

MESTRADO ACADÊMICO EM ADMINISTRAÇÃO

Dissertações – 2023



Trabalho de Conclusão

Título: A CONTRIBUIÇÃO DO LEAN CONSTRUCTION À PREDISPOSIÇÃO PARA INOVAÇÃO FRUGAL

Autor: ARIANE RODRIGUES DE SOUZA

Abreviatura: SOUZA, A. R.

Tipo do Trabalho: DISSERTAÇÃO

Data da Defesa: 31/07/2023

Resumo: O Lean Construction é uma filosofia aprimorada da indústria da manufatura para a gestão da construção, que visa o aumento da eficiência e a qualidade dos projetos, tornando os processos mais simples e econômicos, ao eliminar desperdícios e maximizar o valor para o cliente. O Last Planner System (LPS®) é uma metodologia de planejamento e controle de produção que se baseia no Lean Construction. Ele se concentra na previsibilidade do trabalho a ser realizado em horizontes de cronograma a curto, médio e longo prazos. Já a inovação frugal (IF), uma abordagem que visa propostas e soluções que agreguem valor com recursos limitados, concentra-se nas finalidades “funcionais e focadas no essencial”, com níveis de desempenho otimizados, cumprindo ou até ultrapassando os padrões de qualidade prescritos. Diante disso, o objetivo geral desta pesquisa é contribuir com a ampliação da literatura relacionada à IF, ao investigar quais são as aproximações do Lean Construction associadas à IF, por meio do LPS®. A coleta de dados foi exploratória e contou com seis entrevistas com especialistas e um acadêmico atuantes com a implementação do LPS® em projetos de construção. O roteiro de entrevistas foi composto por 16 questões sobre os habilitadores da IF sob os aspectos humano, de suporte, conhecimento, foco nas funções centrais e produtividade. Na categoria “Humano”, as necessidades do mercado em busca de melhor planejamento e redução de custos, evidenciados pela otimização de recursos e melhora da margem econômica, bem como a capacitação de recursos humanos por meio de núcleos especializados são aspectos que podem estar predispostos à IF. Na categoria “Suporte”, o apoio de parceiros de mercado pode estar predisposto à IF, visto que essa colaboração ocorre entre empresas que não são concorrentes diretas no mercado. Na categoria “Conhecimento”, a geração de valor em detrimento à sofisticação de ponta, é um aspecto que pode estar predisposto à IF, já que o fator de sucesso na implementação do LPS® não se concentra na tecnologia em si. Na categoria “Foco nas funções centrais”, a redução de incertezas e complexidade e o ambiente de trabalho agradável e disciplinado podem estar predispostos à IF, pois ambas são estratégias utilizadas em contrapartida a processos de alta complexidade e contribuem com rotinas que geram bem-estar e disciplina entre as pessoas envolvidas. Por fim, na categoria “Produtividade”, a eliminação de desperdícios e a melhoria da produtividade podem estar predispostos à IF, uma vez que estão associados ao “pensamento enxuto”, reduzindo atividades que não agregam valor.

Palavras-Chave: Lean Construction; Last Planner System; Inovação Frugal

Abstract: Lean Construction is an improved philosophy of the manufacturing industry for construction management, which aims to increase the efficiency and quality of projects, making processes simpler and more economical, while eliminating waste and maximizing value for the customer. The Last Planner System (LPS®) is a production planning and control methodology based on Lean Construction. It focuses on the predictability of work to be done over short-, medium-, and long-term schedule horizons. Frugal innovation (FI), an approach that aims at proposals and solutions that add value with limited resources, focuses on “functional and focused on the essential” purposes, with optimized performance levels, meeting or even exceeding the prescribed quality standards. In view of this, the general objective of this research is to contribute to the expansion of the literature related to FI, by investigating what are the Lean Construction approaches associated with FI, through the LPS®. Data collection was exploratory and included six interviews with specialists and an academic working with the implementation of LPS® in construction projects. The interview script consisted of 16 questions about FI enablers in terms of human, support,



knowledge, focus on core functions and productivity. In the “Human” category, market needs in search of better planning and cost reduction, evidenced by the optimization of resources and improvement of the economic margin, as well as the training of human resources through specialized centers are aspects that may be predisposed to the IF. In the “Support” category, support from market partners may be predisposed to FI, as this collaboration occurs between companies that are not direct competitors in the market. In the “Knowledge” category, the generation of value over state-of-the-art sophistication is an aspect that may be predisposed to FI, since the success factor in the implementation of LPS® is not focused on the technology itself. In the category “Focus on core functions”, the reduction of uncertainties and complexity and the pleasant and disciplined work environment may be predisposed to FI, as both are strategies used in contrast to highly complex processes and contribute to routines that generate well-being and discipline among the people involved. Finally, in the “Productivity” category, eliminating waste and improving productivity may be predisposed to FI, since they are associated with “lean thinking”, reducing activities that do not add value.

Keywords: Lean Construction; Last Planner System; Frugal innovation

Volume: U

Páginas: 91

Idioma: PORTUGUES

Biblioteca Depositada: Paulo Sergio Gusmão

Orientador: CRISTINE HERMANN NODARI

Acesso ao documento: <https://pergamum.feevale.br/acervo/286168>



Trabalho de Conclusão

Título: A RELAÇÃO DO COMPORTAMENTO INTRAEMPREENDEDOR E O DESEMPENHO: UM ESTUDO DE CASO NO SETOR BANCÁRIO

Autor: ELIZANDRA DA SILVA

Abreviatura: SILVA, E.

Tipo do Trabalho: DISSERTAÇÃO

Data da Defesa: 29/09/2023

Resumo: O objetivo deste estudo foi analisar a influência do comportamento intraempreendedor no desempenho das carteiras individuais de gestores do Banco Beta, sediado no Brasil. Para alcançar este objetivo, utilizou-se o método de pesquisa quantitativa e exploratória, com dados coletados através de questionário estruturado enviado por email para 1.320 gestores comerciais. A partir de revisão da literatura sobre intraempreendedorismo e comportamento intraempreendedor, as dimensões intraempreendedoras selecionadas foram: Promoção de Oportunidades, Proatividade,

Flexibilidade, Incentivo Interno e Assunção a Riscos. Para avaliar desempenho foram utilizados: Indicador de Crédito, Indicador de Adimplência e Indicador Comercial. Obteve-se taxa de resposta de 15,3%, tendo sido considerados 20 os questionários válidos, foram 201 pessoas. Os dados coletados foram analisados por meio de técnicas estatísticas, utilizando o sistema SPSS. Foram extraídas médias, desvios padrão e índices de Alpha de Cronbach. Após, foi realizada a análise de componentes principais, através da análise do índice de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO). Finalmente, para averiguar se o perfil demográfico dos respondentes interferia no alcance dos indicadores de resultado, procedeu-se com a análise da do coeficiente de correlação de Pearson. Identificou-se que a dimensão Promoção de Oportunidades possui correlação com os três parâmetros analisados: Indicador de Crédito, Indicador de Adimplência e Indicador Comercial. Já Proatividade apresentou correlações com os Indicadores de Adimplência e Comercial. Já a dimensão Flexibilidade se correlacionou com o Indicador de Adimplência. A dimensão Incentivo Interno se correlacionou com o Indicador de Adimplência e Indicador Comercial. O último construto, Assunção a Riscos, somente apresentou correlação com o Indicador Comercial. Ressalta-se que todas as correlações encontradas foram consideradas fracas. Com base nos achados, este estudo contribui, de forma teórica, ao propor a correlação entre os construtos analisados e o desempenho individual de carteiras comerciais de uma instituição bancária e para o Banco Beta este estudo contribui para confirmar que há relação entre os comportamentos intraempreendedores de seus funcionários e desempenho de carteiras comerciais.

Palavras-Chave: intraempreendedorismo; desempenho; carreira; instituição bancária.

Abstract: The objective of this study was to analyze the influence of intrapreneurial behavior on the performance of individual portfolios of managers at Banco Beta, based in Brazil. To achieve this objective, the quantitative and exploratory research method was used, with data collected through a structured questionnaire sent by email to 1,320 commercial managers. Based on a review of the literature on intrapreneurship and intrapreneurial behavior, the intrapreneurial dimensions selected were: Promotion of Opportunities, Proactivity, Flexibility, Internal Incentive and Risk Taking. To evaluate performance, the following were used: Credit Indicator, Compliance Indicator and Commercial Indicator. A response rate of 15.3% was obtained, with 20 valid questionnaires being considered, covering 201 people. The collected data were analyzed using statistical techniques, using the SPSS system. Means, standard deviations and Cronbach's Alpha indices were extracted. Afterwards, principal component analysis was performed using the Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) index. Finally, to determine whether the demographic profile of the respondents interfered in the achievement of the result indicators, the Pearson correlation coefficient was analyzed. It was identified that the Promotion of Opportunities dimension is correlated



with the three parameters analyzed: Credit Indicator, Compliance Indicator and Commercial Indicator. Proactivity, on the other hand, showed correlations with the Compliance and Commercial Indicators. The Flexibility dimension correlated with the Compliance Indicator. The Internal Incentive dimension correlated with the Compliance Indicator and Commercial Indicator. The last construct, Risk Assumption, only showed a correlation with the Commercial Indicator. It should be noted that all correlations found were considered weak. Based on the findings, this study contributes, in a theoretical way, by proposing the correlation between the analyzed constructs and the individual performance of commercial portfolios of a banking institution and for Banco Beta this study contributes to confirming that there is a relationship between the intrapreneurial behaviors of its employees and commercial portfolio performance.

Keywords: intrapreneurship;performance;career;banking institution;bank manager

Volume: U

Páginas: 102

Idioma: PORTUGUES

Biblioteca Depositada: Paulo Sérgio Gusmão

Orientador: MARIA CRISTINA BOHNENBERGER

Acesso ao documento: <https://pergamum.feevale.br/acervo/286886>



Trabalho de Conclusão

Título: A VISÃO BASEADA EM RECURSOS (VBR) COMO ESTRATÉGIA EMPRESARIAL: UM ESTUDO SOBRE NEGÓCIOS DE IMPACTO SOCIAL

Autor: CAROLINE COELHO

Abreviatura: COELHO, C.

Tipo do Trabalho: DISSERTAÇÃO

Data da Defesa: 28/07/2023

Resumo: No atual cenário global, permeado por incertezas econômicas e diversos desafios sociais e ambientais, há uma ampla discussão sobre alternativas que buscam mitigar estas questões. O fortalecimento do empreendedorismo social tem se destacado como uma opção, ao unir negócios com a criação de valor socioambiental. Com base no exposto, o tema central desta pesquisa é o estudo dos Negócios de Impacto Social (NIS), que são negócios que têm como objetivo buscar soluções e oportunidades de mercado para gerar impacto socioambiental, enquanto mantêm a sustentabilidade econômica da empresa. É fundamental promover o desenvolvimento de estudos para fortalecer o ecossistema de impacto, por meio de reflexões estratégicas que estimulem o surgimento, o estabelecimento, o crescimento e a consolidação de novos empreendimentos. Portanto, o objetivo geral desta pesquisa é propor um instrumento de identificação de recursos estratégicos para geração de vantagem competitiva, direcionado aos Negócios de Impacto Social. A pesquisa adotou uma abordagem qualitativa, dividida em duas fases com base no método Design Science Research (DSR). A primeira, exploratória, compreende a percepção de 12 especialistas e empreendedores de NIS brasileiros, analisando a partir da perspectiva da Visão Baseada em Recursos (VBR), as estratégias organizacionais, recursos essenciais, ferramentas de gestão e desafios dos negócios. A segunda, propositiva, através da elaboração de um artefato que compreenda a utilização dos recursos, considerando a VBR, como contribuição para a permanência dos NIS no mercado. Os resultados permitiram compreender como se dá a utilização dos recursos na gestão estratégica de NIS brasileiros, contribuindo com um novo instrumento que fornece o suporte ao desenvolvimento dos negócios, integrando a análise dos recursos como uma estratégia para a geração de vantagem competitiva.

Palavras-Chave: Negócios de Impacto Social; Visão Baseada em Recursos; Estratégia; Vantagem Competitiva

Abstract: In the current global scenario, permeated by economic uncertainties and several others social and environmental challenges, there is a wide debate about alternatives to search to mitigate these issues. The strengthening of social entrepreneurship has stood out as an option, as it combines business with the creation of socioenvironmental value. Based on the above, the central theme of this research is the study of Social Impact Businesses (SIBs), which are businesses that purpose to find solutions and market opportunities to generate socioenvironmental impact and maintains the company's economic sustainability. It is essential to promote the development of studies to strengthen the impact ecosystem through strategic reflections that encourage the emergence, found, growth, and consolidation of new ventures. Therefore, the overall objective of this research is to propose an instrument for identifying strategic resources to generate a competitive advantage directed at

Social Impact Businesses. The research adopted a qualitative approach, divided into two phases based on the Design Science Research (DSR) method. The first one, exploratory phase, comprises the perception of 12 Brazilian SIB experts and entrepreneurs, analyzing from the perspective of the Resource-Based View (RBV), the organizational strategies, essential resources, management tools, and business challenges. The second one, propositional phase, involves the development of an artifact that includes the utilization of resources, considering RBV, as a contribution to the sustainability of SIBs in the market. The results enabled understanding how the utilization of resources occurs in the strategic management of Brazilian SIBs, contributing with a new instrument that provides support for business development, integrating the analysis of resources as a strategy to generate a competitive advantage.



Keywords: Social Impact Businesses;Resource-Based View;Strategies;Competitive advantage

Volume: U

Páginas: 120

Idioma: PORTUGUES

Biblioteca Depositada: Paulo Sergio Gusmão

Orientador: PAOLA SCHMITT FIGUEIRO

Acesso ao documento: <https://pergamum.feevale.br/acervo/286796>



Trabalho de Conclusão

Título: ENGAJAMENTO DO CLIENTE E SUA RELAÇÃO COM A QUALIDADE DO RELACIONAMENTO E A LEALDADE EM UMA INSTITUIÇÃO FINANCEIRA COOPERATIVA

Autor: DELMAR CAVANUS NUNES

Abreviatura: NUNES, D. C.

Tipo do Trabalho: DISSERTAÇÃO

Data da Defesa: 31/03/2023

Resumo: Na atualidade, o mercado financeiro brasileiro apresenta um cenário cada vez mais competitivo, decorrente da entrada de novos players, da formação de instituições financeiras não tradicionais e dos bancos digitais. A segmentação de alguns bancos e cooperativas de soluções financeiras já é uma realidade, sendo que algumas empresas de serviços financeiros mantêm quantidade mínima de produtos e serviços para atendimento a um público específico. Esse ambiente exige mudanças rápidas, comunicação efetiva e atenção ao mercado político e econômico global. Com os produtos e serviços financeiros cada vez mais comoditizados, há necessidade de engajar os clientes, por meio da cocriação e percepção de valor. Bancos e instituições financeiras procuram novas formas de atendimento às demandas dos clientes e buscam proporcionar um ambiente físico agradável e de acolhimento pelas pessoas que fazem parte da organização; assim, o senso de pertencimento e valorização do relacionamento com seus bancos se torna um dos objetivos principais para as empresas do setor. Diante disso, o processo de engajamento do cliente se torna importante, pois a colaboração, cooperação e coprodução entre clientes e instituições financeiras podem gerar benefícios mútuos. Da mesma forma, a qualidade do relacionamento se mostra relevante, buscando a satisfação, a confiança e o comprometimento como forma de alavancar o engajamento do cliente; este, por sua vez, influencia a lealdade do cliente, mantendo o cliente com o provedor de serviço, diante dos benefícios e apego à marca. Na literatura, foram encontradas pesquisas com diversas formas de mensurar o engajamento do cliente, como um fenômeno unidimensional, multidimensional, como construto de primeira ou segunda ordem e como variável mediadora ou moderadora. No ambiente bancário, há também debates sobre seus antecedentes e consequências, gerando algumas ambiguidades e discussões, na formação do fenômeno e como ele se manifesta. Em razão disto, verifica-se que a relação do engajamento do cliente com seus antecedentes e consequências ainda é tema de debate, buscando maior clareza sobre seu conceito, formas de medição e manifestação nas instituições financeiras. O engajamento do cliente vem sendo estudado em bancos, na maioria dos continentes, em países desenvolvidos e emergentes. Percebe-se que as pesquisas são em menor escala na América Latina, em especial no Brasil, e incipientes quando o ambiente empírico se trata de uma instituição financeira cooperativa, revelando uma oportunidade de pesquisa. A partir desse contexto, o objetivo geral dessa dissertação é analisar o papel do engajamento do cliente na qualidade do relacionamento e lealdade em uma instituição financeira cooperativa, buscando responder a seguinte pergunta de pesquisa: Qual a relação entre a qualidade do relacionamento, engajamento do cliente e lealdade em uma instituição financeira cooperativa? Trata-se de uma pesquisa quantitativa, que utilizou o método de modelagem de equações estruturais, a partir de questionário respondido por 202 associados de uma instituição financeira cooperativa do Rio Grande do Sul. Os resultados apontam que o engajamento do cliente é impactado pela qualidade do relacionamento e influencia na lealdade dos associados da cooperativa. A pesquisa contribui de forma relevante para a academia, ao aprofundar o fenômeno do engajamento, seus antecedentes e consequências, debate incipiente em instituições financeiras cooperativas. Somado a esses achados, revela contribuições para as empresas de serviços financeiros, pois, a partir da identificação da relação entre qualidade do relacionamento, engajamento do cliente e lealdade, será possível que líderes e gestores da cooperativa desenvolvam e explorem melhores formas de engajar os associados, gerando benefícios mútuos.



Palavras-Chave: Lógica Dominante de Serviço; Modelagem de equações estruturais; Instituição financeira cooperativa; Engajamento do cliente; Qualidade do relacionamento; Lealdade

Abstract: Currently, the Brazilian financial market presents an increasingly competitive scenario, resulting from the entry of new players, the formation of non-traditional financial institutions and digital banks. The segmentation of some banks and financial solution cooperatives is already a reality, some financial services companies maintain a minimum number of products and services to serve a specific public. This environment demands rapid changes, effective communication and attention to the global political and economic market. With financial products and services increasingly commoditized, there is a need to engage customers through co-creation and value perception. Banks and financial institutions seek new ways of meeting customer demands and seek to provide a pleasant and welcoming physical environment for the people who are part of the organization; the sense of belonging and appreciation of the relationship with their banks becomes one of the main objectives for companies in the sector. In view of this, the customer engagement process becomes important, as collaboration, cooperation and co-production between customers and financial institutions can generate mutual benefits. In the same way, the quality of the relationship is relevant, seeking satisfaction, trust and commitment as a way to leverage customer engagement; this, in turn, influences customer loyalty, keeping the customer with the service provider, in the face of benefits and brand attachment. In the literature, research was found with different ways of measuring customer engagement, as a unidimensional and multidimensional phenomenon, as a first or second order construct and as a mediating or moderating variable. In the banking environment there are also debates about its antecedents and consequences, generating some ambiguities and discussions in the formation of the phenomenon and how it manifests. As a result, it appears that the relationship between customer engagement and its antecedents and consequences is still a subject of debate, seeking greater clarity about its concept, forms of measurement and manifestation in financial institutions. Customer engagement has been studied in banks on most continents, in developed and emerging countries. It is noticed that research is on a smaller scale in Latin America, especially in Brazil, and incipient when the empirical environment is a cooperative financial institution, revealing a research opportunity. From this context, the general objective of this dissertation is to analyze the role of customer engagement in relationship quality and loyalty in a cooperative financial institution, seeking to answer the following research question: What is the relationship between relationship quality, customer engagement and loyalty in a cooperative financial institution? This is quantitative research, which used the structural equation modeling method, based on a questionnaire answered by 202 members of a cooperative financial institution in Rio Grande do Sul. The results show that customer engagement is impacted by the quality of the relationship and influences the loyalty of cooperative members. The research makes a relevant contribution to the academy, by deepening the phenomenon of engagement, its antecedents and consequences, an incipient debate in cooperative financial institutions. Added to these findings, it reveals contributions for financial services companies, since, based on the identification of the relationship between relationship quality, customer engagement and loyalty, it will be possible for cooperative leaders and managers to develop and explore better ways to engage members, generating mutual benefits.

Keywords: Service-Dominant Logic; Structural equation modeling; Cooperative financial institution; Customer engagement; Relationship quality; Loyalty

Orientador: SERJE SCHMIDT

Acesso ao documento: <https://pergamum.feevale.br/acervo/284972>



Trabalho de Conclusão

Título: INOVAÇÃO FRUGAL E COCRIAÇÃO DE VALOR SOB A ÓTICA DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL: UM ESTUDO DE CASO EM UMA PEQUENA EMPRESA NO VALE DO CAÍ

Autor: LIANDRA DE CASSIA OLIVEIRA GRANADO

Abreviatura: GRANADO, L. C. O.

Tipo do Trabalho: DISSERTAÇÃO

Data da Defesa: 28/02/2023

Resumo: O Brasil é considerado um dos cinco países que formam o BRICS (Brasil, Rússia, Índia China e África do Sul). Essa expressão foi formulada para designar países emergentes com grande capacidade de investimento e que se transformariam em potências econômicas até 2050. No entanto, boa parte da população desses países sofre da fome e miséria, ou seja, muitos consumidores em potencial, mas com poucos recursos financeiros, e o atendimento a esse mercado, também está alinhado às metas de desenvolvimento sustentável da Organização das Nações Unidas (ONU, 2015). Em busca de estratégias que possam contribuir para o desenvolvimento sustentável em países como o Brasil, surge a proposta do estudo da interação entre duas teorias: inovação frugal e cocriação de valor. A partir desse cenário, por meio de uma revisão da literatura foi possível identificar que poucos artigos buscaram relacionar a inovação frugal e a cocriação de valor, e tendo em vista essa lacuna, foi necessário ampliar a análise em busca de características que as aproximassem. Nessa análise, identificou-se que o fator colaboração envolvendo diversos atores (clientes, funcionários, empresários, instituições acadêmicas, parcerias) na inovação frugal e cocriação de valor surgiram em diversos processos em ambas literaturas. A partir desse estudo, foi proposta uma síntese que demonstra uma associação de características entre essas concepções teóricas e consequentemente um estudo de caso em uma pequena empresa no Vale do Caí. Como principais resultados, as características: colaboração com clientes, empoderamento com parceiros locais, colaboração interna entre funcionários e sócios, colaboração com universidades e mentalidade sustentável, associam a teoria da inovação frugal à cocriação de valor, e que a partir de um ambiente de comunicação clara e objetiva, contribui o desenvolvimento sustentável. Como contribuição, o presente trabalho, busca ampliar os estudos sobre a interação de ambas teorias, as características que as aproximam e possíveis contribuições para o desenvolvimento sustentável, como por exemplo: geração de renda local, consciência sustentável dos recursos, conhecimento e preocupação social.

Palavras-Chave: Inovação frugal; Cocriação de valor; Colaboração; Desenvolvimento Sustentável

Abstract: Brazil is considered one of the five countries that form BRICS (Brazil, Russia, India, China, and South Africa). This expression was formulated to designate emerging countries with significant investment capacity that would become economic powers by 2050. However, a large portion of the population in these countries suffers from hunger and poverty, meaning there are many potential consumers with limited financial resources, and addressing this market is also aligned with the sustainable development goals of the United Nations (UN, 2015). In search of strategies that can contribute to sustainable development in countries like Brazil, the proposal of studying the interaction between two theories arises: frugal innovation and value co-creation. From this scenario, through a literature review, it was possible to identify that few articles have sought to relate frugal innovation and value co-creation, and given this gap, it was necessary to expand the analysis in search of characteristics that would bring them closer together. In this analysis, it was identified that collaboration involving various actors (customers, employees, entrepreneurs, academic institutions, partnerships) in frugal innovation and value co-creation emerged in various processes in both literatures. Based on this study, a synthesis was proposed that demonstrates an association of characteristics between these theoretical concepts and consequently a case study in a small company in Vale do Cai. As main results, the characteristics: collaboration with



customers, empowerment with local partners, internal collaboration among employees and partners, collaboration with universities, and sustainable mindset associate the theory of frugal innovation with value co-creation, and that from an environment of clear and objective communication, contributes to sustainable development. As a contribution, this study seeks to expand research on the interaction of both theories, the characteristics that bring them closer together, and possible contributions to sustainable development, such as local income generation, awareness of sustainable resources, knowledge, and social concern.

Keywords: Frugal innovation; Value co-creation; Collaboration; Sustainable Development

Volume: U

Páginas: 120

Idioma: PORTUGUES

Biblioteca Depositada: Biblioteca Paulo Sérgio Gusmão

Orientador: SERJE SCHMIDT

Acesso ao documento: <https://pergamum.feevale.br/acervo/285036>



Trabalho de Conclusão

Título: MODELO MULTINÍVEL DE COMPETÊNCIAS DAS LIDERANÇAS PARA TRANSFORMAÇÃO DIGITAL DAS INDÚSTRIAS DO SETOR METALMECÂNICO DO SINDIMETAL RS

Autor: CARLA JOSEANDRA DILLENBURG

Abreviatura: DILLENBURG, C. J.

Tipo do Trabalho: DISSERTAÇÃO

Data da Defesa: 24/02/2023

Resumo: A transformação digital (TD) substitui as formas de gestão e operação tradicionais das organizações pela adesão de novas tecnologias digitais com enfoque no pensamento estratégico voltado à reestruturação e permanência do negócio em um cenário digital. Ela é considerada como um processo sociocultural de adaptação das empresas aos novos paradigmas digitais e exige das lideranças competências estratégicas e analíticas para a resolução de problemas complexos. Para tanto, faz-se necessário o desenvolvimento de novas competências multiníveis que se propaguem da liderança (nível individual) para os níveis de equipe e organizacional. As competências multiníveis promovem o movimento de interdependência e agregam valor econômico e social aos indivíduos e às organizações a fim de contribuir para o atingimento das estratégias voltadas à TD. Nesse sentido, o objetivo geral desta dissertação consiste em desenvolver o modelo multinível de competências das lideranças para a transformação digital das indústrias associadas ao Sindicato das Indústrias Metalúrgicas, Mecânicas e de Material Elétrico e Eletrônico de São Leopoldo (SINDIMETAL RS) considerando as relações existentes das competências com os níveis organizacional, de equipe e individual. Trata-se de uma pesquisa de métodos mistos, cuja abordagem qualitativa está focada na revisão sistemática da literatura, na qual se identificou nove competências das lideranças para promover a TD nas indústrias. A abordagem quantitativa abrange o levantamento (survey) com aplicação de questionário visando identificar a existência ou não dessas nove competências nas lideranças do setor metalmeccânico. A coleta de dados contou com a participação de 201 lideranças pertencentes à vinte e duas indústrias de pequeno e médio porte do setor metalmeccânico, associadas ao SINDIMETAL RS. A análise fatorial exploratória (AFE) foi aplicada para verificar o relacionamento entre as percepções dos respondentes e a teoria construída a partir de elementos conceituais da pesquisa, cujo resultado identificou cinco competências multiníveis das lideranças para TD das indústrias de pequeno e médio porte associadas ao SINDIMETAL RS. A técnica de análise de regressão logística multinomial foi aplicada para compreender a relação de pertencimento destas cinco competências nos três níveis (organizacional, de equipe e individual). Os resultados revelam correlações significativas e evidenciam as trocas dinâmicas desta interação entre as competências individuais, coletivas e da organização neste movimento multinível. As competências das lideranças para a transformação digital das indústrias do setor metalmeccânico de “adaptação constante na forma de liderar” e “influenciar, conduzir e motivar a equipe para adoção de iniciativas digitais” apresentaram probabilidade de pertencer aos três níveis. A competência de “desenvolver competências digitais promovendo a mudança na cultura organizacional” se interrelacionou somente a nível individual. As competências de “alinhamento com as estratégias da organização” e “fluência digital” não demonstraram probabilidade de pertencer aos demais níveis, ficando alocadas a nível organizacional e individual, respectivamente. Os resultados estatísticos contribuíram para a formação do modelo multinível de competências das lideranças para a transformação digital das indústrias do setor metalmeccânico que auxiliará como autodiagnóstico e como meio de identificar a necessidade de desenvolvimento das competências multiníveis das lideranças para manter e alavancar a TD nas organizações.

Palavras-Chave: Competências multiníveis; Liderança digital; Modelo multinível; Regressão Logística; Transformação digital



Abstract: The digital transformation (TD) replaces the traditional forms of management and operation of organizations by the adhesion of new digital technologies with a focus on strategic thinking aimed at restructuring and permanence of the business in a digital scenario. It is considered a sociocultural process of companies adapting to the new digital paradigms and requires strategic and analytical skills from leaders to solve complex problems. To do so, it is necessary to develop new multilevel competencies that spread from leadership (individual level) to the team and organizational levels. Multilevel competences promote the movement of interdependence and add economic and social value to individuals and organizations in order to contribute to the achievement of strategies aimed at DT. In this sense, the general objective of this dissertation is to develop the multilevel model of leadership competencies for the digital transformation of the industries associated with the São Leopoldo Metallurgical, Mechanical and Electrical and Electronic Material Industries Union (SINDIMETAL RS) considering the existing relationships of the competences with the organizational, team and individual levels. This is mixed methods research, whose qualitative approach is focused on the systematic review of the literature, in which nine leadership skills were identified to promote DT in industries. The quantitative approach covers the survey (survey) with the application of a questionnaire to identify the existence or not of these nine competences in the leaders of the metalworking sector. Data collection involved the participation of 201 leaders belonging to twenty-two small and medium-sized industries in the metalworking sector, associated with SINDIMETAL RS. Exploratory factor analysis (EFA) was applied to verify the relationship between the respondents' perceptions and the theory constructed from the research's conceptual elements, whose result identified five multilevel leadership competencies for TD in small and medium-sized industries associated with SINDIMETAL LOL. The multinomial logistic regression analysis technique was applied to understand the belonging relationship of these five competences at the three levels (organizational, team and individual). The results reveal significant correlations and show the dynamic exchanges of this interaction between individual, collective and organizational competences in this multilevel movement. The skills of leaders for the digital transformation of industries in the metalworking sector of "constant adaptation in the way of leading" and "influencing, leading and motivating the team to adopt digital initiatives" were likely to belong to the three levels. The competence of "developing digital competences promoting change in the organizational culture" was interrelated only at the individual level. The competences of "alignment with the organization's strategies" and "digital fluency" were not likely to belong to the other levels, being allocated at the organizational and individual levels, respectively. Statistical results contributed to the creation of a multilevel model of leadership competencies for the digital transformation of industries in the metalworking sector, which will help as a self-diagnosis and as a means of identifying the need to develop multilevel competencies of leaders to maintain and leverage DT in organizations.

Keywords: Multilevel competences; Digital leadership; Multilevel model; Logistic Regression; Digital transformation

Volume: U

Páginas: 242

Idioma: PORTUGUES

Biblioteca Depositada: Biblioteca Paulo Sérgio Gusmão

Orientador: CRISTIANE FROELICH

Acesso ao documento: <https://pergamum.feevale.br/acervo/289455>



Trabalho de Conclusão

Título: O COMPORTAMENTO INOVADOR DE ENFERMEIROS

Autor: IZIS GONCALVES

Abreviatura: GONCALVES, I.

Tipo do Trabalho: DISSERTAÇÃO

Data da Defesa: 30/03/2023

Resumo: O comportamento inovador é considerado um aspecto importante para o mercado de trabalho em geral. Na área da enfermagem, tal comportamento é responsável por proporcionar maior qualidade, eficiência e eficácia à assistência na saúde. Para um profissional inovador conseguir implementar novas ideias, é necessário um ambiente propício para desenvolver tal prática, uma vez que o comportamento inovador dos colaboradores também é altamente influenciado pelo ambiente de trabalho ao qual pertencem e pelo suporte recebido. O objetivo deste estudo foi analisar o comportamento inovador dos enfermeiros de um hospital da Região Metropolitana de Porto Alegre, no sul do Brasil. A metodologia utilizada para a pesquisa foi descritiva, transversal, com abordagem quantitativa e qualitativa; a coleta de dados foi realizada por meio de um questionário e de uma entrevista semiestruturada. Os dados foram tratados de forma quantitativa, por meio de média e desvio padrão, e de testes de correlação, para avaliar a diferença entre as variáveis de perfil e o comportamento inovador. Os resultados indicam que os enfermeiros têm um maior grau de concordância em relação ao comportamento inovador nas dimensões geração de ideias, pesquisa de ideias e comunicação de ideias e um menor grau de concordância nas dimensões superar obstáculos e resultados da inovação. No contexto organizacional, há um grau de concordância baixo para as dimensões suporte gerencial e suporte cultural e um grau de discordância no suporte organizacional. De forma geral, observa-se que os respondentes percebem que o comportamento inovador dos enfermeiros é superior ao suporte organizacional recebido.

Palavras-Chave: Enfermeiros; Inovação; Comportamento inovador; Ambiente inovador.

Abstract: Innovative behavior is considered an important aspect for the overall job market. In the field of nursing, such behavior is responsible for providing greater quality, efficiency, and effectiveness in health assistance. In order to an innovative professional to be able to implement new ideas, a favorable environment is needed to develop such practice, since the innovative behavior of employees is also highly influenced by the work environment to which they belong, and the support received. The objective of this study was to analyze the innovative behavior of nurses in a hospital in the Metropolitan Region of Porto Alegre, in southern Brazil. The methodology used for the research was descriptive, transversal, with a quantitative and qualitative approach; data collection was carried out through questionnaire and a semi-structured interview. The data were quantitatively treated, using mean and standard deviation, and correlation tests, to evaluate the difference between profile variables and innovative behavior. The results indicate that nurses have a higher degree of agreement regarding innovative behavior in the dimensions generation of ideas, research of ideas and communication of ideas and a lower degree of agreement in the dimensions of overcoming obstacles and innovation results. In the organizational context, there is a low degree of agreement for the dimensions of managerial support and cultural support and a degree of disagreement on organizational support. Overall, it is observed that the interviewees perceive that the nurses' innovative behavior is superior to the organizational support received.

Keywords: Nurses; Innovation; Innovative behavior; Innovative environment.

Volume: U

Páginas: 94

Idioma: PORTUGUES

Biblioteca Depositada: Biblioteca Paulo Sérgio Gusmão

Orientador: MARIA CRISTINA BOHNENBERGER



Acesso ao documento: <https://pergamum.feevale.br/acervo/285205>

