos estratégicos usando Ciência de Dados e Inteligência Artificial (IA) no combate e redução dos

impactos da “Síndrome do balde furado”, que afligem as organizações minando as suas estratégias.

Relevância/originalidade

As empresas buscam atrair e fidelizar os melhores clientes do mercado. Para tratar esses grandes desafios as organizações desenvolvem ações comerciais e de marketing, mas ainda não utilizam todas as possibilidades e ferramentas da Ciência de dados e IA disponíveis.

Metodologia/abordagem

O estudo proposto utiliza a metodologia qualitativa e exploratória através da descrição do modelo proposto Foi utilizada ainda a pesquisa bibliográfica em artigos, teses e dissertações para dar sustentação ao estudo O modelo proposto é o resultado de vários anos de pesquisas.

Principais resultados

O estudo aplicado em grandes organizações, que possuem bases de dados de qualidade, já nos mostrou que pode apoiar as estratégias organizacionais com a geração de conhecimentos estratégicos até então não observados ou desconhecidos.

Contribuições teóricas/metodológicas

O Inteligência Artificial e a Estatística permitem o desenvolvimento de modelos de dados capazes de fazer emergir conhecimentos até então não percebidos pelas organizações, capazes de apoiar na tomada de decisão e no desenho de estratégias vencedores.

Contribuições sociais/para a gestão

O estudo apresenta um modelo para apoiar na tomada de decisão e na formulação de estratégias para a conquista e retenção de clientes nas organizações de todos os tamanhos e mercados.

Palavras-chave: Churn, Balde furado, Inteligência artificial, Cluster, Predição

Study purpose

The main objective of the study is to propose a standardized model to generate strategic knowledge using Data Science and Artificial Intelligence (AI) to combat and reduce the impacts of the "Leaky Bucket Syndrome", which afflict organizations by undermining their strategies.

Relevance / originality

Companies seek to attract and retain the best customers in the market To address these great challenges, organizations develop commercial and marketing actions, but still do not use all the possibilities and tools of Data Science and AI.

Methodology / approach

The proposed study uses a qualitative and exploratory methodology through the description of the proposed model Bibliographic research was also used in articles, theses and dissertations to support the study The proposed model is the result of several years of research.

Main results

The study applied in large organizations, which have quality databases, has already shown us that it can support organizational strategies with the generation of strategic knowledge hitherto unobserved or unknown.

Theoretical / methodological contributions

Artificial Intelligence and Statistics allow the development of data models capable of bringing out knowledge hitherto not perceived by organizations, capable of supporting decision-making and the design of winning strategies.

Social / management contributions

The study presents a model to support decision-making and the formulation of strategies for winning and retaining customers in organizations of all sizes and markets.

Keywords: Churn, Leaky bucket, Artificial intelligence, Cluster, Prediction

USO DE APLICATIVO MÓVEL COMO ESTRATÉGIA COMPETITIVA PARA UMA EMPRESA DE MÉDIO PORTE À LUZ DA TEORIA DAS CAPACIDADES DINÂMICAS.

USE OF MOBILE APPLICATION AS A COMPETITIVE STRATEGY FOR A MEDIUM-SIZED COMPANY IN THE LIGHT OF THE THEORY OF DYNAMIC CAPABILITIES.

SARA CRISTINA ALVES DOS SANTOS - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO
JOSÉ EDSON LARA - FUNDAÇÃO PEDRO LEOPOLDO (FPL)
EMERSON ANTONIO MACCARI - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

Agradecimentos à Universidade Nove de Julho.

Objetivo do estudo

O objetivo do referido estudo é descrever a implantação de um aplicativo móvel para venda online de produtos de um comércio varejista do ramo alimentício no período da pandemia de COVID-19 e sua influência na competitividade deste comércio.

Relevância/originalidade

Esse relato técnico mostra-se relevante para PMEs que têm objetivo de ampliar sua atuação no mercado, de forma competitiva, com economia e agilidade.

Metodologia/abordagem

O método utilizado envolveu análise documental e entrevistas com profissionais responsáveis pela implantação do aplicativo móvel na empresa.

Principais resultados

Os resultados obtidos pautam-se em aumento de vendas, ganho de mercado e alto índice de visibilidade da empresa na região dado o pioneirismo da implantação do aplicativo móvel personalizado, considerando também o sistema CRM multiplataforma, implantados com economia e agilidade.

Contribuições teóricas/metodológicas

Contribuir para um corpo de conhecimento conceitual e teórico baseado nos significados que as experiências de vida têm para os entrevistados.

Contribuições sociais/para a gestão

Contribuição por meio do relato de experiência na implantação de aplicativo móvel como estratégia competitiva para uma empresa de médio porte, do ramo varejista, à luz da teoria das capacidades dinâmicas, com abordagem sobre o processo de implantação, dificuldades e resultados positivos.

Palavras-chave: Aplicativos móveis, PMEs, Estratégia competitiva, Capacidades dinâmicas

Study purpose

The objective of the study is to describe the implementation of a mobile application for the online sale of products from a commercial commerce in the field during the COVID-19 pandemic and its influence on the competition of this commerce.

Relevance / originality

This technical report proves to be relevant for SMEs that aim to expand their operations in the market, competitively, with economy and agility.

Methodology / approach

The method used involved document analysis and interviews with professionals responsible for implementing the mobile application in the company.

Main results

The results obtained are based on increased sales, market gain and a high level of visibility for the company in the region, given the pioneering spirit of the implementation of the personalized mobile application, also considering the multiplatform CRM system, implemented with

Theoretical / methodological contributions

Contribute to a body of conceptual and theoretical knowledge based on the meanings that life experiences have for respondents.

Social / management contributions

Contribution through the report of experience in the implementation of a mobile application as a competitive strategy for a medium-sized company, in the light of the theory of dynamic capabilities, with an approach to the implementation process, difficulties and positive results.

Keywords: mobile apps, Small and medium-sized enterprises, competitive strategy, dynamic capabilities

UTILIZAÇÃO DA METODOLOGIA DMAIC PARA MELHORIA DA GESTÃO DE INSUMOS: ESTUDO DE CASO EM UMA INDÚSTRIA ALIMENTÍCIA

USE OF THE DMAIC METHODOLOGY TO IMPROVE INPUT MANAGEMENT: A CASE STUDY IN A FOOD INDUSTRY

DIANA GRAVANO DA SILVA - UNILASALLE
CAIO CARDOSO DE SOUZA - UNILASALLE
MARCELO ARESE - UFF - UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
YANKO RICHA LESSA - UNILASALLE

Objetivo do estudo

O estudo conta com um método capaz de analisar cada etapa do processo e focar na otimização de tempo e recursos, avaliando quais os benefícios podem trazer para empresa e para as áreas envolvidas no processo produtivo.

Relevância/originalidade

É capaz de trazer soluções que auxiliem os envolvidos no sistema, tornando o processo mais fluido e descomplicado, desde sua elaboração até sua emissão.

Metodologia/abordagem

Para o desenvolvimento do estudo foi utilizada a metodologia DMAIC, com duração de seis meses, sendo cinco para implementação de ações chaves definidas para melhoria do processo e um para analisar os resultados obtidos.

Principais resultados

Foi feita uma análise do desenvolvimento do indicador e concluiu-se que o descarte, que foi o foco do trabalho, obteve uma redução de 6,15%, o maior ganho absoluto de Rendimento dentre as 3 macros causas, evidenciando a efetividade do método aplicado.

Contribuições teóricas/metodológicas

Analisar o processo de fabricação de biscoitos e fazer uma proposta de melhoria utilizando as ferramentas do método DMAIC, em conjunto com a filosofia do método Lean Manufacturing visando a diminuição de desperdícios e aumento do indicador de rendimento.

Contribuições sociais/para a gestão

Implementação de melhorias, como a mudança do layout da área de produção e apoio à gestão para práticas que aumentassem a eficiência e colocassem os indicadores em linha com os números praticados por outras fábricas do grupo e mercado como um todo.

Palavras-chave: DMAIC, MELHORIA, GESTÃO DE INSUMOS, SETOR INDUSTRIAL

Study purpose

The study has a method capable of analyzing each step of the process and focusing on the optimization of time and resources, evaluating what benefits it can bring to the company and to the areas involved in the production process.

Relevance / originality

It is capable of bringing solutions that help those involved in the system, making the process more fluid and uncomplicated, from its elaboration to its issuance.

Methodology / approach

For the development of the study, the DMAIC methodology was used, lasting six months, five of which were for the implementation of key actions defined to improve the process and one to analyze the results obtained.

Main results

An analysis of the development of the indicator was carried out and it was concluded that the disposal, which was the focus of the work, had a reduction of 6.15%, the highest absolute gain in Yield among the 3 macro causes.

Theoretical / methodological contributions

Analyze the cookie manufacturing process and make a proposal for improvement using the tools of the DMAIC method, together with the philosophy of the Lean Manufacturing method, aiming at reducing waste and increasing the yield indicator.

Social / management contributions

Implementation of improvements, such as changing the layout of the production area and management support for practices that increase efficiency and bring the indicators in line with the numbers practiced by other factories in the group and the market as a whole.

Keywords: DMAIC, IMPROVEMENT, INPUT MANAGEMENT, INDUSTRIAL SECTOR

VALIDAÇÃO DA ESCALA BIG FIVE PERSONALITY INVENTORY-15 (CBF-PI-15) PARA O BRASIL E USO PARA AVALIAÇÃO DA INFLUÊNCIA DO PROFISSIONAL NO SUCESSO DOS PROJETOS

VALIDATION OF THE BIG FIVE PERSONALITY INVENTORY-15 (CBF-PI-15) SCALE FOR THE PORTUGUESE LANGUAGE AND USE TO ASSESS THE PROJECT PROFESSIONALS

ALEXANDRE LABAT - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Objetivo do estudo

O Objetivo deste estudo é a validação da escala curta de 15 itens (CBF-PI-15), para o Brasil e confirmando para profissionais de projetos, seguindo a proposta de Zhang, Wang, He, Jie e Deng (2019).

Relevância/originalidade

A validação é importante, pois esta escala não é proprietária e possibilita a pesquisa científica, considera os profissionais de projetos e é uma medida parcimoniosa do modelo de personalidades Big Five, mantendo os cinco fatores da escala original.

Metodologia/abordagem

A validação da escala seguiu as boas práticas, com a tradução reversa e validação semântica, e com resultados adequados de consistência interna de confiabilidade dos dados.

Principais resultados

Os resultados da análise fatorial exploratória e da análise fatorial confirmatória, apresentaram α de Chronbach superiores a 0,7, indicando consistência interna de confiabilidade dos dados, além dos demais testes realizados, que foram satisfatórios.

Contribuições teóricas/metodológicas

A validação é importante, pois esta escala não é proprietária e possibilita a pesquisa científica, considera os profissionais de projetos e é uma medida parcimoniosa do modelo de personalidades Big Five, mantendo os cinco fatores da escala original.

Contribuições sociais/para a gestão

A validação da escala para profissionais de projetos indica a possibilidade de avaliar os profissionais de projetos nos diversos contextos que estão inseridos, e servir como instrumento para a avaliação do efeito do comportamento e sua influência no sucesso dos projetos.

Palavras-chave: modelo de personalidade Big Five, modelo dos Cinco Fatores, gestão de projetos, validação de escala, sucesso em projetos

Study purpose

The objective of this study is the validation of the short scale of 15 items (CBF-PI-15), for Brazil and confirming it for project professionals, following the proposal of Zhang, Wang, He, Jie and Deng (2019).

Relevance / originality

Validation is important as this scale is non-proprietary and enables scientific research, considers project professionals and is a parsimonious measure of the Big Five personality model, maintaining the five factors of the original scale.

Methodology / approach

The scale validation followed good practices, with reverse translation and semantic validation, and with adequate results of internal consistency of data reliability.

Main results

The results of exploratory factor analysis and confirmatory factor analysis showed Chronbach's α greater than 0.7, indicating internal consistency of data reliability, in addition to the other tests performed, which were satisfactory.

Theoretical / methodological contributions

Validation is important as this scale is non-proprietary and enables scientific research, considers project professionals and is a parsimonious measure of the Big Five personality model, maintaining the five factors of the original scale.

Social / management contributions

The validation of the scale for project professionals indicates the possibility of evaluating project professionals in the different contexts they are inserted, and serving as an instrument for evaluating the effect of behavior and its influence on the success of projects.

Keywords: Big Five personality model, Five Factor model, project management, scale validation, success in projects

VALUE CO-CREATION AND CO-DESTRUCTION IN THE SERVICE-DOMINANT LOGIC: A BIBLIOMETRIC PERSPECTIVE

*VALUE CO-CREATION AND CO-DESTRUCTION IN THE SERVICE-DOMINANT LOGIC:
A BIBLIOMETRIC PERSPECTIVE*

DARCI DE BORBA SANTOS JÚNIOR - UNISINOS - UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS

Objetivo do estudo

Levantamos a seguinte questão: como se destrói valor nos processos de Transformação Digital e como as organizações lidam com isso?

Relevância/originalidade

A cocriação de valor (VCC) é um conceito no coração da Lógica Dominante de Serviço (SDL). Os pesquisadores afirmam que, assim como o valor é criado, a mesma lógica pode ser usada para explicar a co-destruição de valor (VCD).

Metodologia/abordagem

Realizamos uma pesquisa bibliométrica que inclui 957 artigos envolvendo VCC, VCD e SDL.

Principais resultados

Encontramos evidências da necessidade de atualização das premissas do SDL

Contribuições teóricas/metodológicas

Identificamos também tópicos de tendência envolvendo Transformação Digital e VCD, artigos que propõem novas abordagens e várias sugestões para pesquisas futuras.

Contribuições sociais/para a gestão

A transformação digital requer atenção e planejamento, nossos achados podem ajudar os gestores a refletir sobre os riscos e cuidados.

Palavras-chave: Cocriação de Valor, Codestruição de Valor, Lógica Dominante de Serviço, Bibliometria, Transformação Digital

Study purpose

We raise the following question: how value is destructed in Digital Transformation processes and how organizations deal with it To help future researchers in the search for answers to this question, we conducted bibliometric research that includes 957 articles involving VCC,

Relevance / originality

Value co-creation (VCC) is a concept at the heart of the Service-Dominant Logic (SDL). Researchers claim that just as value is created, the same logic can be used to explain value co-destruction (VCD)

Methodology / approach

We conducted bibliometric research that includes 957 articles involving VCC, VCD and SDL.

Main results

We found evidence of the need to update the premises of the SDL

Theoretical / methodological contributions

We also identified trend topics involving Digital Transformation and VCD, articles that propose new approaches and several suggestions for future research

Social / management contributions

Digital transformation requires attention and planning, our findings can help managers to reflect on risks and care.

Keywords: Value Co-creation, Value Co-destruction, Service-Dominant Logic, Bibliometrics, Digital Transformation

VARIÁVEIS DO MIX DE MARKETING: ANÁLISE DA MARCA MONSTER ENERGY DRINK

MARKETING MIX VARIABLES: ANALYSIS OF THE MONSTER ENERGY DRINK BRAND

ANA LUÍSA DIAS SILVA - UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PARANÁ - UNESPAR - CAMPUS APUCARANA
ARTHUR PANELLI BATISTA - UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PARANÁ - UNESPAR - CAMPUS APUCARANA

Resumo

Objetivo do estudo é entender o que o público-alvo diz a respeito da marca Monster Energy e seus produtos, e a forma que a empresa atua em relação aos consumidores de acordo com um conjunto de variáveis definidas pelo mix de marketing. O entendimento da adoção do conjunto de variáveis do mix de marketing, teve como base a realização de um estudo exploratório de abordagem qualitativa. A coleta dos dados foi realizada em fontes secundárias, sendo o site da empresa e as redes sociais. As variáveis também foram adotadas para análise e apresentação dos resultados. A Monster, sempre se posiciona apoiando bandas e atletas, promovendo eventos e turnês, como uma forma de entrar no mercado. É também uma marca que gera proximidade com seu público-alvo, através do seu estilo despojado, demonstrado na embalagem. Essas ações representam forte atuação administrativa da marca com foco estratégico e de posicionamento da marca Monster.

Palavras-chave: Consumidores, Estratégia, Foco, Marketing, Posicionamento

Abstract

The objective of the study is to understand what the target audience says about the Monster Energy brand and its products, and the way the company acts in relation to consumers according to a set of variables defined by the marketing mix. Understanding the adoption of the set of marketing mix variables was based on an exploratory study with a qualitative approach. Data collection was carried out in secondary sources, being the company's website and social networks. The variables were also adopted for analysis and presentation of results. Monster is always positioning itself supporting bands and athletes, promoting events and tours, as a way to enter the market. It is also a brand that generates proximity to its target audience, through its laid-back style, shown on the packaging. These actions represent a strong administrative performance of the brand with a strategic focus and positioning of the Monster brand.

Keywords: Consumers, Strategy, Focus, Marketing, Positioning

VI ESSA NOTÍCIA E PENSEI EM VOCÊ: O EFEITO DA RELEVÂNCIA E DA NECESSIDADE DE APROVAÇÃO SOCIAL NA DISSEMINAÇÃO DE FAKE NEWS

I SAW THIS NEWS AND THOUGHT OF YOU: THE EFFECT OF RELEVANCE AND THE NEED FOR SOCIAL APPROVAL ON THE SPREAD OF FAKE NEWS

EDUARDO MESQUITA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

PEDRO SCRIVANO - USP - UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

EVANDRO LUIZ LOPES - ESCOLA SUPERIOR DE PROPAGANDA E MARKETING - ESPM

JÚLIO ARAUJO CARNEIRO CUNHA - UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Agradecimento à órgão de fomento:

Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES

Objetivo do estudo

Analisar, no contexto de uma notícia compartilhada por uma fonte crível, o efeito do envolvimento com a notícia, envolvimento do terceiro com a notícia, necessidade de aprovação social e a credibilidade da notícia na intenção de disseminar fake news.

Relevância/originalidade

Até o momento, não há indícios de estudos que apontem efeitos da relevância para o terceiro e da Necessidade de aprovação social na disseminação de fake news.

Metodologia/abordagem

Para isso, foi realizado um survey estimulado (n=179), cujos dados foram analisados por meio de Modelagem de Equações Estruturais (MEE).

Principais resultados

Os resultados indicaram que em contexto de uma fonte crível, a percepção de relevância da notícia para o terceiro e a necessidade de aprovação social afetam a intenção de disseminar fake news.

Contribuições teóricas/metodológicas

Uma possível ação por parte de gestores públicos e de marcas seria comunicar essas possíveis “armadilhas” que os indivíduos com alta necessidade de aprovação social caem.

Contribuições sociais/para a gestão

Uma possível ação por parte de gestores públicos e de marcas seria comunicar essas possíveis “armadilhas” que os indivíduos com alta necessidade de aprovação social caem.

Palavras-chave: credibilidade da fonte, credibilidade da notícia, intenção de disseminar fake news, necessidade e aprovação social, relevância do terceiro

Study purpose

Analyzing, in the context of news shared by a credible source, the effect of involvement with the news, involvement of the third party with the news, need for social approval and the credibility of the news in the intention of disseminating fake

Relevance / originality

So far, there is no evidence of studies that point out the effects of relevance to the third party and the need for social approval in the dissemination of fake news

Methodology / approach

For this purpose, a stimulated survey was carried out (n=179), whose data were analyzed using Structural Equation Modeling (SEM).

Main results

The results indicated that in the context of a credible source, the perception of relevance of the news to the third party and the need for social approval affect the intention to to disseminate fake news.

Theoretical / methodological contributions

A potential action on the part of public managers and brands would be to communicate these possible “traps” that individuals with a high need for social approval fall into.

Social / management contributions

A potential action on the part of public managers and brands would be to communicate these possible “traps” that individuals with a high need for social approval fall into.

Keywords: source credibility, news credibility, intention to share fake news, need for social approval, relevance of the third party

VISÃO BASEADA NA ATENÇÃO: MAPEANDO TENDÊNCIAS, FONTES E EVOLUÇÃO

ATTENTION-BASED VIEW: MAPPING THE TRENDS, SOURCES AND EVOLUTION

RICARDO BUENO - UNIFESP
HELOISA CANDIA HOLLNAGEL - UNIFESP

Objetivo do estudo

Este artigo retrata uma revisão de pesquisa acadêmica com foco no campo da Visão Baseada na Atenção

Relevância/originalidade

Este artigo identifica os desenvolvimentos e a evolução deste subcampo da gestão estratégica; ele documenta os principais periódicos, artigos e autores mais proeminentes em conceitos de campo e estrutura intelectual.

Metodologia/abordagem

RSL usando técnicas de correspondência e cocitação de 165 artigos relevantes, publicados entre 2004 e 2021, em periódicos listados na base de dados Web of Science, considerando bases de conhecimento, tendências e possíveis caminhos para o campo da Attention-based View (ABV).

Principais resultados

Os resultados demonstram que a pesquisa da Visão Baseada na Atenção (ABV) possui três períodos e maturidades distintas. O periódico de maior cobertura de conteúdo, com base no número de artigos relevantes publicados em relação ao tema, é o Strategic Management Journal.

Contribuições teóricas/metodológicas

O estudo contribui para enfatizar a importância da SLR para o avanço do conhecimento sobre a Visão Baseada na Atenção ao abrir novas possibilidades de descoberta de temas não atendidos nesta área de pesquisa.

Contribuições sociais/para a gestão

Este estudo é benéfico para os pesquisadores em vários aspectos identificando as principais áreas de pesquisa sobre um tema e os principais autores e artigos em cada linha de pesquisa fornecer informações qualificadas para planejar suas pesquisas em lacunas.

Palavras-chave: Visão baseada na atenção, Análise bibliométrica, Revisão de Literatura, Análise de Cocitação, Estratégia Comportamental

Study purpose

This article portrays a review of academic research focusing on the field of Attention Based View.

Relevance / originality

This article identifies developments and evolution of this subfield of strategic management; it documents leading journals, articles and more prominent authors in field concepts and intellectual structure.

Methodology / approach

SLR using matching and co-citation techniques of 165 relevant articles, published between 2004 and 2021, in journals listed in the Web of Science database, considering knowledge bases, trends, and possible paths for the field of Attention-based View (ABV).

Main results

The results demonstrate that Attention-based View (ABV) research has three distinct periods and maturity. The top journal in terms of content coverage, based on the number of relevant articles published in relation to the theme is Strategic Management Journal.

Theoretical / methodological contributions

The study contributes to emphasize the importance of SLR to knowledge advancement concerning Attention Based View by opening new possibilities to discover unmet topics in this research area.

Social / management contributions

This study is beneficial to researchers in many ways Junior researchers often have difficulties identifying the main areas of research on a topic and the leading authors and articles in each research line providing qualified information for planning their research in gaps.

Keywords: Attention-based view, Bibliometric analysis, Co-citation analysis, Literature review, Behavioral strategy