



SimPEAd

Simpósio de Pesquisa e Ensino em Administração

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO – PUC-SP
Programa de Estudos Pós-Graduados em Administração

Anais do IV SimPEAd - Simpósio de Pesquisa e Ensino em Administração

São Paulo – SP
2018

Anais do IX SimPEAd, 2018.



SimPEAd

Simpósio de Pesquisa e Ensino em Administração

Coordenador do Programa de Estudos Pós-graduados em Administração

Prof. Dr. Alexandre Luzzi Las Casas

Comitê Científico

Profa. Dra. Cristina Helena Pinto de Mello

Prof. Me. João Gonçalves Monteiro Junior

Profa. Dra. Luciane Tudda

Profa. Dra. Maria Cristina Sanches Amorim

Prof. Dr. Paulo Romaro

Coordenação Geral

Prof. Dr. Belmiro Nascimento João

Prof. Dr. Francisco Antonio Serralvo

Coordenadores de Áreas

Prof. Dr. Eduardo Fernandes Pestana Moreira

Profa. Dra. Evange Elias Assis

Prof. Dr. Leonardo Nelmi Trevisan

Prof. Dr. Luciano Antonio Prates Junqueira

Prof. Dr. Márcio Shoiti Kuniyoshi

Prof. Dr. Pedro Lucas de Resende Melo

Comitê Organizador

Prof. Me. Aimãñ Ibrahim Mourad

Prof. Me. André Nardy

Prof. Me. Rodrigo Guimarães Motta



SUMÁRIO

Estudo de Caso com as Motivações, o Método de Implementação e o Impacto do Programa de Gestão da Qualidade Total em Vendas em uma Indústria Brasileira de Bens de Consumo não Duráveis	04
Rodrigo Guimarães Motta, Leandro Lacerda e Neusa Maria Bastos Fernandes dos Santos	
A Eficácia das Redes Sociais e das Ferramentas de Marketing no Recrutamento de Integrantes para Organizações Sem Fins Lucrativos.....	05
Rodrigo Guimarães Motta, Luciano Antonio Prates Junqueira e Francisco José Turra	
Práticas de Transferência de Conhecimento em Gerenciamento de Projetos.....	06
Nelson Jose Rosamilha e Neusa Maria Bastos Fernandes dos Santos	
Análise Sobre a Constituição das ONGs Brasileiras a partir dos Conceitos de Capital Social e Redes Sociais.....	07
Rodrigo Guimarães Motta, Francisco José Turra e Stella Marina Yuri Hiroki	
Trabalho Final de Cultura Organizacional.....	08
Tiago Luis Silva Santos	
Coaching no Processo de Desenvolvimento de Competências.....	09
Tiago Luis Silva Santos	
Salve-se Quem Puder: (Im)Possibilidades da Autogestão de Carreira no Futuro do Trabalho.....	10
Iraide Ancelmo Bonfim Pita e Arnaldo José França Mazzei Nogueira	
Brand Portfolio Strategy and Brand Architecture: A Comparative Study.....	11
Wilton de Souza Montanari e Elisio Carolino Sousa Santos Junior	
Um Estudo de Eventos em Empresa de Ensino no Mercado de Capitais.....	12
Liliane Gomes, Maurício de Souza, José Odálio dos Santos e Cristiane Lana	
Análise do Impacto de Fatos Relevantes no Retorno das Ações de Empresa de Educação Superior.....	13
Daniele Santos Damascena Pedro, Sandra Egydio Pereira da Silva, José Odálio dos Santos e Alexandre Franco de Godoi	
A Indústria do Tabaco e o Fitness Business - UM Caminho Possível?.....	14
Christian Gomes e Souza Munaier	



SimPEAd

Simpósio de Pesquisa e Ensino em Administração

Da Valorização da Gerência à Busca por Estabilidade e Qualidade de Vida: Um Estudo Comparativo sobre a Evolução das Âncoras de Carreira entre Jovens Universitários..... 15

Simeia de Azevedo Santos, Mariana Peixoto Ferreira, Elza Fátima Rosa Veloso, Dione Fagundes Nunes Gomes e Leonardo Nelmi Trevisan

Lawtech e Legaltech: Perspectiva na Gestão de Negócios..... 16

Simeia de Azevedo Santos, Júlio Rosa Dias, Felipe Adolfo Capello e Marcelo Canizares Schettini Seabra

Estudo de Caso com as Motivações, o Método de Implementação e o Impacto do Programa de Gestão da Qualidade Total em Vendas em uma Indústria Brasileira de Bens de Consumo não Duráveis

Rodrigo Guimarães Motta¹

Leandro Lacerda²

Neusa Maria Bastos Fernandes dos Santos¹

Resumo: Este é um estudo de caso no qual os autores analisaram as motivações, o método de implementação e os impactos causados por um programa da gestão da qualidade total em vendas em uma indústria brasileira de bens de consumo não duráveis. Tratou-se de um programa de qualidade independente, não vinculado a um programa que abrangesse toda a empresa e com o objetivo de melhorar e padronizar o desempenho da equipe de vendas e merchandising. Os autores tiveram acesso aos resultados de vendas da empresa após a implementação do programa, assim como entrevistaram os participantes para avaliar sua percepção sobre o programa. Neste estudo de caso, o programa demonstrou que contribuiu para o desempenho da organização.

Palavras-chave: Bens de Consumo; Gestão da Qualidade Total; Vendas.

¹ Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC-SP

² Pontifícia Universidade Católica do Paraná – PUC-PR

A Eficácia das Redes Sociais e das Ferramentas de Marketing no Recrutamento de Integrantes para Organizações sem fins Lucrativos

Rodrigo Guimarães Motta¹
Luciano Antonio Prates Junqueira¹
Francisco José Turra¹

Resumo: Este artigo propõe discutir a eficácia do recrutamento de participantes para organizações da sociedade civil através das redes sociais e das ferramentas de marketing. Foi eleita uma área de atuação dessas organizações, o esporte, mais especificamente o judô. Para tornar possível a compreensão do assunto, foi feita uma pesquisa com cento e sessenta praticantes de judô que treinam em organizações da sociedade civil, como institutos, academias, ONGs e escolas. Observou-se que judocas são recrutados por redes sociais, o que tem se mostrado uma ação mais efetiva que as ações de marketing. Nas redes sociais, os laços fracos são mais eficazes que os laços fortes para recrutar participantes para as organizações. Ao estudar os laços fracos, foi constatado que o recrutamento é feito, sobretudo, através de conhecidos e que ocorre com mais frequência que o recrutamento levado a efeito através de outras organizações, os relés sociais.

Palavras-chave: Marketing; Organizações da Sociedade Civil; Recrutamento; Redes Sociais; Relés Sociais.

¹ Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC-SP.

A Eficácia das Redes Sociais e das Ferramentas de Marketing no Recrutamento de Integrantes para Organizações sem fins Lucrativos

Nelso Jose Rosamilha¹

Neusa Maria Bastos Fernandes dos Santos¹

Resumo: Este estudo cuja pesquisa é quantitativa, tem como objetivo: identificar quais são estas práticas de transferência de conhecimento, se elas são aplicáveis em gerenciamento de projetos e, se a adoção destas práticas de transferência de conhecimento é influenciada pelo tempo de experiência do profissional ou pela certificação profissional em gestão de projetos. Para isso foi realizado um levantamento teórico identificando as práticas de transferência de conhecimento e, posteriormente criado um questionário dividido em três partes: informações demográficas, experiência profissional e práticas que foi enviado a comunidade de gerenciamento de projetos para saber se estas práticas poderiam ser aplicadas na transferência de conhecimento em gerenciamento de projetos, obteve-se 365 respostas válidas de um total de 575. As respostas foram categorizadas em grupos: Comunicação, Técnica, Liderança, Ferramenta, Procedimento e Cultura, posteriormente foram realizadas análises de estatísticas descritivas apresentando os dados em gráficos e tabelas. Foram identificadas 22 práticas de transferência de conhecimento em gerenciamento de projetos de um total de 25; duas práticas foram classificadas como indecisão por parte dos membros não associados a entidade de gerenciamento de projetos e uma não foi considerada prática de transferência de conhecimento em gerenciamento de projetos. Também foi possível averiguar a correlação entre maior tempo de experiência em gerenciamento de projetos e utilização das práticas contidas nestes grupos e por fim, a influência dos grupos liderança e cultura sobre os grupos de comunicação, técnica, ferramenta e procedimento.

Palavras-chave: Transferência de Conhecimento; Gerenciamento de Projetos; Gestão do Conhecimento; Compartilhamento de Conhecimento; Disseminação do Conhecimento.

¹ Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC-SP.



Análise sobre a Constituição das ONGs Brasileiras a partir dos Conceitos de Capital Social e Redes Sociais

Rodrigo Guimarães Motta¹

Francisco José Turra¹

Stella Marina Yuri Hiroki¹

Resumo: Este trabalho investiga artigos escritos nos últimos dez anos (de 2006 a 2015) em uma revista espanhola, dedicada às redes sociais, sobre a constituição e a operação das ONGs brasileiras, notadamente sob perspectiva sociológica, inspirados em dois conceitos fundamentais: o capital social, segundo Bourdieu, Coleman e Putnam, e as redes sociais e seus laços fortes e laços fracos, conforme teoria elaborada por Granovetter. Foram recuperados os estudos que englobam a trajetória de ONGs em distintas regiões e contextos brasileiros (Amazônia, Recife e São Paulo), e encontrados pontos em comum e similitudes entre eles, tendo como base os conceitos mencionados.

Palavras-chave: Capital Social; ONGs; Redes Sociais.

¹ Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC-SP.

Trabalho Final de Cultura Organizacional

Tiago Luis Silva Santos¹

Resumo: O presente estudo tem como proposta buscar detectar e compreender, através das ações promovidas por uma instituição financeira, a cultura de sustentabilidade corporativa na visão e atitudes dos funcionários dentro da empresa. Para atingir este objetivo, a pesquisa foi conduzida com abordagem essencialmente qualitativa, por meio de coleta de dados em entrevistas semiestruturadas com os funcionários da instituição financeira e análise de documentos institucionais que abordam o tema pesquisado. Os entrevistados consideraram que existe um forte envolvimento dos funcionários com as práticas corporativas voltadas à sustentabilidade, afirmando que frequentemente são levados a pensar como poderiam ser ainda mais sustentáveis em suas atitudes. Apesar das dificuldades para adoção de ações práticas, a sustentabilidade é considerada e trabalhada pela instituição financeira como um pilar, sendo possível assim identificar um conjunto de valores, práticas e processos associáveis a uma cultura de sustentabilidade.

Palavras-chave: Cultura de Sustentabilidade; Sustentabilidade; Responsabilidade Social.

¹ Universidade Presbiteriana Mackenzie.

Coaching no Processo de Desenvolvimento de Competências

Tiago Luis Silva Santos¹

Resumo: O trabalho tem como objetivo investigar como o uso do Coaching dentro das organizações pode contribuir para o desenvolvimento de competências dos profissionais. Utilizou-se uma abordagem qualitativa de cunho exploratório, conduzido com seis gerentes que trabalham em duas instituições financeiras. A metodologia utilizada para a coleta de dados foi entrevista presencial semiestruturada, que continha 12 perguntas elaboradas a partir das referências teóricas sobre o tema de estudo. As entrevistas foram transcritas e serviram de base para análise e interpretação do conteúdo dos dados coletados. Os resultados mostram primeiramente, que dentro do processo de coaching, há uma relação de liderança entre o condutor e o conduzido. Entre as competências mais mencionadas, estão: comunicação, autoconhecimento, liderança, planejamento e organização. Ou seja, para os entrevistados os resultados alcançados foram excelentes, mas foram importantes principalmente para a empresa, pois os resultados são visíveis dentro da instituição.

Palavras-chave: Coach; Coachee; Coaching; Competências.

¹ Universidade Presbiteriana Mackenzie.

Salve-se Quem Puder: (Im) Possibilidades da Autogestão de Carreira no Futuro do Trabalho

Iraide Ancelmo Bonfim Pita¹
Arnaldo José França Mazzei Nogueira¹

Resumo: Do conceito de “gestão de carreira”, para o conceito de “autogestão de carreira”, a diferença está no sujeito. No contexto da gestão de carreira, há alguns anos atrás, as organizações eram responsáveis – ou no mínimo corresponsáveis – pela capacitação e desenvolvimento de seus colaboradores. Mas diante das mudanças ocorridas no cenário organizacional nos últimos anos, o colaborador passou a ser o responsável por entender as demandas organizacionais, analisando como elas influenciam sua carreira, do ponto de vista das competências organizacionais e individuais. Mas como conceber o conceito de autogestão de carreira em contextos burocráticos? Por outro lado, como não conceber a autogestão de carreira no contexto de incerteza, volatilidade, ambiguidade e complexidade presentes na era da pós-modernidade? Mas até que ponto as pessoas e as organizações estão preparadas e/ou dispostas a lidar com tais transformações? Diante destas perguntas, o objetivo deste artigo é analisar o conceito de autogestão de carreira e suas (im) possibilidades a partir de dois conceitos da Administração: o pós-modernismo e a burocracia.

Palavras-chave: Autogestão de Carreira; Pós-Modernismo; Burocracia; Motivação; Futuro do Trabalho.

¹ Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC-SP.

Brand Portfolio Strategy and Brand Architecture: A Comparative Study

Wilton de Souza Montanari¹
Elisio Carolino Sousa Santos Junior¹

Abstract: Marketing literature offers various definitions about what brand portfolio is. In this paper, brand portfolio strategy can be understood as how firms manage their brands and subbrands within a targeted market, considering the consumer's price and quality perceptions and the competition within the targeted market. Brand architecture posits the same challenge in terms of a plain definition about what it is – this paper proposes that the key concept behind brand architecture is customers' mental organization – it means how a brand, including its subbrands, is depicted across consumers' minds, showing them where each brand is located in the entire portfolio of brands, its unique characteristics and which brand will satisfy their current needs. Based on research within current literature about brand portfolio and brand architecture, this paper proposes that both constructs posits similarities and differences under four key elements: brand management strategy, number of brands, competition and brand positioning.

Keywords: brand portfolio, brand architecture, brand management, marketing strategy.

¹ Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC-SP.

Um Estudo de Eventos em Empresa de Ensino no Mercado de Capitais

Liliane Vicentina Gomes¹
Maurício Ferreira de Souza¹
José Odálio dos Santos ¹
Cristiane Lana Silva¹

Resumo: O mercado é eficiente se novas informações relevantes causarem variação no retorno das ações. As ações podem ser afetadas por eventos e isso pode causar oscilações. O trabalho analisa a reação do mercado à divulgação de informações sobre a maior instituição de educação listada na B3. Foi utilizado o estudo de eventos para confrontar o comportamento do retorno das ações no período de 30 de setembro 2015 a 30 de setembro de 2017. A pesquisa parte da teoria de mercado eficiente. As informações selecionadas foram distribuídas em grupos, sendo: A - Divulgação dos resultados trimestrais; B - Operações de compra e venda de participações; C - Mudanças relacionadas ao Financiamento Estudantil. Os resultados evidenciaram que a reação que caracterizou o fator mercado eficiente foi identificada no Grupo C, em parte corroborada pelo comportamento do preço da ação.

Palavras-chave: Eficiência de Mercado; Estudo de Eventos; Instituição de Ensino.

¹ Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC-SP.

Análise do Impacto de Fatos Relevantes no Retorno das Ações de Empresa de Educação Superior

Daniele Santos Damascena Pedro¹

Sandra Egydio Pereira da Silva¹

José Odílio dos Santos¹

Alexandre Franco de Godoi¹

Resumo: A pesquisa propõe analisar o impacto de fatos relevantes dos dois últimos anos nos preços das ações da Kroton Educacional S.A., empresa do setor de educação de ensino superior. As reações dos investidores diante das informações que normalmente alteram decisões gerenciais das instituições podem influenciar no retorno das ações. Por meio de uma pesquisa de natureza empírico-analítica, exploratória, de abordagem quantitativa, e sob a forma de estudo de caso, utiliza-se o estudo de eventos para avaliar se os preços e retornos das ações foram alterados após as seguintes divulgações: (i) resultado do ano de 2015 em meio à crise econômica; (ii) alteração das regras de concessão do Fundo de Financiamento ao Estudante do Ensino Superior (FIES); e (iii) compras e fusões das empresas deste setor e a publicação de uma revista criticando o programa de crédito estudantil FIES. A janela de evento utilizada foi de 4 dias antes (D-4) até 4 dias depois (D+4) ao redor da data do evento (D0), com uma janela de estimação de 40 dias (D-5 a D-44). Para o cálculo do beta utilizou-se o método dos mínimos quadrados e estimou-se a partir daí os retornos anormais e os retornos anormais acumulados. O retorno anormal foi calculado a partir do modelo de mercado. Obteve-se a ocorrência de p-value inferior a 5%, que comprova a forma de eficiência semiforte de mercado nos resultados, visto que os preços das ações foram impactados, porém logo após voltaram ao seu patamar normal, pois o mercado havia absorvido a informação.

Palavras-chave: Retornos Anormais; Análise de Estudo de eventos; Eficiência Informacional.

¹ Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC-SP.

A Indústria do Tabaco e o *Fitness Business* – Um Caminho Possível?

Christian Gomes e Souza Munaier¹

Resumo: Fumar ou correr 30 minutos? Comprar um pacote de cigarros ou se matricular em uma academia? Decisões como essas afetam diretamente a saúde do indivíduo e são o tema deste ensaio sob a perspectiva do comportamento do consumidor. A decisão de consumo é consequência de múltiplos fatores. As escolhas de compra de uma pessoa são influenciadas por quatro fatores psicológicos predominantes: motivação, percepção, aprendizagem e crenças, e atitudes. Os motivadores do ser humano seguem uma hierarquia segundo suas necessidades fisiológicas, de segurança, de afiliação, de autoestima e de auto-realização. Logo, a decisão de fazer parte das estatísticas do tabaco ou do sedentarismo pode nem sempre ser consciente, mas é fruto de um universo muito grande de estímulos ou desestímulos. Neste artigo, adoto como objetivos observar as estratégias da indústria do tabaco na conquista do consumidor e inferir sobre suas prováveis contribuições para as estratégias do mercado de fitness e bem-estar, sob o ponto de vista do comportamento do consumidor e um de seus principais pensadores – Kotler – bem como um de seus mais importantes influenciadores – Maslow. Para tanto, empreendo i) uma revisão sintética de alguns dos estudos de estratégias na conquista do consumidor de tabaco; ii) a observação dessas estratégias contextualizadas às orientações de Kotler e preditivos de Maslow; iii) as consequências para a população mundial, e em especial, do Brasil, acerca do tabagismo e das ações públicas de desestímulo ao seu consumo. Em seguida, expresso as seguintes inferências sobre algumas das suas possíveis contribuições para o mercado de atividade física e bem-estar: a) identificar com maior clareza o público-alvo do mercado de fitness e bem-estar no Brasil, seu comportamento e dados de consumo; b) propor uma correlação entre as estratégias na conquista do consumidor do tabaco e na conquista do praticante regular de atividade física em academias. Conquistas essas que, se alcançadas, podem ser decisivas para a saúde no Brasil.

Palavras-chave: Tabagismo; Sedentarismo; Obesidade; Comportamento do Consumidor; Bem-estar.

¹ Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC-SP.

Da Valorização da Gerência à Busca por Estabilidade e Qualidade de Vida: Um Estudo Comparativo sobre a Evolução das Âncoras de Carreira entre Jovens Universitários

Simeia de Azevedo Santos¹
Mariana Peixoto Ferreira¹
Elza Fátima Rosa Veloso²
Dione Fagundes Nunes Gomes¹
Leonardo Nelmi Trevisan¹

Resumo: Estudos sobre carreira possuem relevante suporte na teoria das âncoras de carreiras de Schein. Historicamente, a âncora estilo de vida vêm ganhando destaque e maior aderência entre os jovens estudantes respondentes. Porém, na edição de 2017 de uma pesquisa que vem sendo aplicada desde 2007 com alunos de administração de uma universidade privada da cidade de São Paulo, outros números se destacaram, além dessa âncora. Entre esses números, a âncora a de gerência geral, apresentou decréscimo e tem apresentado menos preferência entre os pesquisados, concomitante a um crescimento de perfis ancorados em segurança e estabilidade. Consoante a este contexto, neste artigo, foi realizada a comparação dos dados de pesquisa de âncoras de carreira em dois momentos, na pesquisa realizada em 2007 e outra realizada em 2017, com respondentes de mesmo perfil, mesmo intervalo de faixa etária e mesmo momento de graduação, em vias de conclusão de curso, gerando informações que, comparadas, trazem ao contexto alguns elementos para discussão das mudanças que estão acontecendo nas preferências profissionais e na gestão das organizações. Foi realizada também a comparação das âncoras com a pesquisa “Carreira dos Sonhos” nos mesmos períodos. Tal comparação mostra, entre outros resultados, a importância da integração das prioridades pessoais e profissionais atribuída pelos jovens quando questionados sobre sua carreira.

Palavras-chave: Âncoras de Carreira; Movimento das Âncoras; Preferências Profissionais.

¹ Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC-SP.

² Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas – FMU.

Lawtech e Legaltech: Perspectiva na Gestão de Negócios

Simeia de Azevedo Santos¹

Júlio Rosa Dias¹

Felipe Adolfo Capello¹

Marcelo Canizares Schettini Seabra¹

Resumo: Estudos sobre carreira possuem relevante suporte na teoria das âncoras de carreiras de Schein. Historicamente, a âncora estilo de vida vêm ganhando destaque e maior aderência entre os jovens estudantes respondentes. Porém, na edição de 2017 de uma pesquisa que vem sendo aplicada desde 2007 com alunos de administração de uma universidade privada da cidade de São Paulo, outros números se destacaram, além dessa âncora. Entre esses números, a âncora a de gerência geral, apresentou decréscimo e tem apresentado menos preferência entre os pesquisados, concomitante a um crescimento de perfis ancorados em segurança e estabilidade. Consoante a este contexto, neste artigo, foi realizada a comparação dos dados de pesquisa de âncoras de carreira em dois momentos, na pesquisa realizada em 2007 e outra realizada em 2017, com respondentes de mesmo perfil, mesmo intervalo de faixa etária e mesmo momento de graduação, em vias de conclusão de curso, gerando informações que, comparadas, trazem ao contexto alguns elementos para discussão das mudanças que estão acontecendo nas preferências profissionais e na gestão das organizações. Foi realizada também a comparação das âncoras com a pesquisa “Carreira dos Sonhos” nos mesmos períodos. Tal comparação mostra, entre outros resultados, a importância da integração das prioridades pessoais e profissionais atribuída pelos jovens quando questionados sobre sua carreira.

Palavras-chave: Âncoras de Carreira; Movimento das Âncoras; Preferências Profissionais.

¹ Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC-SP.

² Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas – FMU.