

Perspectivas em Engenharia, mídias e gestão do conhecimento

VOLUME II

EDUARDO ZEFERINO MAXIMO
GISELY JUSSYLA TONELLO MARTINS
JOÃO ARTUR DE SOUZA
LUANA EMMENDOERFER
NERI DOS SANTOS
PALMYRA FARINAZZO REIS REPETTE
RICARDO PEREIRA
ORGANIZADORES



Pantanal Editora

2021

Eduardo Zeferino Maximo
Gisely Jussyla Tonello Martins
Luana Emmendoerfer
João Artur de Souza
Neri dos Santos
Palmyra Farinazzo Reis Repette
Ricardo Pereira
(Organizadores)

Perspectivas em Engenharia, Mídias e
Gestão do Conhecimento
Volume II



Pantanal Editora

2021

Copyright© Pantanal Editora
Copyright do Texto© 2021 Os Autores
Copyright da Edição© 2021 Pantanal Editora
Editor Chefe: Prof. Dr. Alan Mario Zuffo
Editores Executivos: Prof. Dr. Jorge González Aguilera
Prof. Dr. Bruno Rodrigues de Oliveira

Diagramação: A editora

Edição de Arte: A editora. Imagens de capa e contra-capas: Canva.com

Revisão: O(s) autor(es), organizador(es) e a editora

Conselho Editorial

- Prof. Dr. Adailson Wagner Sousa de Vasconcelos – OAB/PB
- Profa. Msc. Adriana Flávia Neu – Mun. Faxinal Soturno e Tupanciretã
- Profa. Dra. Albys Ferrer Dubois – UO (Cuba)
- Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – IF SUDESTE MG
- Profa. Msc. Aris Verdecia Peña – Facultad de Medicina (Cuba)
- Profa. Arisleidis Chapman Verdecia – ISCM (Cuba)
- Prof. Dr. Bruno Gomes de Araújo - UEA
- Prof. Dr. Caio Cesar Enside de Abreu – UNEMAT
- Prof. Dr. Carlos Nick – UFV
- Prof. Dr. Claudio Silveira Maia – AJES
- Prof. Dr. Cleberton Correia Santos – UFGD
- Prof. Dr. Cristiano Pereira da Silva – UEMS
- Profa. Ma. Dayse Rodrigues dos Santos – IFPA
- Prof. Msc. David Chacon Alvarez – UNICENTRO
- Prof. Dr. Denis Silva Nogueira – IFMT
- Profa. Dra. Denise Silva Nogueira – UFMG
- Profa. Dra. Dennyura Oliveira Galvão – URCA
- Prof. Dr. Elias Rocha Gonçalves – ISEPAM-FAETEC
- Prof. Me. Ernane Rosa Martins – IFG
- Prof. Dr. Fábio Steiner – UEMS
- Prof. Dr. Gabriel Andres Tafur Gomez (Colômbia)
- Prof. Dr. Hebert Hernán Soto Gonzáles – UNAM (Peru)
- Prof. Dr. Hudson do Vale de Oliveira – IFRR
- Prof. Msc. Javier Revilla Armesto – UCG (México)
- Prof. Msc. João Camilo Sevilla – Mun. Rio de Janeiro
- Prof. Dr. José Luis Soto Gonzales – UNMSM (Peru)
- Prof. Dr. Julio Cezar Uzinski – UFMT
- Prof. Msc. Lucas R. Oliveira – Mun. de Chap. do Sul
- Prof. Dr. Leandris Argente-Martínez – Tec-NM (México)
- Profa. Msc. Lidiene Jaqueline de Souza Costa Marchesan – Consultório em Santa Maria
- Prof. Msc. Marcos Pisarski Júnior – UEG
- Prof. Dr. Mario Rodrigo Esparza Mantilla – UNAM (Peru)
- Profa. Msc. Mary Jose Almeida Pereira – SEDUC/PA
- Profa. Msc. Nila Luciana Vilhena Madureira – IFPA
- Profa. Dra. Patrícia Maurer
- Profa. Msc. Queila Pahim da Silva – IFB
- Prof. Dr. Rafael Chapman Auty – UO (Cuba)
- Prof. Dr. Rafael Felipe Ratke – UFMS
- Prof. Dr. Raphael Reis da Silva – UFPI
- Prof. Dr. Ricardo Alves de Araújo – UEMA

- Prof. Dr. Wéverson Lima Fonseca – UFPI
- Prof. Msc. Wesclen Vilar Nogueira – FURG
- Profa. Dra. Yilan Fung Boix – UO (Cuba)
- Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – UFT

Conselho Técnico Científico

- Esp. Joacir Mário Zuffo Júnior
- Esp. Maurício Amormino Júnior
- Esp. Tayronne de Almeida Rodrigues
- Lda. Rosalina Eufrausino Lustosa Zuffo

Ficha Catalográfica

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)	
P466	<p>Perspectivas em engenharia, mídias e gestão do conhecimento [livro eletrônico]: volume II / Organizadores Eduardo Zeferino Maximo... [et al.]. – Nova Xavantina, MT: Pantanal, 2021. 164p.</p> <p>Formato: PDF Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader Modo de acesso: World Wide Web ISBN 978-65-88319-45-1 DOI https://doi.org/10.46420/9786588319451</p> <p>1. Engenharia – Pesquisa – Brasil. 2. Gestão do conhecimento. I. Maximo, Eduardo Zeferino. II. Martins, Gisely Jussyla Tonello. III. Emmendoerfer, Luana. IV. Souza, João Artur de. V. Santos, Neri dos. VI. Repette, Palmyra Farinazzo Reis. VII. Pereira, Ricardo.</p> <p style="text-align: right;">CDD 620</p>
Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422	

O conteúdo dos e-books e capítulos, seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva do(s) autor (es) e não representam necessariamente a opinião da Pantanal Editora. Os e-books e/ou capítulos foram previamente submetidos à avaliação pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação. O download e o compartilhamento das obras são permitidos desde que sejam citadas devidamente, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais, exceto se houver autorização por escrito dos autores de cada capítulo ou e-book com a anuência dos editores da Pantanal Editora.



Pantanal Editora

Rua Abaete, 83, Sala B, Centro. CEP: 78690-000. Nova Xavantina – Mato Grosso – Brasil.
 Telefone (66) 99682-4165 (Whatsapp).
<https://www.editorapantanal.com.br>
contato@editorapantanal.com.br

APRESENTAÇÃO

Santa Catarina destaca-se nacionalmente como um Estado inovador, berço de startups e com um pólo tecnológico em amplo desenvolvimento. Também, dotado de belezas naturais e um litoral encantador, é um dos principais destinos turísticos do Brasil. Esse contexto, aliado à peculiaridade de abrigar um povo empreendedor caracteriza o Estado Catarinense como um dos mais desenvolvidos (social e economicamente) do país.

Em consonância com essa realidade, o livro *Perspectivas em Engenharia, Mídias e Gestão do Conhecimento*, em seu segundo volume, traz dez capítulos que tratam de temas relacionados à startups, turismo, empreendedorismo, gestão do conhecimento, gestão de processos, nudge no design de conteúdo e cidades inteligentes. O livro é fruto da compilação de trabalhos de pesquisadores e professores do Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento da Universidade Federal de Santa Catarina.

O capítulo de abertura do Volume II trata de capacidade absorptiva em startups, em especial visa compreender como essas organizações desenvolvem sua capacidade de absorção de conhecimentos a fim de manter-se competitivas em processo contínuo de inovação. Por meio de uma revisão sistemática de literatura, o estudo demonstra que as startups desenvolvem sua capacidade absorptiva por meio das interações com organizações já estabelecidas. Assim, como recomendações futuras, sugere-se a investigação da capacidade absorptiva das startups em redes interorganizacionais de aprendizagem, como um modo de potencialização do seu aprendizado.

O Segundo capítulo, ainda tratando de startups, traz para discussão o Lean Startup, método direcionado para agilidade e dinamismo no processo de inovação de organizações intensivas em conhecimento. As empresas para se adaptarem às novas exigências do mercado precisam migrar do modelo organizacional típico da era industrial para o modelo organizacional próprio da era do conhecimento e, para tanto, passa a ser necessário não só contemplar os avanços tecnológicos como integrar no seu ciclo de processos a abordagem interdisciplinar para geração de valor e competitividade. Assim, este capítulo, por meio de uma revisão sistemática da literatura aprofunda as questões relacionadas à metodologia Lean Startup, que têm demonstrado uma elevada capacidade de dinamismo e agilidade para identificar as alterações no ambiente de negócio e converter essa percepção em produtos e serviços que atendam às necessidades reais dos consumidores/clientes.

O terceiro capítulo, por sua vez, é um estudo de caso em uma startup sediada em Florianópolis. O estudo visa compreender como a comunicação interna impacta a gestão da inovação em empresas desse tipo.

O quarto capítulo aborda como o design de serviços pode contribuir para aproveitar o potencial de projetos de serviços de destinos turísticos, melhorando a competitividade, qualidade e cocriação de valor aos usuários. Por meio de uma revisão integrativa de literatura, o estudo buscou analisar como destinos turísticos podem se beneficiar do design de serviços, além de identificar as relações da sua aplicabilidade.

O quinto capítulo, ainda tratando de turismo, mostra como a governança multinível, por meio dos seus elementos, pode contribuir para o desenvolvimento de destinos turísticos, a partir de um estudo de caso em um Estado do Sul do Brasil. O estudo constatou que o formato desenvolvido apresenta características que apontam para o modelo de MultiGov, o que dá autonomia e funcionalidade para o planejamento e execução das ações.

O sexto capítulo, por sua vez, compara a bibliografia disponível sobre empreendedorismo social e a experiência de um monge zen-Budista para analisar as características que definem um empreendedor social. Os resultados do estudo mostram um choque de valores entre o empreendedorismo social e o convencional, revelando a necessidade de se estudar o empreendedorismo social como um tipo de trabalho que visa beneficiar as pessoas, e que não pode ser mensurado por valores de mercado.

O sétimo capítulo busca, por meio de uma revisão integrativa de literatura, identificar a relação entre as práticas de gestão do conhecimento e coaching no setor público. O estudo evidencia a relação entre as práticas de Gestão do Conhecimento (GC) e o coaching e sugere caminhos para que se possa avançar na relação entre GC e coaching no serviço público.

No oitavo capítulo analisa-se o nível de maturidade em Gestão de Processos de Negócios (BPM) de uma organização pública, sob a perspectiva da GC. Para tanto, uma avaliação da relação entre maturidade em BPM e desempenho organizacional foi conduzida no Instituto Federal Catarinense (IFC). Utilizou-se, ainda, o modelo GCiBPM (Sena, 2015) para relacionar os resultados da avaliação com as fases da GC. Os resultados indicaram que a GC pode contribuir para a melhoria dos processos, potencializando o uso deste recurso e o alinhamento estratégico.

No penúltimo capítulo deste Volume, buscou-se identificar os elementos nudges utilizados no aplicativo de ensino de idiomas Duolingo para engajar os usuários. Discutiu-se os conceitos de design de conteúdo, arquitetura da escolha e nudges, para a compreensão da importância do elemento nudge para o engajamento dos alunos tendo como referência autores como Afify (2018), Bieging & Busarello (2014), Silva (2007) e Thaler (2019). A partir do estudo realizado, foi possível perceber que o aplicativo utiliza elementos nudges desde o cadastro para prender a atenção do leitor e fazê-lo iniciar seu percurso de aprendizado e, durante o uso do aplicativo, faz uso de diversos elementos nudges em vários momentos para manter o usuário engajado.


O Capítulo que encerra o volume 2 do livro *Perspectivas em Engenharia, Mídias e Gestão do Conhecimento* busca, por meio de uma revisão sistemática, os conceitos e definições utilizados pelos pesquisadores para o termo Smart City; e mapear características e pensamentos convergentes destes pesquisadores, buscando entender e contribuir para o delineamento de um conceito global de Cidade Inteligente. Entre os principais resultados do estudo está o mapeamento de cinco características convergentes na definição de uma Cidade Inteligente: i) TICs; ii) pessoas; iii) sustentabilidade; iv) urbanização; e v) governança.

Eduardo Zeferino Maximo
João Artur de Souza
Ricardo Pereira

SUMÁRIO

Apresentação	4
Capítulo I	7
Capacidade Absortiva em <i>Startups</i> : uma revisão sistemática	7
Capítulo II	21
<i>Lean Startup</i> : um método direcionado para agilidade e dinamismo no processo de inovação das organizações do conhecimento	21
Capítulo III	36
Inovação e comunicação interna em startups: o caso da <i>Involves</i>	36
Capítulo IV	47
<i>Design</i> de serviços e de experiências em destinos turísticos: resultados bibliométricos preliminares de uma revisão integrativa	47
Capítulo V	61
O modelo de governança multinível para o desenvolvimento de destinos turísticos	61
Capítulo VI	75
Unindo pessoas com o silêncio: os valores do empreendedorismo social e a trajetória de um monge budista	75
Capítulo VII	87
Relação entre práticas de gestão do conhecimento e coaching no setor público: uma revisão sistemática de literatura	87
Capítulo VIII	100
A maturidade em gestão de processos de negócios sob a perspectiva da gestão do conhecimento	100
Capítulo IX	117
O Nudge no design de conteúdo no aplicativo de idiomas Duolingo	117
Capítulo X	128
Cidades Inteligentes: Percepções e Definições em uma Análise Sistemática da Literatura	128
Índice remissivo	147
Sobre os organizadores	148
Sobre os Autores	153

Unindo pessoas com o silêncio: os valores do empreendedorismo social e a trajetória de um monge budista

 10.46420/9786588319451cap6

Juliana Frandalozo Alves dos Santos^{1*} 

Ana Maria Benciveni Franzoni² 

INTRODUÇÃO

O que a vida de um monge *zen*-budista tem a ver com o ambiente volátil, incerto, complexo e ambíguo (também conhecido como VUCA) que permeia o empreendedorismo? Esta é uma questão que movimentou este estudo de caso, afinal, nem todo empreendedor é maluco por resultados financeiros. Existe uma categoria de empreendedores que possuem valores distintos e neste capítulo vamos conhecer a trajetória do monge *zen*-budista, Enjo Sensei, para compreender as características que definem um empreendedor social que não se pauta pela lógica de negócios.

Sob o ponto de vista de negócios, o empreendedorismo social é considerado apenas uma forma de unir o empreendimento com benefícios, com resultados medidos em receitas, aumento de lucros e redução de custos (Kumar; Tripathi, 2020). No entanto, outro ponto de vista mostra que empreendedores sociais não-associados a empresas lucrativas têm foco em valores diferentes, levados pela criação de valor social em oposição à riqueza pessoal ou dos acionistas e a atividade dessa criação social é caracterizada pela quebra de padrões (Dees, 2001; Phillips et al., 2015). Eles têm desafios específicos que devem ser considerados nas reflexões sobre as características e definições que envolvem o empreendedorismo social (Dees, 2001).

O fator econômico sempre foi um dos elementos mais importantes a se considerar nos registros da História oficial, pois é a partir dele, que se definem o modo de vida, a sociedade, a cultura, o lazer, e, principalmente, a relação humana com o trabalho. A Revolução Industrial, por exemplo, girou a chave da economia para o capitalismo, transformando a organização da sociedade, que passou de rural a urbana, o que influenciou fortemente a ciência e a política. O modo de vida capitalista, firmado desde então, deu bases à sociedade de consumo, que, dentre suas características, consideram o “fazer dinheiro” e “gerar lucros”, o pensamento normal (ou normótico) do cidadão.

¹ Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, Santa Catarina, Brasil.

² Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, Santa Catarina, Brasil.

* Autora correspondente: jfrandalozo@gmail.com

Mas, com a globalização e o livre acesso a informações, formas diferentes de pensar, com raízes mais distanciadas das ideias econômicas, têm sido cada vez mais aceitas pela sociedade e disseminadas com mais liberdade. Esse movimento provocou uma mudança na sociologia do trabalho e nas bases capitalistas firmadas pela Revolução Industrial. “Enquanto o trabalho mudava diante dos nossos olhos, os equipamentos iam substituindo cada vez mais rapidamente os operários, e nas empresas surgiam novas figuras, todas do tipo intelectual” (De Masi, 2000).

Nesse cenário de transformações, o padrão de consumo, o lucro e o capital passaram a ser questionados, afinal, não trouxeram o bem-estar e a felicidade que a publicidade prometia. Assim, surgem ideias que ultrapassam a normalidade capitalista: o pensamento colaborativo, de não competição, o trabalho pelo bem-estar, acima do lucro, e o desenvolvimento humano, acima da produtividade financeira.

De Masi (2000), indica essa perspectiva sobre o trabalho, que, “deve ser, obviamente, ensinado não mais como uma obrigação opressora, mas sobretudo como um prazer criativo estimulante”. E nessa perspectiva, surgem outros valores, que passam a ser relacionados ao trabalho, “intelectualização, emotividade, estética, subjetividade, confiança, hospitalidade, feminilização, qualidade de vida, desestruturação do tempo e do espaço e virtualidade” (De Masi, 2000).

Considerar essa mudança demanda repensar o que a sociedade de consumo nos ofereceu em termos de valores, até agora, e transitar da valorização do egoísmo, hierarquia e agressividade; para a valorização do diálogo, da escuta, solidariedade e criatividade (De Masi, 2000).

O contexto no qual a ideia de empreendedorismo social começa a se fortalecer, se dá nos anos 1990, quando o cenário econômico de crise começa a exigir dos governos, uma atitude mais neoliberalista. Com isso, o bem-estar social perde espaço nas políticas públicas e entra em cena o terceiro setor, para ocupar o vazio deixado pelo governo (Oliveira, 2004a).

Este é o cenário no qual o empreendedorismo começa a se popularizar no Brasil, tanto para o social, quanto para o empresarial. O fato de ter um governo ausente nas demandas sociais, provocou uma atitude de pessoas que acumulavam características semelhantes a algumas listadas em empreendedores empresariais, de acordo com Oliveira (2014): a motivação, definida como uma energia pessoal, as forças internas que fazem com que o indivíduo mantenha o foco, apesar de qualquer dificuldade; a intuição, habilidade pessoal de acolher informações de uma forma instantânea e inconsciente; e a independência para assumir a responsabilidade pessoal por construir seu próprio caminho.

Outras características do empreendedor convencional, velocidade, polivalência, capacidade de realização, visão e compreensão intra e interpessoal (Bueno; Lapolli, 2001), são mais associadas a uma característica mercadológica. Neste artigo, questionamos se estas características são necessárias, ou mesmo, úteis, em um empreendedor social, para a realização de seus objetivos e exploramos a literatura que busca contrastar os valores intrínsecos do empreendedor convencional e do social.

O pesquisador Gregory Dees (2001) destacou o foco e a definição de valor como o principal diferencial entre os empreendedores empresariais e sociais. Nos empreendedores sociais, a missão social é o foco central, que determina como as oportunidades serão aproveitadas, em detrimento da geração de riqueza. Já os empreendedores empresariais focam seus valores na geração de riqueza, pois se regem pelo mercado, que é o que determina se o que eles criam pode ser considerado valor. “Para os empreendedores sociais, a riqueza é apenas um meio para atingir um fim, enquanto que para os empreendedores empresariais a criação de riqueza é uma forma de medir a criação de valor” (Dees, 2001).

Por não ser pautada pelo mercado, a criação de valor social é dificilmente mensurada. Grande parte da literatura sobre empreendedorismo social o define a partir da necessidade do mundo corporativo, onde as empresas geralmente lutam para cumprir suas agendas de responsabilidade social e apenas buscam a criação de valor social para gerar valor para os acionistas (Phillips et al., 2015).

Para Dees (2001) os empreendedores sociais são agentes da mudança que adotam uma missão de gerar valor social, reconhecem e procuram oportunidades, apostam em inovação, adaptação e aprendizagem, agem com ousadia, sem se limitar pela carência de recursos e prestam contas com transparência.

Oliveira (2004a) aponta Martin Luther King e Mahatma Gandhi, como exemplos, dentre os empreendedores sociais, que proporcionaram mudanças em larga escala. A esses, se acrescentam Chico Mendes, Nelson Mandela, Madre Teresa de Calcutá, mas podemos listar suas características como iguais às que encontramos em empreendedores empresariais? Alguns argumentos podem começar a apontar essa resposta.

Em sua trajetória, Gandhi rompeu com o predomínio capitalista, que era uma das formas de dominação de seu povo, costurava suas próprias roupas, usava transporte público e pontuava essas atitudes como uma forma de manter independência diante da opressão do consumo, exercida pela indústria de mercado. Gandhi jejuava e pregava a resistência pacífica diante da violência física e moral imposta pelos dominadores, em atos de desobediência civil e, por eles, foi preso, algumas vezes.

Nessa linha de transformação social, podemos compreender que fundar uma empresa e começar um negócio não são a essência do empreendedorismo, mas sim, criar valor, reformar a ordem econômica, conduzir um processo “criativo/destrutivo” do capitalismo (Dees, 2001).

Assim, podemos perceber que os valores com os quais se mede o impacto das ações de um empreendedor social não podem ser comparados aos valores de mercado das ações de um empreendedor empresarial. São valores que se pautam no impacto social. E, dentre as características apontadas por Bueno e Lapolli (2001), a mais questionável é a velocidade. Pois velocidade não define um dos fatores que Gandhi, Mandela e outros empreendedores sociais mais precisaram em sua jornada: paciência.

Quando estiveram presos, ou em jejum, no caso de Gandhi, velocidade não lhes faria alcançar resultados, mas paciência sim. Então, substituir velocidade, por “tempo”, talvez seja mais apropriado ao empreendedorismo social, pois não estamos falando, aqui, do lançamento de um produto, mas de impacto em vidas humanas, que perpetuam além dos produtos e é muito mais forte do que deve ser o consumismo, nessa escala de valores.

Mesmo que as características dos dois tipos de empreendedores sejam diferentes, é inegável que essa relação apontada por Bueno e Lapolli (2001) e outras existentes na literatura contribuem para uma problematização das definições, em busca de uma precisão maior e lacunas de pesquisa.

Em uma sociedade cada vez mais eclética e pautada pela diversidade, Dees (2001) destaca a necessidade de se reconhecer o empreendedor social como uma estirpe especial de líder. Um tipo de líder que não se prende à cultura econômica vigente, que quebra com padrões e enxerga oportunidades em adversidades que até mesmo empreendedores empresariais consideram difíceis.

Essa base exploratória pretende instigar a reflexão sobre o que é um empreendedor social dentro do contexto sociocultural baseado no capitalismo, e provocar a percepção de que o empreendedor social não se encaixa, necessariamente, no padrão de empreendedor convencional com responsabilidade social.

MÉTODO

Esta pesquisa adotou a metodologia qualitativa, que procura compreender a realidade a partir do ponto de vista do indivíduo pesquisado, considerando seu contexto de vivência em um determinado momento (Merriam, 2009). Se revela, assim, um tipo de pesquisa essencialmente interpretativa, no qual as teorias são construídas a partir das observações.

O levantamento bibliográfico sobre empreendedorismo social tem caráter exploratório e a estratégia investigativa adotada foi o estudo de caso, a partir da aplicação de questionário em entrevista semiestruturada com o monge Enjo, com base no questionário desenvolvido por Schmitz (2012). Com esse suporte, ao analisar a experiência de um empreendedor social, pretende-se extrair conclusões, comparando cada incidente crítico com a bibliografia apresentada.

O questionário tem 10 perguntas e permite problematizar a definição e características do empreendedorismo social, buscando o atrito com o empreendedorismo convencional, ou empresarial. Esse atrito visa estimular reflexões sobre as definições de empreendedorismo social e do contexto que as cercam.

Este processo de reflexão contínua, no qual as etapas de coleta, análise e interpretação dos dados ocorrem simultaneamente durante o estudo (Merriam, 2009). Por ser aplicada em um contexto particular, seus resultados, que são a descrição detalhada de uma experiência individual, não podem ser generalizados para outros contextos ou situações.

TRAJETÓRIA DE VIDA

Marc Walter Stahel, mais conhecido como Enjo Sensei, é um monge *Zen*-Budista da linhagem Soto Shu. Ele nasceu em São Paulo, estudou na escola Waldorf, sempre teve interesse por questões filosóficas, como o sentido da vida e da morte, e buscava respostas para essas questões, estudando para trabalhos escolares.

Ele conheceu o Budismo aos 17 anos, em uma reportagem de TV, e sentiu que esse era seu caminho. Era 1981, quando foi até a Liberdade, o bairro japonês de São Paulo, para ingressar em algum templo Budista. Mas naquela época, o acesso aos templos era bem restrito, principalmente para ocidentais, e Marc, descendente de alemães, não foi aceito.

Percebendo que não daria para entrar em um templo, fez faculdade de Agronomia e, por dez anos, exerceu a profissão. Mas o “chamado interior” foi mais forte e, em 1995, resolveu abandonar uma carreira estável, em ascensão, para virar monge.

Foi bater no Templo Busshinji, em São Paulo, em uma segunda-feira e encontrou apenas um vigia dizendo que os monges estavam de folga, e não havia ninguém com quem ele pudesse falar. Mas, por sorte, logo depois, apareceu uma monja, que havia acabado de retornar ao Brasil, depois de 12 anos de treinamento no Japão. Era a monja Coen Roshi. Eles conversaram e ele pediu se podia ir praticar no templo, pois queria virar monge. Foram três anos de treinamento intenso com a monja Coen e o monge Shozan, até a ordenação monástica, quando recebeu seu nome budista: Enjo.

Em 1998, foi para a cidade de Yokohama, no Japão, para ser treinado no templo Sojiji, da escola Soto *Zen*, como o primeiro monge estrangeiro aceito no tradicional mosteiro sede da tradição Soto *Zen*. Foi um ano e meio de treinamento na escola e mais um período em Obama, no templo Bukkokuji, um lugar muito frio, com práticas rigorosas de meditação (*zazen*). Depois, seguiu para um templo em Tóquio, onde ficou trabalhando como monge e aprendeu o modo de vida monástico, a rotina, a forma de desenvolver a rede de relacionamentos.

Ao final de 2001, sua mãe estava doente no Brasil e Enjo decidiu voltar. Na época, a mãe tinha um sítio em Pedra Bela, no alto de um morro no interior de São Paulo, já meio abandonado, pois ela não tinha mais saúde para cuidar dele. Enjo, então, se estabeleceu por lá e começou a promover retiros de silêncio e meditação *zen*, no mesmo estilo que havia aprendido no Japão. Ao voltar do Japão, pensava em construir um templo, mas com poucos recursos, contou com o conhecimento de uma técnica japonesa de bioconstrução, que utilizava materiais locais, pedras, barro, esterco, bambu, e o sistema de mutirão.

Ele construiu a estrutura do templo, com um vizinho, que era pedreiro, e um ajudante. Para fazer as paredes do templo com barreamento, chamou os vizinhos, que chamaram amigos, vieram mais amigos das práticas budistas e o templo ficou pronto, construído de forma coletiva.

O templo Taikanji foi construído em 2004, com um custo bem baixo, mas o mais importante foi que aproximou as pessoas. “Isso foi muito importante, para que tivéssemos uma boa acolhida pelas pessoas, pois a cidade era muito conservadora”, Enjo ressalta.

Desde então, a rede de amigos, colaboradores e interessados nos retiros e aprendizados vem atraindo gente de todo o Brasil. A rede foi crescendo e o volume de interessados nos retiros foi aumentando. Era necessário construir uma casa comunitária maior e, outra vez, a bioconstrução e os mutirões foram a solução: reuniram mais de 200 voluntários, entre 2016 e 2017, e levantaram a nova casa.

Em 2013, Enjo Sensei se estabeleceu em Bragança Paulista, interior de São Paulo, onde a atividade da *sangha* (comunidade Budista) é mais intensa, com práticas diárias. Em Pedra Bela, ocorrem os retiros de silêncio, os trabalhos comunitários (chamados de *samu*) e as cerimônias no templo.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Dentre as inúmeras características já listadas por pesquisadores que buscam traçar o perfil do empreendedor, é necessário trazer foco para as que validam o perfil diferenciado do empreendedor social, dentro da problematização que levantamos. As pesquisas sobre empreendedorismo social vêm ganhando corpo nos últimos anos (Phillips et al., 2015; Dees; Anderson, 2006). As definições e construtos sobre o assunto não são convergentes e contribuem para trazer novos questionamentos ao campo de pesquisa (Dees; Anderson, 2006). Contribui para essas divergências, a interdisciplinaridade do campo, uma vez que atravessa vários limites, como os da economia, psicologia, sociologia, antropologia e ciência política (Kumar; Tripathi, 2020).

Em revisão sistemática, Phillips et al. (2015) percebem que os empreendedores sociais se concentram em trazer melhores resultados sociais para uma determinada comunidade ou grupo de partes interessadas. Dees (2001) destaca a capacidade de provocar mudanças, revolucionar, enxergando oportunidades onde a maioria das pessoas vê problemas.

Nessa linha, a motivação e a realização aparecem como características fortes do empreendedor (Schmitz, 2012), listadas também por diversos pesquisadores (Kumar; Tripathi, 2020). Nem sempre os debates e discussões sobre os vários tipos de empreendedorismo (como o corporativo, cultural, público, institucional) consideram que cada tipo possui um valor hipotético (Kumar; Tripathi, 2020) e, por esse motivo, devem ser problematizados.

Se fôssemos comparar as características de Enjo Sensei com a de um empreendedor convencional, não encontraríamos nele características fortes em fatores como velocidade e o posicionamento de assumir riscos. No entanto, seus resultados como empreendedor social são inegáveis pelo impacto social causado. Isso torna este estudo de caso ideal para a problematização que buscamos. Esses não são resultados

mensuráveis, mas Dees (2001) aponta o impacto na vida das pessoas como o valor principal a ser cultivado pelo empreendedorismo social.

A entrevista feita com Enjo Sensei, seguiu os moldes propostos pelos dez questionamentos de Schmitz (2012), mas foi notável a impossibilidade desses questionamentos abrangerem, de forma satisfatória, as dimensões do empreendedorismo social. Apesar disso, ao questionar a forma como se trata o empreendedor como uma pessoa especial, encaixada no mito do herói, Schmitz contribui para a concepção de um perfil mais realista, de uma pessoa que age de forma diferenciada em incidentes críticos, que não, exatamente, tem a resposta para tudo. Este gancho pode ser usado para transcender os questionamentos elaborados na metodologia de Schmitz (2012).

No **primeiro questionamento**, ao descrever uma situação em que teve de fazer alguma coisa por si mesmo, Enjo Sensei apontou sua decisão de seguir a vida monástica. Era uma decisão difícil, ele tinha carreira estável, em ascensão, mas chegou ao ponto em que o “chamado interior” foi mais forte e, em 1995, ele teve a certeza de que devia largar tudo para isso.

Até que não tive medo, sempre tive muita certeza nas coisas que a gente acredita. O que mais assustava era uma vida financeiramente difícil, ter que abrir mão da segurança de ter uma estabilidade, se você ficar doente, quando envelhecer. Na época abri mão de tudo, de minha casa, meus livros, doei tudo e decidi seguir o ‘caminho do monge’ que é o ‘vou sem nada’.

Observa-se aqui, na fala de Enjo, o desprendimento do “vou sem nada”, para uma mudança radical em sua vida, o que poderia ser caracterizado como “assumir riscos” (Schmitz, 2012), mas o entrevistado aparentemente não identifica dessa forma, como é possível perceber no quinto questionamento.

Enjo relata que os templos no Japão não são muito receptivos com estrangeiros, mas que tudo deu certo, “porque parecia ser o caminho natural das coisas”. Essa disposição também parece ser de “assumir riscos”, mas mostra um grau de resiliência revelado na atitude positiva. Ele sabia o que enfrentaria, mas não via como risco e sim como aprendizado, o que revela uma postura de desapego. Vale lembrar que o Budismo traz, dentre seus valores, o desapego, inclusive do controle, para deixar a vida fluir sem extremos, pelo “caminho do meio” (Trungpa, 2013). E isso reflete nas atitudes do monge, de deixar os acontecimentos fluírem, sem forçar os movimentos e sem impedi-los. Aqui o valor pessoal sobressai diante das características do empreendedor.

O **segundo questionamento**, que solicita descrever uma situação em que foi necessário persuadir alguém pra poder alcançar o seu objetivo, causa estranhamento ao entrevistado. “Nunca precisei persuadir ninguém. No momento em que tomei a decisão de ser monge, tudo começou a conspirar para dar certo”, Enjo responde.

É possível aqui, observar um paradigma na característica que seria apontada como importante no empreendedor convencional, mas que não é fundamental ao empreendedor social. Persuasão não é necessária quando o empreendedor inspira motivação nas pessoas. É quando predomina a característica

que Bueno e Lapolli (2011) consideram a mais relevante: compreensão intra e interpessoal, ou “entender de gente”.

A **terceira questão**, solicita descrever uma situação em que se teve muita dificuldade em conseguir algo e a construção da casa comunitária foi apontada por Enjo, pois foram dez anos esperando pacientemente ter condições favoráveis.

Este terceiro incidente crítico se liga ao **sexto**, “descreva uma situação em que você teve que rever seus planos iniciais e se adequar ao momento”, que mostra a resolução de Enjo: “se não é para ser, vamos esperar” (novamente o valor pessoal de desapego predomina). Foi assim até que foi possível levantar o dinheiro para o pontapé inicial e começar o projeto. “Agora, já temos planos para ampliar ainda mais, tem o projeto pronto para construir uma estrutura maior para os retiros. Trabalhando em benefício das pessoas, as coisas acontecem no tempo certo”, afirma Enjo. No final de 2019, o templo recebeu um número recorde de participantes para o retiro de ano-novo, 54 pessoas e em 2020, a estrutura maior começou a ser erguida para ampliar a capacidade para 80.

Na **quarta situação**, “uma atitude que causou sensação de realização pessoal”, Enjo destaca os mutirões para a materialização da casa comunitária. O monge relata que, com a divulgação por *sites*, grupos e agendas alternativas,

veio muita gente com idealismo e vontade de ajudar. Me trouxe muita felicidade, de ver tanta gente reunida, e de compartilhar o conhecimento que eu tinha trazido do Japão, sobre a bioconstrução (*tsuchi kabe*), que é uma versão japonesa da construção de pau a pique, muito conhecida no Brasil, para levantar casas, com excelente qualidade, com baixo custo. Não é só a construção, a coisa física, quando você faz a bioconstrução em mutirão, cada pessoa se sente parte daquilo, lembra da vivência, dos encontros, vê a alegria de todo mundo participando. Foi algo que superou todas as expectativas, envolveu toda a comunidade e até hoje, as pessoas comentam e foi muito gratificante.

O **quinto questionamento** “descreva uma situação em que você correu risco”, como comentado, também causou estranhamento, pois Enjo não vê risco pessoal no que faz, “porque é um movimento que acontece, como uma onda que se forma e leva você junto”.

Este ponto é desenvolvido por Schmitz (2012) como correr riscos relacionados a negócios, o que nem sempre se observa em empreendimentos sociais.

No **sétimo incidente**, sobre “uma situação em que você pessoalmente foi obter informações necessárias para um determinado projeto”, e no **oitavo**, sobre “uma situação em que você viu uma oportunidade fora do comum para iniciar um projeto”, as respostas foram interligadas. Enjo descreveu a campanha que fizeram para conseguir financiamento coletivo, por meio do *crowdfunding*, para viabilizar o projeto da casa comunitária.

Primeiro, surgiu a oportunidade de fazer a campanha pela plataforma, que acabou se tornando um grande diferencial, “nós abraçamos a ideia e trabalhamos em cima dela”. Mas como ninguém conhecia a plataforma, foi necessário aprender como funcionava o *crowdfunding*. “Tive que fazer várias reuniões com

peças da área, para saber como funcionava a questão da divulgação, usar a plataforma e lançar o projeto na internet, para arrecadar fundos”, relata Enjo.

Foram feitos vídeos, falando sobre a importância da meditação na vida das pessoas, que o templo visa ajudar as pessoas a trilhar um caminho de autoconhecimento e busca interior. A monja Coen também contribuiu com um vídeo, pedindo ajuda das pessoas para levar adiante o projeto.

E mais uma vez, Enjo contou com ajuda de sua rede: “vieram duas pessoas que trabalham na Google, para fazer retiro e eles ficaram encantados, quiseram ajudar. Viramos um *case* da Google, veio uma empresa do Rio de Janeiro, de vídeo, para fazer uma reportagem”.

Com o apoio da Google, uma “consultoria informal”, conforme descreve o monge, ele aprendeu sobre marketing digital, divulgação, como ter visibilidade, fazer melhores contatos, foi agregando pessoas, que trouxe a possibilidade de aproveitar a oportunidade. O *crowdfunding* arrecadou R\$15.150,00, para a construção da casa comunitária.

Schmitz (2012) destaca a construção dessa rede de pessoas como uma característica forte no empreendedor e na entrevista, percebe-se que é o eixo central das atividades de Enjo.

O **nono questionamento** verifica “uma situação em que você teve que agir diretamente para conseguir que um determinado projeto pudesse ser terminado no prazo ou que atendesse ao padrão de qualidade desejado”. Enjo questiona se essa pergunta não é mais adequada a empresários, mas é orientado a transcender para uma atividade similar. Então, ele destaca a inauguração da casa comunitária.

Estávamos recebendo muitos pedidos para o retiro de ano-novo [em 2017]. Tínhamos mais que o dobro de pessoas interessadas, para as vagas do retiro. Então decidimos fazer o que fosse preciso, a Cacau [esposa do monge] deu muito apoio, ela disse ‘vamos usar a casa assim mesmo’. Improvisamos a cozinha, corremos para terminar as mesas do refeitório, com o material que faltava, instalação de vidros, colchões. Fizemos tudo para dar certo, as pessoas foram bem compreensivas com as limitações que tivemos na época, e todos ficaram satisfeitos com o resultado. E nos adaptamos.

A polivalência e a capacidade de realizar (Bueno; Lapolli, 2001), aqui, é uma característica que se destaca. E também que motiva outras pessoas. “Quando chegaram as pessoas, tudo ainda estava meio sujo, com poeira, e no *samu* [o trabalho comunitário], todo mundo contribuiu para a limpeza geral”, relata Enjo.

Oliveira (2004b) define como marcante no empreendedor social, a motivação em catalisar energia para a transformação, movimentando esforços coletivos e integrados.

Na **décima** e última situação “em que você manteve seu ponto de vista mesmo diante de resultados desanimadores”, Enjo relatou uma experiência pessoal.

Em 2006, minha ex-esposa, que era japonesa, voltou para o Japão com meu filho, que tinha três anos, na época. Ela não se adaptou ao Brasil, e resolveu ficar por lá. Eu fiquei bastante desanimado nessa época, pois queria ficar aqui, meu sonho era trabalhar no templo, fazer crescer a comunidade aqui. E também porque eu estava desanimado, nos retiros ia pouca gente. Em 2007 quase parei com os retiros. Muita gente falava para eu largar isso, deixar pra lá, fazer outra coisa, viajar. Mas eu acreditava que aquela fase ia passar. No Budismo, se fala muito em impermanência, as coisas

boas passam, mas as coisas ruins também passam. Aos poucos, a fase difícil foi passando e em 2008, conheci a Cacau [sua atual esposa], que começou a participar da *sangha* e ajudar nos retiros e ela me deu ânimo para continuar. Isso mostrou que estávamos no caminho certo, de que a gente tem muito a contribuir com nosso trabalho.

Neste questionamento, Enjo relata o impacto que as questões pessoais têm em seu trabalho, mas também, como a questão espiritual “as coisas boas passam, mas as coisas ruins também passam”, tem grande peso em sua forma de ver a vida. Outra vez, os valores pessoais se destacam.

A motivação para continuar, aparece tanto das pessoas que o rodeiam, quanto dos resultados obtidos com o trabalho do templo, como Enjo relata: “Às vezes encontro pessoas que fizeram retiro e dizem: ‘aquele retiro mudou minha vida, mudou minhas atitudes, passei a ver a vida de outra forma’. Isso é muito gratificante, a forma como a gente acaba atuando de uma forma benéfica na vida de muitas pessoas”.

Esta última colocação contribui para a dissociação entre o empreendedorismo convencional, pautado por valores de mercado, do social, orientado por valores sociais (Dees, 2001), completamente. Assim como Dees (2001) e Dees e Anderson (2006) destacam, o valor maior é dado pelo benefício feito a outras pessoas.

CONCLUSÃO

E agora, o que a vida de um monge *zen*-budista tem a ver com o ambiente volátil, incerto, complexo e ambíguo que cerca o empreendedorismo? Ousamos dizer que o monge diria sabiamente: “nada”. Primeiro, porque o ambiente VUCA é chamado de “impermanência” pelo Budismo, ou seja, há milênios existe um VUCA bem debaixo de nossos narizes, mas só agora o mundo empresarial adotou uma sigla para isso. Não é novidade que o mundo sempre foi impermanente e que os monges aprendem a aceitar isso. Mas o conhecimento que geramos cada vez mais rápido é novidade e é com base nele que temos de nos mover. Segundo porque, como vimos na entrevista com o monge, sua forma de lidar com incidentes críticos é manter a calma e contar com sua rede de colaboradores.

Ao problematizar a ideia que se tem de empreendedorismo social, atrelada a uma lógica mercadológica, foi possível verificar vários pontos conflitantes entre a literatura sobre empreendedorismo convencional e as pesquisas sobre empreendedorismo social. Esse conflito transparece no ponto de vista e valores verificados nas experiências relatadas pelo entrevistado. Apesar do método aplicado neste estudo se provar inadequado para ser aplicado em um empreendedor social, trouxemos o conflito necessário para abordar o tema.

O entrevistado não se encaixa em um perfil convencional de empreendedor, mas, pelas características relatadas, adiciona valores e causa impacto na vida de muitas pessoas, o que alcança as definições dadas de empreendedorismo social, principalmente da característica “entender de gente”.

Percebemos a relevância desta característica para o empreendimento social, principalmente, por unir eficazmente uma rede de pessoas em torno de uma ideia sem fins de lucro.

Foi possível comparar a superficialidade com que o assunto empreendedorismo social, por vezes, é tratado na literatura, como se fosse apenas um apêndice de empresas, com seus projetos e metas de responsabilidade social, muitas vezes desenvolvidos como forma de minimizar passivos ou como compensações judiciais, ou seja, sem uma raiz de comprometimento real com o social.

Por fim, os resultados mostram que há uma lacuna nas pesquisas mais sólidas sobre empreendedorismo social, com foco em dissociação de expectativas capitalistas de consumo sobre a realização de projetos sociais. O assunto carece de estudos que transcendam o senso comum e possam abarcar definições mais precisas, que sistematizem as características de empreendedores sociais em momentos históricos e busquem definições mais próximas da realidade atual.

Neste cenário de impermanência, VUCA, ou crise, a principal conclusão deste estudo é que entender de gente e cultivar redes sociais faz parte das soluções que podemos e devemos abraçar.

AGRADECIMENTOS

Os agradecimentos são ao monge Enjo, que gentilmente cedeu horas de sua agenda para a realização da entrevista; à Universidade Federal de Santa Catarina; ao Departamento de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento; e à Capes, Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior, fundação vinculada ao Ministério da Educação, por fornecer a bolsa de doutorado de dedicação exclusiva para a discente Juliana Frandalozo Alves dos Santos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

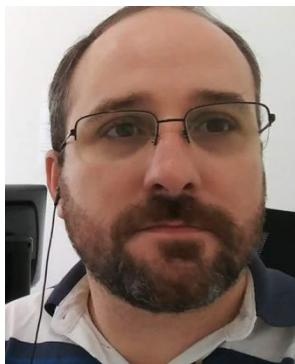
- Bueno, J. L. P.; Lapolli, É. M. (2001). *Empreendedorismo tecnológico na educação: vivências empreendedoras*. Florianópolis: Escola de Novos Empreendedores.
- De Masi, D. (2000). *O ócio criativo*. Rio de Janeiro: Sextante.
- Dees, J. G. (2001). *O significado de empreendedorismo social*. Versão original: 31 de Outubro de 1998. Versão revista e reformulada: 30 de Maio de 2001. Disponível em: <http://www.uc.pt/feuc/ceces/ficheiros/dees>. Acesso em: 29/07/2020.
- Dees, J. G.; Anderson, B. B. (2006). Framing a theory of social entrepreneurship: Building on two schools of practice and thought. In: R. Mosher-Williams (Ed.), *Research on social entrepreneurship: understanding and contributing to na emerging field* (pp. 39-66). ARNOVA Occasional Paper Series 1(3). Disponível em: https://centers.fuqua.duke.edu/case/knowledge_items/framing-a-theory-of-social-entrepreneurship-building-on-two-schools-of-practice-and-thought/. Acesso em: 29/07/2020.

- Kumar, J.; Tripathi, A. (2020). Review on the Social Entrepreneurship. *Journal of Critical Reviews*, 7 (10), 1209-1213.
- Merriam, S. B. (2009). *Qualitative research: a guide to design and implementation*. San Francisco: Jossey-Bass/Wiley. p. 1-38.
- Oliveira, D. P. R. (2014). *Empreendedorismo: vocação, capacitação e atuação direcionadas para o plano de negócios*. São Paulo: Atlas.
- Oliveira, E. M. (2004a). *Empreendedorismo social no Brasil: atual configuração, perspectivas e desafios – notas introdutórias*. Revista da FAE, Curitiba, v.7, n. 2, p. 9-18, jul./dez. 2004. Disponível em: <<http://dns.ts.ucr.ac.cr/binarios/pela/pl-000526.pdf>>. Acesso em: 29/07/2020.
- Oliveira, E. M. (2004b). *Empreendedorismo social no Brasil: fundamentos e estratégias*. Franca. 538f. Tese (Doutorado em Serviço Social) - UNESP, Franca, 2004. Disponível em: <http://cac.php.unioeste.br/projetos/casulo/docs/prof_edson.pdf>. Acesso em: 29 jul. 2020.
- Phillips, W., et al. (2015). Social Innovation and Social Entrepreneurship: A Systematic Review. *Group ; Organization Management*, 40(3), 428–461.
- Schmitz, Ana Lucia F. (2012). *Competências empreendedoras: os desafios dos gestores de instituições de ensino superior como agentes de mudança*. 2012. 281 f. Tese (Doutorado) – Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento, Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis. Disponível em: <<http://btd.egc.ufsc.br/wp-content/uploads/2012/04/Ana-L%C3%BAcia-Ferraresi-Scmitz.pdf>>. Acesso em: 29/07/2020.
- Trungpa, C. (2013). *As Quatro Nobres Verdades do Budismo e o Caminho da Libertação*. São Paulo: Cultrix.

ÍNDICE REMISSIVO

- A**
- aplicativo, 6, 7, 22, 42, 56, 118, 119, 124, 125, 126, 127
- aprendizagem interorganizacional, 11, 14, 16, 17, 18, 19
- arquitetura da escolha, 6, 118, 119, 127
- B**
- Budismo, 80, 82, 84, 85, 87
- C**
- capacidade absorptiva, 5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16, 17, 18, 19
- Cidade Inteligente, 6, 130, 136, 137, 139, 140, 141, 142, 143, 144
- coaching, 6, 7, 88, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100
- comunicação interna, 5, 7, 37, 38, 40, 41, 42, 44, 45, 46, 47
- conceito, 6, 9, 37, 42, 44, 49, 53, 57, 58, 62, 64, 91, 103, 104, 130, 136, 137, 138, 140, 143, 144
- conhecimento, 149, 150, 151, 152, 153
- D**
- desenvolvimento, 149, 151
- Design* de serviços, 7, 48
- destino turístico, 49, 50, 51, 52, 53, 57, 58, 63, 65, 70, 71
- E**
- empreendedorismo, 6, 7, 14, 29, 76, 77, 78, 79, 81, 82, 85, 86, 162
- empreendedorismo social, 6, 7, 76, 77, 78, 79, 81, 82, 85, 86
- G**
- gestão
- da inovação, 5, 10, 38, 39, 40, 41, 43, 44
- de Processos de Negócios, 6, 101, 102
- Governança Multinível, 62, 63, 65, 66, 70, 73
- I**
- incidentes críticos, 82, 85
- inovação, 7, 25, 36, 37, 47, 101, 149, 150, 151, 152, 154, 155, 156, 157, 160, 162, 163, 164
- L**
- liderança, 153
- M**
- maturidade em BPM, 6, 102, 104, 107
- método *Lean Startup*, 23, 24, 30
- Multigov, 62, 63, 66, 68
- N**
- nudge, 6, 119, 122, 125, 126
- O**
- organizações do conhecimento, 7, 22, 23, 24, 26
- P**
- práticas de gestão do conhecimento, 6, 7, 88, 93, 97, 98, 99, 101
- processo de inovação, 5, 7, 22, 23, 33, 40, 43, 117
- R**
- revisão sistemática, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 33, 36, 64, 81, 88, 93, 130, 131, 143, 144
- S**
- Santa Catarina, 5, 8, 22, 37, 42, 63, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 73, 74, 75, 76, 86, 87, 101, 106, 117, 143, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 161, 162, 164, 166
- serviço público, 6, 88, 89, 92, 95
- startups, 5, 7, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 22, 24, 26, 27, 28, 29, 30, 32, 33, 34, 35, 37, 38, 150, 166
- T**
- turismo, 5, 48, 49, 52, 54, 56, 57, 58, 62, 63, 66, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 151
- V**
- valor social, 76, 78
- vantagem competitiva, 25, 26, 31, 34, 39

SOBRE OS ORGANIZADORES



EDUARDO ZEFERINO MAXIMO

Mestrando em Engenharia e Gestão do Conhecimento (EGC-UFSC), Membro do Núcleo de Estudos em Inteligência, Gestão e Tecnologias para Inovação (IGTI). Possui graduação em Artes Visuais pela Universidade do Extremo Sul Catarinense (2004), Pós graduado em Marketing (2005). Atualmente é Gerente Executivo do Movimento Catarinense para Excelência - Excelência SC. Já atuou como professor de Pós-Graduação na Faculdade Anglo-Americano na cadeira de Gestão Empresarial e também atuou na Faculdade de Tecnologia Michel como Professor das Disciplinas de Comunicação Integrada ao Marketing, Planejamento de Marketing, Orientação ao Trabalho de Conclusão de Curso e Estágio. Exerceu ainda as funções de Coordenador de Marketing e Qualidade e Gerente de Desenvolvimento Institucional da Sociedade Literária e Caritativa Santo Agostinho - Hospital São José. Atuou ainda como Analista de Assessoria de Gestão na Thomson Reuters/Domínio Sistemas. Tem experiência na área de Administração, com ênfase em Gestão da Excelência (Planejamento estratégico, análise e solução de problemas, Fundamentos da excelência, Lean Six Sigma, Gestão por processos) e de marketing, atuando principalmente nos seguintes temas: marketing, satisfação do cliente, fidelização, satisfação.



GISELY JUSSYLA TONELLO MARTINS

Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento (PPGEGC-UFSC), Mestre em Administração (UFSC), MBA em Marketing (FGV), Especialista em Tecnologias Educacionais (UNISOCIESC), Graduação em Administração (UFSC). Pesquisadora do Laboratório ENGIN / EGC / UFSC. Possui formação em Gestão para Empreendedores (CUOA Business School, Vicenza, Itália) e em Negociação,

Mediação, Conciliação e Arbitragem. Possui experiência profissional nas áreas de marketing, vendas e serviços, além de ter atuado como coordenadora de cursos de graduação e pós-graduação. Atualmente realiza consultorias e ações de treinamento e desenvolvimento para empresas de todos os portes, além de mentorias para empreendedores e startups. Também atua como professora da Faculdade CESUSC mantida pelo Complexo de Ensino Superior de Santa Catarina, nos cursos de Administração e Tecnologia em Marketing. É também professora convidada do MBA da Universidade Estácio de Sá.



JOÃO ARTUR DE SOUZA

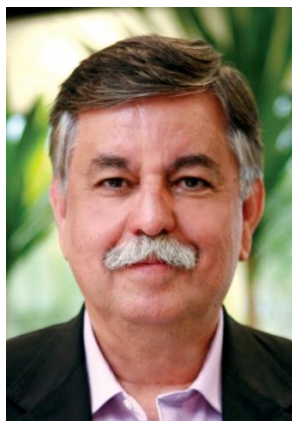
Professor Titular da Universidade Federal de Santa Catarina no Departamento de Engenharia do Conhecimento. Graduação em Matemática (Licenciatura) pela Universidade Federal de Santa Catarina (1989) e em Direito pela Universidade do Sul Catarinense, mestrado em Matemática e Computação Científica pela Universidade Federal de Santa Catarina (1993) e doutorado na área de Inteligência Artificial em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina (1999). Trabalhou na Universidade Federal de Pelotas de 1993 a 2007 como professor na área de Matemática, atuando especialmente em Educação a Distância. Foi coordenador dos Cursos de Graduação em Matemática e Matemática a Distância (2005-2006). Líder do Grupo de Pesquisa IGTI - Inteligência, Gestão e Tecnologias para Inovação (Líder) e ENGIN – Engenharia da Integração e Governança do Conhecimento. Pesquisa na área de Inovação, Inteligência Artificial, Gestão do Conhecimento, Gestão de Risco e Controle Interno, e Universidade Corporativa. Atua como professor no Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento da UFSC na área de Inteligência e Gestão para Inovação. É autor de centenas de artigos publicados em revistas científicas e anais de evento, e autor do livro Introdução a Lógica Matemática (2010), e editor dos livros: Inovação em Segurança

Pública (2018), Inteligência para Inovação (2018), Empreendedorismo e Inovação Social (2017), Ciência, tecnologia e inovação: pontes para a segurança pública (2016), Cadernos de pesquisa em inovação: as novas tecnologias e as tendências em inovação (2013).



LUANA EMMENDOERFER

Doutoranda em Gestão do Conhecimento pelo Programa de Pós-graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento da Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC, Mestre em Planejamento Territorial e Desenvolvimento Socioambiental pela Universidade do Estado de Santa Catarina - UDESC (2011), Especialista em Desenvolvimento Regional e Sócio Ambiental pela Universidade Federal do Paraná - UFPR (2008), Bacharel em Turismo e Hotelaria pela Universidade do Vale do Itajaí - UNIVALI (2006). Desde 2010 é servidora efetiva do estado de Santa Catarina na função de Analista de Turismo atuando na área de políticas públicas de turismo, pesquisas, inovação e elaboração de projetos turísticos. Co-idealizadora da ferramenta Almanach – dados para o turismo catarinense e do INOVATUR – 1º Programa de Inovação aberta focado no turismo catarinense. Atualmente Diretora de Estudos e Inovação da Agência de Desenvolvimento do Turismo de Santa Catarina, membro da Rede de Inteligência do Turismo de Santa Catarina, da Rede Brasileira dos Observatórios de Turismo e do grupo de pesquisa KnowTour; Revisora de periódicos nacionais e internacionais relacionados a turismo. Tem interesse em trabalhos relacionados à governança do conhecimento e turística, destinos turísticos inteligentes, inovação, sistemas de inteligência turística e economia criativa.



NERI DOS SANTOS

CEO do Instituto STELA e professor Sênior do Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento da Universidade Federal de Santa Catarina (EGC/UFSC. Graduado em Engenharia Mecânica pela Universidade Federal de Santa Catarina (1976), especialização em Engenharia de Segurança do Trabalho pela Universidade Federal de Santa Catarina (1977), Mestrado em Ergonomie pela Université de Paris XIII (1982), França. Doutorado em Ergonomie de Ingenierie; pelo Conservatoire National des Arts et Metiers (1985), França e Pós-doutorado em Ingenierie Cognitive pela École Polytechnique de Montréal- Canadá. Ex-Presidente da ABEPRO, Gestão 92/93 e 94/95. Ex-Decano da Escola Politécnica da Pontifícia Universidade Católica do Paraná - PUCPR 2015/2018.). Faz parte do Conselho Editorial das seguintes revistas: American Journal of Industrial Engineering, International Journal of Knowledge Engineering and Management, Ação Ergonômica, Gestão Industrial, INGEPRO Inovação, Gestão e Produção e Revista de Ciência e Tecnologia.



PALMYRA FARINAZZO REIS REPETTE

Doutoranda em Engenharia e Gestão do Conhecimento pela Universidade Federal de Santa Catarina. Mestre em Engenharia Civil pela Universidade de São Paulo (1998), na área de Tecnologia e Gestão da Produção. Atualmente, é Analista Judiciário, apoio especializado Engenharia Civil, no Tribunal Regional Eleitoral de Santa Catarina. Trabalhou como auditora de Sistemas de Gestão da Qualidade ISO 9000 pela Fundação Carlos Alberto Vanzolini, da Universidade de São Paulo, e como consultora do Centro de Tecnologia de Edificações (CTE/SP). Atuou como Professora Substituta do Departamento de Construção Civil da Universidade Federal de Juiz de Fora e como Professora Substituta do Departamento de Engenharia Civil da Universidade Federal de Santa Catarina. Atuou como consultora autônoma e auditora de

sistemas de gestão da qualidade com base nas normas ISO 9000. Tem experiência na área de Engenharia Civil, com ênfase em construção civil.



RICARDO PEREIRA

Doutorando no Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento (EGC) da Universidade Federal de Santa Catarina. Mestre em Engenharia de Produção, na área de inteligência organizacional pela Universidade Federal do Santa Catarina (2009). Graduado em Administração de Empresas (2002) e em Direito (2013), ambos pela Universidade Federal de Santa Catarina, com especialização/MBA em Gestão Global pela Universidade Independente de Lisboa (2004). Pesquisador do Laboratório de Liderança e Gestão Responsável LGR/EGC/UFSC. Servidor Público Federal desde 2004. Administrador/Analista da UFSC-Universidade Federal de Santa Catarina, Procuradoria Geral Federal (PF/AGU) e IBGE, exercendo atividades relacionadas à supervisão, programação, coordenação e execução especializada, em um grau de maior complexidade, relacionada a estudos, pesquisas, análises e projetos de administração de pessoal, material, orçamento, organização e métodos. Atualmente atua como Analista de Planejamento, Gestão e Infraestrutura, exercendo suas atividades na Procuradoria da União no estado de Santa Catarina (PU/AGU). SCOPUS ID: 57218597763.

SOBRE OS AUTORES



PATRICIA DE SÁ FREIRE

Professora do Departamento de Engenharia do Conhecimento da Universidade Federal de Santa Catarina, assumindo o cargo de Coordenadora de Ensino. Doutora em Engenharia e Gestão do Conhecimento pela Programa de Pós Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento/ UFSC (2013). Mestre em EGC/UFSC (2010). Autora de sete livros e mais de 300 artigos científicos publicados em congressos nacionais e internacionais, periódicos e capítulos de livros, destacando a coautoria de capítulos da obra Interdisciplinaridade em Ciência Tecnologia; Inovação contemplada com 2º lugar no Prêmio Jabuti no ano de 2011 e, outros artigos premiados em congressos. Possui graduação em Pedagogia, com habilitação em Tecnologias da Educação, pela PUC/RJ (1986). É especialista em Marketing pela ESPM/RJ (1987) e em Psicopedagogia pela UCB/RJ (2006). Atualmente é líder do Laboratório ENGIN - Engenharia da Integração e Governança do Conhecimento para a Inovação e membro dos Grupos IGTI (Núcleo de Inteligência, Gestão e Tecnologia para a Inovação/UFSC) e, do KLOM (Interdisciplinar em Conhecimento, Aprendizagem e Memória Organizacional/UFSC). É Editora do International Journal of Knowledge and Management (IJKEM).



RODRIGO GUERRA GARCIA

Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento (UFSC). Possui graduação em Administração pela Universidade Estácio de Sá (2015). MBA em Gestão Empresarial pela FGV (2018). Atualmente é consultor de projetos. Tem experiência na Administração Pública, com ênfase em gestão de projetos e planejamento. Possui conhecimentos específicos na área da saúde.



ROGÉRIO CID BASTOS

É professor titular da Universidade Federal de Santa Catarina. Ocupa, desde maio de 2016 o cargo de Pró-reitor da Pró-reitoria de Extensão da Universidade Federal de Santa Catarina. Possui graduações em Estatística pela Universidade Federal do Paraná (1978); Ciências Jurídicas e Sociais pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná (1979); mestrado em Engenharia de Produção - Pesquisa Operacional pela Universidade Federal de Santa Catarina (1983); especialização em Engenharia de Sistemas pela Universidade Técnica de Lisboa (1988) e doutorado em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina (1994). Possui ampla experiência administrativa na gestão do Ensino Superior. Foi Pro-Reitor de Administração da Universidade Federal da Fronteira Sul (2010-2011); Secretário de Informática da Universidade Federal da Fronteira Sul (2009-2010); Secretário de Informática da Universidade Federal de Santa Catarina (1996-2004); dentre outros cargos de direção, chefia e coordenação.



KLEITON LUIZ NASCIMENTO REIS

Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Mestre em Jornalismo pelo Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da UFSC, e Bacharel em Comunicação Social - Habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal do Pará (UFPA). É ainda Especialista em Gestão da Comunicação em Mídias Digitais pelo SENAC-SC e trabalha na área de Marketing Digital e como professor de Marketing nos cursos de Graduação do SENAC-SC. Também possui experiências profissionais nas áreas de assessoria de comunicação e jornalismo online, além de integrante do Grupo de Pesquisa Psicologia, Subjetividade, Inovação e Conhecimento (PSIC).



GERTRUDES APARECIDA DANDOLINI

Professora Titular da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Mestre (1997) e Doutora em Engenharia de Produção (2000), e licenciada em Matemática (1992) pela UFSC. Foi professora da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL) entre 1993 e 2007, onde foi coordenadora dos cursos de Lic. em Matemática presencial e do a distância. Foi pesquisadora da Universidade Aberta do Brasil (UAB) entre 2007 e 2011. Foi coordenadora e subcoordenadora do Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento (PPGEGC) entre 2016-2017 e 2018-2019, respectivamente. Atualmente é líder do Grupo de Pesquisa Inteligência, Gestão e Tecnologia para Inovação (IGTI) e membro do ENGIN - Engenharia da Integração e Governança do Conhecimento. Ministra na graduação: Teoria Geral dos Sistemas, Criatividade e Inovação e Gestão da Inovação. Na pós-graduação é professora do PPGEGC/UFSC na área de inovação. Linhas de pesquisa: Front End da Inovação, Inteligência para Inovação, Gestão de Inovação, Inovação Social e Universidade Corporativa.



LEONARDO L. L. DE LACERDA

Mestre em Lazer pela UFMG (linha temática de Formação e Atuação Profissional. Museu e Marketing de Serviços), Especialista em Lazer pela UFMG (abordagem sobre jogo e grupos sociais). Graduado em Turismo pelo Centro Universitário Newton Paiva (abordagem sobre ludicidade e saúde). Graduação incompleta em Administração pela Faculdade de Estudos Administrativos (FEAD). Coach pelo Instituto Brasileiro de Coaching. Atualmente é doutorando em Engenharia e Gestão do Conhecimento na UFSC (linha de pesquisa em Gestão do Conhecimento e Sustentabilidade).



FERNANDA KEMPNER MOREIRA

Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento (EGC). Mestre em Administração pelo Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Santa Catarina (2011). Especialista em Marketing e Gestão de Pessoas (2002) e Gestão Financeira e Contábil (2008). Graduada em Administração pela Faculdade Estadual de Ciências e Letras de Paranavaí (2001). Membro do Grupo de Pesquisa ENGIN Núcleo de Engenharia da Integração e Governança do Conhecimento para a Inovação. Possui experiência como docente, atuando principalmente nas disciplinas: administração da produção, gestão de pessoas e gestão da qualidade.



GREGÓRIO JEAN VARVAKIS RADOS

Professor titular da Universidade Federal de Santa Catarina, Depto de Engenharia do Conhecimento atuando no ensino da graduação (Engenharias e Ciência da Informação) e nos programas de Pós-graduação de Engenharia e gestão do conhecimento e Ciência da Informação. Possui graduação em Engenharia Mecânica pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (1979), mestrado em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina (1982) e doutorado em Manufacturing Engineering - Loughborough University of Technology (1991). Tem experiência na área de Gestão, com ênfase em Gestão de Processos, Gestão do Conhecimento e Gestão de Organizações de Serviços, atuando principalmente nos seguintes temas: inovação, gestão do conhecimento, produtividade, melhoria contínua, tecnologia de informação e fluxo informacional.



JULIANA FRANDALOZO ALVES DOS SANTOS

Doutoranda em Engenharia e Gestão do Conhecimento (UFSC). Bolsa Capes / Proex de Doutorado, Dedicção exclusiva. Investigadora em Gestão de Risco e Desastres e Gestão do Conhecimento com foco em Comunicação, Resiliência e Liderança. Mestre em Jornalismo (2014) para o Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (UFSC), Bacharel em Jornalismo (2010) (UFSC). Jornalista multimídia, atuando como repórter de jornalismo impresso e online, em comunicação institucional estratégica, edição e redação, em diversas línguas, estilos e veículos, com experiência em coordenação e treinamento de equipes. Fez intercâmbio acadêmico na Universidade de Santiago do Chile, em 2009. Foi corretora da Capes e pesquisadora do Centro Universitário de Estudos e Pesquisas em Desastres da Universidade Federal de Santa Catarina. Trabalhou como cantora lírica e atriz durante ou ensinou e vivenciou a importância da criatividade na construção da resiliência. Áreas de interesse: Gestão do Risco e Desastre; Liderança; Comunicação e Planejamento Estratégico em Organizações.



ANA MARIA BENCCIVENI FRANZONI

É professora Titular da Universidade Federal de Santa Catarina/UFSC do Departamento de Engenharia Civil, do Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento e do Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Transportes e Gestão Territorial. Engenheira Civil, Especialista em Gestão de Pessoas por Competência e Coaching, Mestre pela Universidade Federal de Santa Catarina/UFSC e Doutora pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho/UNESP. Coordenou o Curso de Especialização em Operações Rodoviárias - UFSC/Labtrans/Dnit. Atualmente é coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Transportes e Gestão Territorial.



LUCIANO A. NASCIMENTO MACHADO

Mestrando em Engenharia e gestão do conhecimento EGC/ UFSC Universidade Federal De Santa Catarina. Bolsista CAPES - PROEX. Pós-graduado em Coaching pela Universidad Europea del Atlantico, através da Fundação Universitária Iberoamericana FUNIBER. Graduado Hotelaria pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina IFSC. Membro do Grupo de Pesquisa-Laboratório de Engenharia do Conhecimento (dgp.cnpq.br/dgp/espelhogrupo/6582228186571058). Atuando na linha de pesquisa em Engenharia do conhecimento em destinos turísticos inteligentes. Tem experiência na área de Hotelaria; Turismo, com ênfase na liderança e gestão de equipes na hotelaria.



RITA LUCIA BELLATO

Mestranda em Engenharia e Gestão do Conhecimento pelo Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento da Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC. Especialização em Administração, Gestão Pública e Políticas Sociais pela Faculdade Dom Bosco de Ubiratã. Graduação em Ciências Econômicas pela Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC. Integrante do Grupo de Pesquisa (ERGON) em Gestão do Conhecimento da UFSC, autora de capítulo e organizadora de livro e de artigos em periódicos especializados e em anais de eventos, nacionais e internacionais. Atuante na Linha de Pesquisa de Teoria e Prática em Gestão do Conhecimento com foco nas áreas de Gestão Pública, Competências Digitais, Transformação Digital, Capacidades Organizacionais, Auditorias Governamentais, Auditoria do conhecimento, Liderança, Coaching e Empreendedorismo. rita.lucia@ufsc.br.



MARCIO CRESCENCIO

Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento da UFSC, com mestrado em Administração pela Universidade Regional de Blumenau - FURB. Especialização em Redes de Computadores pela UTFPR e Gestão Pública na Educação Profissional Tecnológica pelo IFSC. Graduação em Ciência da Computação na UNIPAN; servidor efetivo no cargo de Analista de Tecnologia da Informação do Instituto Federal Catarinense desde de 2008; foi coordenador e Diretor de Tecnologia da Informação; atua no setor Coordenação de Sistemas com desenvolvimento e suporte de sistema integrado de gestão das atividades acadêmicas; tem experiência profissional em planejamento e gestão de Tecnologia da Informação e Comunicação, desenvolvimento e suporte em sistemas de informação e administração de banco de dados. Tem interesse pelos seguintes temas: Gestão Pública, Gestão de Tecnologia da Informação, Gestão do Ensino Superior e da Educação Profissional e Tecnológica, Engenharia e Gestão do Conhecimento. Atualmente pesquisa sobre métodos, técnicas e ferramentas para a construção de modelos e sistemas de conhecimento.



ALEXANDRE ALCIDES DA CONCEIÇÃO NETO

Doutorando do curso de Engenharia e Gestão do Conhecimento da Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC, mestre em Engenharia Ambiental pela UFSC (2004) e graduado em Administração pela UFSC (2000). Atualmente é Gerente de Projetos da Secretaria de Estado da Agricultura de Santa Catarina - SAR e Coordenador Executivo do Núcleo de Inovação Tecnológica para a Agricultura Familiar - NITA. Foi Coordenador de Projetos da Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Estado de Santa Catarina - FAPESC de 2007 a 2019, responsável pelo acompanhamento e avaliação de projetos de pesquisa e inovação.



KAROLINE DE MACEDO SANTOS

Mestranda em Engenharia, Gestão e Mídia do Conhecimento pela UFSC e também especialista em Gestão de Marcas e Comunicação Estratégica pela UFBA. Formada em Relações Públicas, já passou por inúmeras agências de publicidade atendendo clientes como Coca-Cola, Natura e Grupo Brasil Kirin. Ainda na Bahia, deu aulas durante dois anos no Instituto Tecnológico do Território do Sisal. Atualmente em Florianópolis, pesquisa e trabalha com Nudges e Economia Comportamental nas consultorias desenvolvidas pela Florin. É sócia e co-fundadora da Florin, um negócio de impacto social que através de consultorias financeiras e de modelagem de negócio auxilia mulheres empreendedoras a gerir de forma sustentável os seus próprios empreendimentos se posicionando no mercado de maneira mais competitiva.



MARIA JOSÉ BALDESSAR

Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (2006), Mestre em Sociologia Política pela Universidade Federal de Santa Catarina (1999), coordenadora do Grupo de Pesquisa Geografias da Comunicação, da Intercom e do grupo de pesquisa MidiaCon - Mídia e Convergência, Certificado pelo CNPq. É professora Associada da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). É docente permanente nos programas de Pós-Graduação de Engenharia e Gestão do Conhecimento e no de Estudos da Tradução. Ministra disciplinas na graduação em Jornalismo relacionadas ao jornalismo online, economia da mídia e produção textual. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Jornalismo Especializado (Comunitário, rural, empresarial, científico, institucional), atuando principalmente nos seguintes temas: jornalismo, internet, hipermídia, jornalismo online, economia da mídia, história da mídia, convergência digital, usabilidade e ensino de jornalismo. Integra o Núcleo de Televisão Digital Interativa, onde coordena os projetos de extensão, entre eles o www.cotidiano.ufsc.br.



ADILSON ALBUQUERQUE

Mestrando do Programa de Pós-graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento, na área Mídia do Conhecimento, na UFSC. Possui Especialização em História pela Universidade Federal do Paraná (2005). Graduação em Filosofia pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná (1994), em Ciências Religiosas pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná (1997) e em Teologia pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná (2000). Foi professor nomeado da Prefeitura Municipal de Curitiba de 2002 a 2013 e do Estado do Paraná de 2004 a 2013, sendo que do ano de 2007 a 2012 atuou na Secretaria Municipal da Educação de Curitiba com formação continuada de professores. Atualmente atua como Policial Rodoviário Federal, na Universidade Corporativa da Polícia Rodoviária Federal - UniPRF, na área de capacitação dos servidores.



ANDREICI DAIANI VEDOVATTO VITOR

Mestranda em Engenharia e Gestão do Conhecimento - EGC na Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC. Pós-graduada em Desenvolvimento e Tecnologia pela Unochapecó e UNC Campus Concórdia (2013). Especialista em Gestão de Pessoas pela Unochapecó (2011). Bacharel em Administração pela Unochapecó (2009). Atua como Professora de Inovação junto ao SENAC Santa Catarina, onde é também idealizadora e coordenadora do Curso Superior em Tecnologias e Design de Negócios, focado em formar profissionais com conhecimento nas áreas de negócios digitais, design digital e desenvolvimento de soluções, aptos a empreender ou liderar times de tecnologia e processos de transformação digital em organizações. Desenvolve estudos na área de empreendedorismo e inovação, gestão do conhecimento e cidades inteligentes. É membro do Grupo de Pesquisa LabCHIS UFSC. Atuou como professora de empreendedorismo no curso de Administração da Unochapecó. Atuou como agente do InovAtiva Brasil 2015 e 2016.



EDUARDO MOREIRA DA COSTA

Diretor Geral do laboratório internacional LabCHIS (Cidades mais Humanas, Inteligentes e Sustentáveis) com bases na UFSC e no Rio, e consultor independente. Professor do Departamento de Engenharia e Gestão do Conhecimento da UFSC. Autor do livro *Global E-commerce Strategies for Small Businesses* (MIT Press, 2001), publicado em Inglês, Chinês e Japonês (2001 a 2003). Criador e coordenador do primeiro MBA em e-Gov do país, o MeGA. Consultor do BID (na área de e-commerce), Banco Mundial (coordenador de avaliação do Programa InfoDev) e UNCTAD nas áreas de cidades mais humanas, inteligentes e sustentáveis; inovação; negócios eletrônicos; e governo eletrônico. Nos EUA, foi "visiting scholar" na Universidade de Harvard de 1997-2002. No Brasil, foi Diretor de Inovação da FINEP (2007-2010), criador dos programas PRIME, JURO ZERO e 14Bis; Diretor do CNPq (1993-1997), criador do programa SOFTEX 2000 de incentivo à exportação brasileira de software; Pesquisador do CPqD da TELEBRÁS e consultor do IEL-Nacional (onde escreveu o primeiro manual brasileiro sobre o comércio eletrônico, ainda em 1998) e dezenas de empresas e organizações. Dr. Eduardo Moreira da Costa é engenheiro eletricista e M.Sc. em Ciência da Computação pela UFMG e Ph.D. em eletrônica pela Universidade de Southampton, na Inglaterra. Membro da Ordem do Mérito Científico do Governo Brasileiro (2010). Conselheiro de entidades e membro do Conselho de Administração da HOPLON em Florianópolis, é palestrante conhecido no Brasil e no exterior nas áreas de Inovação; Cidades mais Humanas, Inteligentes e Sustentáveis; Novas Políticas Públicas e Organizacionais; Capital de Risco e Empreendedorismo. É ainda membro do Laboratório de Habitats de Inovação e Empreendedorismo da UFSC (<https://www.inlab.ufsc.br>).



LUCIANA MELO HERVOSO

Bacharel em Comunicação Social pela PUC-Rio, MBA em Gestão de Recursos Humanos pela UNIP. Atuou como especialista em Cerimônias de Premiação nos Jogos Olímpicos de 2016, como gerente de eventos na Embaixada do Brasil em Londres nos Jogos Olímpicos de 2012. Formada pela SLAC em Coaching de Vida, Executivo e de Liderança em 2016. Desenvolveu habilidades em meditação e mindfulness na Oneness University na Índia e em Yoga do Som no Canadá com Guy Lussier. Escreveu artigos sobre Cidades Inteligentes pelo grupo de estudos LabChis/UFSC. Especialista em Desenvolvimento Pessoal e Profissional desenvolve treinamentos para equipes, liderança, orientação de transição de carreira e estratégias para a realização de sonhos e metas. Atualmente cursando Computer Science na University of the People.



JAMILE SABATINI MARQUES

Diretora de Inovação e Fomento da ABES - Associação Brasileira das Empresas de Software e Presidente da Câmara de Tecnologia e Inovação da FECOMÉRCIO - Federação do Comércio de Bens, de Serviços e de Turismo de Santa Catarina. Trabalha com inovação e tecnologia desde 2004. Pesquisadora de Pós-Doutorado da USP, no Instituto de Estudos Avançados, Programa Cidades Globais e em Desenvolvimento Baseado no Conhecimento no EGC/UFSC. Participa do Laboratório de pesquisa LabChis de Cidades Humanas e Inteligentes. É doutora pelo Programa de Engenharia e Gestão do Conhecimento da UFSC, a tese demonstra a importância de fomentar a inovação para gerar desenvolvimento econômico baseado no conhecimento. Fez doutorado sanduíche na Queensland University of Technology - QUT, Austrália. É mestre em Gestão da Inovação pela École de Mines de St-Étienne (França), especialista em gestão de empresas pela Univali e graduada em Administração com Habilitação em Comércio Exterior pela Faculdade Ibero-Americana de Letras e Ciências Humanas. Foi Coordenadora da

incubadora Midi Tecnológico de 2004 a 2012, onde recebeu prêmio de melhor incubadora do Brasil em 2008 e 2012. Foi Diretora Executiva da Acate de 2006 a 2012. Tem experiência na área de gestão, atuando principalmente nos seguintes temas: Inovação, Fomento, Fundos de investimento, cidades humanas inteligentes e representação institucional. É membro do conselho do International Journal of Knowledge-Based Development (IJKBD) (www.inderscience.com/ijkbd); Membro do Comitê Assessor do Programa Start-up Brasil do MCTIC (ABES), Membro do comitê de IOT da ABDI e INMETRO. É membro do Conselho Municipal de Inovação de Florianópolis/SC (Fecomercio).



Santa Catarina destaca-se nacionalmente como um Estado inovador, berço de startups e com um polo tecnológico em amplo desenvolvimento. Também, dotado de belezas naturais e um litoral encantador, é um dos principais destinos turísticos do Brasil. Esse contexto, aliado à peculiaridade de abrigar um povo empreendedor caracteriza o Estado Catarinense como um dos mais desenvolvidos (social e economicamente) do país.

ISBN 978-658831945-1



Pantanal Editora

Rua Abaete, 83, Sala B, Centro. CEP: 78690-000
Nova Xavantina – Mato Grosso – Brasil
Telefone (66) 99682-4165 (Whatsapp)
<https://www.editorapantanal.com.br>
contato@editorapantanal.com.br