

Análise do perfil dos colaboradores de uma STARTUP**Analysis of the profile of the employees of a STARTUP**

DOI:10.34117/bjdv6n10-272

Recebimento dos originais:08/09/2020

Aceitação para publicação:14/10/2020

Maria Luiza Souza Caetano

Bacharel em Engenharia de Produção

Universidade Federal de Itajubá – campus de Itabira

Endereço:R. Irmã Ivone Drumond, 200 - Distrito Industrial II, Itabira - MG, 35903-087

E-mail:malusc@unifei.edu.br

Tábata Fernandes Pereira

Doutora em Engenharia de Produção

Universidade Federal de Itajubá – campus de Itabira

Endereço:R. Irmã Ivone Drumond, 200 - Distrito Industrial II, Itabira - MG, 35903-087

E-mail:tabatafp@unifei.edu.br

RESUMO

Muito se fala que o ativo mais precioso das corporações são as pessoas que compõem o quadro de funcionários, que utilizar a cultura organizacional de forma estratégica é um dos passos para se alcançar o sucesso. Sendo assim, faz-se importante conhecer e acompanhar o perfil dos colaboradores e verificar se tal perfil vem de encontro com os objetivos da organização, em empresas de menor porte, como startups, tal fator é ainda mais crítico, pois cada membro contribui com partes sensíveis à organização. Outra questão é que empresas desse segmento possuem a característica de crescimento grande e rápido, e o quadro de funcionários precisa acompanhar, tornando crucial conhecer os colaboradores, a fim de ter assertividade nas contratações. Desta forma o presente artigo realizou a análise dos colaboradores de uma startup e identificou que em sua maioria os colaboradores são jovens que almejam por desafios e crescimento profissional, que não estão procurando por estabilidade e sim por aprendizado, sinalizando assim para empresa possíveis formas de engajar tal grupo e reduzir o turnover.

Palavras-chave: Cultura organizacional, Análise de perfil, Startup.

ABSTRACT

It is often said that the most precious asset of corporations is the people who make up the staff, that using the organizational culture in a strategic way is one of the steps to achieve success. Therefore, it is important to know and monitor the profile of employees and verify that this profile meets the objectives of the organization, in smaller companies, such as startups, this factor is even more critical, as each member contributes with parts sensitive to the organization. Another issue is that companies in this segment have the characteristic of large and rapid growth, and the staff needs to follow, making it crucial to know employees in order to be assertive in hiring. Thus, this article carried out the analysis of the employees of a startup and identified that the majority of employees are young people who aspire to challenges and professional growth, who are not looking for stability

but for learning, thus signaling to the company possible ways of engaging such a group and reduce turnover.

Keywords: Organization culture, Analysis of profile, Startup.

1 INTRODUÇÃO

Com o aumento da competitividade as empresas precisam explorar todo o seu potencial da melhor forma, sempre em busca de melhorias e da melhor entrega para seu cliente final. Por conta disso, ela precisa se munir de insumos da melhor qualidade possível, se tratando de maquinários, matéria-prima e o primordial pessoas certas. De acordo com Silva et al. (2016) a gestão de pessoas tornou-se essencial no desenvolvimento das organizações, pelo fato do capital humano integrar o patrimônio, adquirindo assim, um importante papel correlacionado ao desenvolvimento produtivo e estratégico no modelo de gestão para consolidar o alcance das metas e a capacidade de gerir, tendo como retorno a melhoria do estado econômico destas organizações.

Um fator bastante importante para que isso seja possível é a cultura da organização, que se mostra determinante, pois, dita a maneira de agir e lidar com vários tipos de situação, servindo de guia para os funcionários. Segundo Robbins (2005) a cultura organizacional se refere a um sistema de valores compartilhados pelos membros que a diferencia das demais, sendo um conjunto de características-chave que a organização valoriza.

Um ambiente apropriado aliado a uma cultura estratégica voltada para os ganhos da organização são ferramentas incríveis, pois o fator comportamental no dia a dia da empresa que irá acelerar ou impossibilitar os seus ganhos. Para Russo (2010) conhecer a cultura organizacional é essencial para a gestão empresarial de alto desempenho, haja vista que a estratégia, os objetivos estratégicos, assim como a forma de gestão da empresa e o comportamento dos colaboradores são influenciados pelo perfil cultural.

Para que a cultura seja utilizada da melhor forma possível, é imprescindível que ela seja compatível com os valores de seus colaboradores, desta forma ela será facilmente internalizada e praticada por eles. De acordo com Alonso-Almeida e Llach (2019), a percepção de ajuste pessoa-organização é prevista pela semelhança entre os valores de um candidato a emprego e os valores que eles percebem ser realizada por aqueles que recrutam.

Desta forma, além das capacidades técnicas, o perfil comportamental é extremamente importante para seleção de algum candidato, definindo seu sucesso ou fracasso junto a empresa. De acordo com Becton et al. (2019) embora os currículos apresentem principalmente informações factuais, como desempenho educacional, etc., os empregadores também usam currículos para

formar impressões sobre a disposição características como personalidade, inteligência, liderança e ética no trabalho e, por sua vez, usam essas impressões para avaliar a empregabilidade.

A empresa estudada é uma *Startup* da cidade de Itabira/MG, que possui uma forte cultura organizacional, sendo motivada diariamente desde a concepção da empresa e considerada pelos seus diretores um dos fatores de sucesso da organização. Seu crescimento nos últimos anos foi enorme passando do quadro de 12 funcionários para 78 desde sua criação em 2016.

A entrada de tantas pessoas acaba por modificar de certa forma a cultura anteriormente estabelecida, trazendo novos elementos a esta. Desta forma, o objetivo do presente trabalho é realizar o mapeamento dos membros da empresa, identificando suas características, o que poderá auxiliar na identificação na cultura atual da empresa e na avaliação se esta está de fato adequada aos objetivos da organização, e se há uma necessidade de realinhamento. Conforme Silva et al. (2016) quando os fatores motivacionais são trabalhados e a cultura organizacional reformulada é estabilizada, o sistema gerencial adquire uma melhor sustentabilidade para desenvolver as atividades da organização e despertar o diferencial competitivo em prol da realização dos objetivos e visão da empresa, para que sua missão seja real e a satisfação seja colateral.

Outro benefício detectado, é uso do estudo nos próximos processos seletivos da empresa, facilitando a identificação de candidatos que possuam perfis semelhantes ao restante da empresa, auxiliando em sua ambientação, treinamento e retenção na empresa. Segundo McDonald, Thompson e O'Connor (2016), a busca de informações básicas sobre candidatos a emprego como parte do processo de contratação é um fenômeno cada vez mais comum.

Em Santos, Prado e Chaim (2020), Ramos et al. (2020) e Alves e Ceolin (2019) podem ser observadas pesquisas que têm demandado esforços em estudos voltados para a inovação como estratégias de diferenciação nos negócios, levando em consideração o perfil do colaboradores como aposta para essa inovação.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 CULTURA ORGANIZACIONAL

Não é novidade que a cultura de uma organização influencia e muito em seus resultados, uma vez que elas ditam a forma aceitável do comportamento de seus colaboradores. Para Schein (2001), a cultura organizacional é um padrão de conjecturas básicas que são disseminadas por um grupo que aprendeu resolvendo seus problemas de adaptação externa e integração interna e que deu certo o suficiente para ser considerado legítimo e aplicado aos novos membros como a forma correta de perceber, pensar e sentir com relação a esses problemas.

Desta forma é essencial criar dentro das empresas uma cultura que esteja voltada aos objetivos estratégicos que ela possui. Conforme Russo (2010), a cultura organizacional conduz a empresa para uma direção, seja esta correta ou não, desta forma, ela é essencial porque dá consistência à organização e aos seus colaboradores, pois, provê ordem e estrutura para o desenvolvimento das atividades e estabelece o padrão de como as pessoas se relacionam, entre elas e com a organização.

Uma das formas de conseguir controlar o desenvolvimento da cultura, e a tornar ferramenta de engajamento de comportamentos adequados a organização é conhecer o perfil dos funcionários que compõem a organização. De acordo com Rich, Rich e Hair (2018) a cultura também representa a persona subjacente de uma organização - refletindo seus valores mais valiosos suposições, crenças e maneiras de fazer as coisas.

Desta forma se torna interessante levantar o perfil da equipe como forma de mapear suas características, desejos e ambições. Tornando possível criar estratégias de motivação e engajamento com o propósito de alcançar os objetivos da organização. Conforme Paz e Neiva (2014) para avaliar uma variável cultural é necessário tratá-la como um fenômeno coletivo, de construção social, de interação, de maneira que o foco deve ser em medidas globais que sejam representativas da organização, a dificuldade da medida consiste em assegurar que um fenômeno de nível organizacional seja identificado a partir do conjunto das percepções individuais.

Além do mais, existem diversos trabalhos na literatura relacionados com a melhoria da cultura organizacional com o objetivo de aprimorar a gestão dos processos como um todo e também impactando indiretamente na produtividade da organização. Alguns exemplos de trabalhos sobre este tema podem ser observados em Da Silva et al. (2020) e Pereira et al. (2019).

2.2 PERFIL ORGANIZACIONAL

O perfil organizacional de uma empresa poderá dizer bastante a respeito dos membros que a compõem. Tal fator pode ser utilizado como fator competitivo, pois, ao se conhecer uma população e suas características, torna-se mais fácil prever algum tipo de situação, além de estar claro os aspectos que podem agradar ou degradar, motivar ou desmotivar, entre outras questões. Segundo Oliveira (2008) a organização, enquanto categoria social, pode ser percebida como personificando atributos que são prototípicos dos membros ou da própria organização, enquanto uma abstração.

Tal perfil, como comentado anteriormente, o perfil da organização é composto pelos componentes dessas, como seus desejos individuais se comportam quando se encontram com o contexto global. Segundo Oliveira (2008), a organização, enquanto categoria social, pode ser

percebida como personificando atributos que são prototípicos dos membros ou da própria organização, enquanto uma abstração.

Uma vez descoberta, as principais características de uma determinada população, pode-se obter maior controle sobre a previsão de resposta dos membros dependendo das ações tomadas sobre o todo. De acordo com Martins (2008), devido às rápidas mudanças ocorrentes, as empresas têm tentado conhecer melhor a dinâmica da vida organizacional, buscando identificar como trabalhadores expostos a uma série de estímulos oriundos da organização e do ambiente de trabalho têm percepções similares e atribuem significados semelhantes aos aspectos importantes da vida organizacional.

Conforme Russo (2010), a cultura organizacional pode ser definida, como um sistema bem desenvolvido e profundamente enraizado de valores que estimula, quando adequadamente gerenciado, os membros da organização a produzirem mais esforço, mais criatividade e melhor desempenho organizacional. Desta forma, para que ações no contexto cultural de uma organização seja possível, é crucial entender “quem” são essas pessoas, como elas se comportam, o que elas desejam, quais são seus medos, entre outros fatores..

2.3 A EMPRESA ESTUDADA

A empresa estudada é uma *Startup* de da cidade de Itabira/MG, que apesar de ter pouco tempo de vida, sendo criada no ano de 2016, já cresceu bastante, de forma bastante rápida, como é a característica das empresas de seu segmento. De acordo com Romani (2014), as *Startups* são empresas de pequeno porte, recém-criadas ou ainda em fase de consolidação, que tem perfil inovador, no geral tais empresas possuem elevadas taxas de retorno devido à grande velocidade de crescimento, que é acima da média do mercado e possuem, portanto, alta lucratividade.

Com esse crescimento acelerado, houve a entrada de muitos membros, acrescentando uma grande pluralidade cultural, que enriquece, mas também desafia quanto ao alinhamento das questões organizacionais. Segundo Rich, Rich e Hair (2018) apesar da cultura organizacional seja criada pelos líderes da organização, é moldado continuamente pelos membros da organização e evolui em resposta a mudanças acontecendo dentro e ao redor da organização.

Sendo assim, enxerga-se que tal momento é oportuno, para se conhecer de forma mais aprofundada o corpo de trabalho da instituição e a partir daí, ter melhor embasamento para tomadas de decisão que afetem a empresa como um todo. Conforme Robbins (2005) existem algumas consistências fundamentais no comportamento dos indivíduos, que podem ser identificadas para que estas reflitam em diferenças individuais e sua importância advém do fato de permitir previsibilidade.

3 METODOLOGIA

A respeito das questões metodológicas, o presente trabalho se apresenta como um estudo de caso, no qual irá se estudar um caso particular da empresa selecionada. Conforme Prodanov e Freitas (2013), o estudo de caso consiste em coletar e analisar informações sobre determinado indivíduo, uma família, um grupo ou uma comunidade, a fim de estudar aspectos variados de sua vida, de acordo com o assunto da pesquisa.

Quanto à abordagem do problema, trata-se de uma pesquisa qualitativa, pois irá trabalhar com dados subjetivos para o levantamento da análise. Conforme Martins (2012), nesta abordagem, a subjetividade dos indivíduos envolvidos na pesquisa é considerada relevante e contribui para o desenvolvimento da pesquisa ela pode interferir no desenvolvimento da pesquisa, na construção de uma realidade objetiva, um dos marcos da ciência.

A coleta de dados foi realizada por meio de um questionário online, que foi enviado à todos os membros da organização como forma de obter as informações. Tal questionário possui em sua maioria questões fechadas, como forma de motivar a quantidade de respostas, pois em experiências anteriores percebeu-se que a existência de muitas questões abertas reduz as chances de resposta.

O questionário, exibido na quadro 1, possui questões a respeito de faixa etária, sexo, idade, formação acadêmica, medos, desejos e ambições. Nas questões fechadas foram dadas diferentes opções aos respondentes, que foram montadas com base na observação dos participantes, mas para o caso de nenhuma das respostas se encaixar, foi disponibilizado um campo aberto para o recolhimento uma nova resposta.

Quadro 1 - Questionário.

1. Nome:
2. Idade:
3. Sexo:
 - a. Masculino
 - b. Feminino
4. Formação acadêmica:
 - a. Ensino fundamental
 - b. Ensino médio
 - c. Bacharelado/Licenciatura
 - d. Pós-graduação
 - e. Outra...
5. Formação acadêmica:
 - a. Ensino fundamental
 - b. Ensino médio
 - c. Bacharelado/Licenciatura
 - d. Pós-graduação
 - e. Outra...
6. Tempo de empresa:
 - a. 0 a 6 meses
 - b. 6 meses a 1 ano
 - c. 1 a 2 anos
 - d. 2 a 3 anos
7. Dentre as opções abaixo, qual fator mais o motiva?
 - a. Aumento salarial
 - b. Deixar um legado
 - c. Fazer o que gosta
 - d. Novos desafios
 - e. Outra...
8. Dentre as opções abaixo, qual fator causa maior temor:
 - a. Monotonia na rotina
 - b. Perda da renda
 - c. Se sentir improdutivo
 - d. Ser substituído
 - e. Outra...
9. Dentre as opções abaixo, qual fator caracteriza melhor a sua ambição:
 - a. Ser o melhor profissional possível
 - b. Atingir resultados espetaculares
 - c. Ter estabilidade e segurança
 - d. Se sentir realizado com o que faz
 - e. Outra...
10. Dentre as opções abaixo, qual fator mais se assemelha ao seu objetivo na empresa:
 - a. Fazer o trabalho da melhor forma possível
 - b. Ajudar a empresa a se superar cada vez mais
 - c. Se desenvolver ao máximo aproveitando todas as oportunidades
 - d. Se estabelecer profissionalmente
 - e. Outra...
11. Coloque em ordem de preferência o que considera mais importante:
 - a. Possibilidade de crescimento
 - b. Estabilidade
 - c. Progressão financeira
 - d. Fazer o que gosta
12. Dentre as opções abaixo, qual fator mais assemelha às suas expectativas com a empresa?
 - a. Aprendizado contínuo
 - b. Construção de carreira
 - c. Estabilidade e segurança
 - d. Acúmulo de renda
 - e. Outra...
13. Dentre as opções abaixo, qual se assemelha com que espera daqui a 2 anos?
 - a. Líder do setor que atuo hoje
 - b. Trabalhando em uma área diferente
 - c. Ser referência nas atividades que empenho hoje
 - d. Não me planejo, só deixo a vida me levar
 - e. Outra...
14. Com qual valor da empresa você mais se identifica?
 - a. Chora o pau
 - b. Foco no cliente
 - c. Nada é impossível
 - d. Inovação
 - e. Somos descomplicados
15. Você busca se desenvolver profissionalmente?
 - a. Sim
 - b. Não
16. Se sim, como?

Fonte: Autores, 2020.

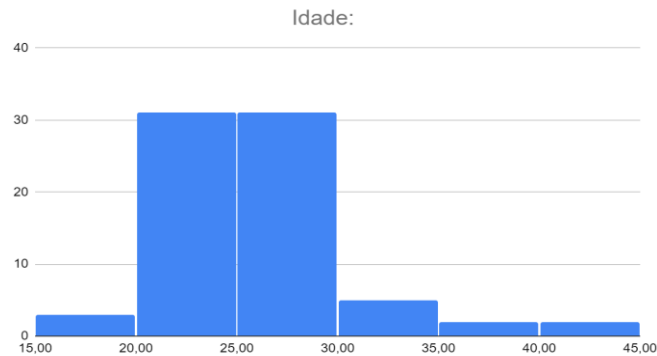
4 DISCUSSÃO E RESULTADOS

A pesquisa foi enviada por e-mail para todos os membros da organização e ficou aberta à respostas do dia 29/10/2019 a 01/11/2019. Durante o período foi realizada uma conscientização para que todos respondessem da forma mais sincera possível, obedecendo o intervalo de tempo estabelecido.

Após o período conseguiu-se o total de 75 resposta, contemplando cerca de 96,15% da empresa. Para realização das análise foram montados alguns gráficos e uma tabela, que exibem algumas das características do perfil dos funcionários da empresa.

A maior parte dos funcionários da empresa está entre os 20 a 30 anos de idade, configurando uma empresa jovem, conforme pode ser visto na figura 2. Este fator pode influenciar em preferências dentre os membros, além do nível de maturidade e tempo de carreira de tais membros.

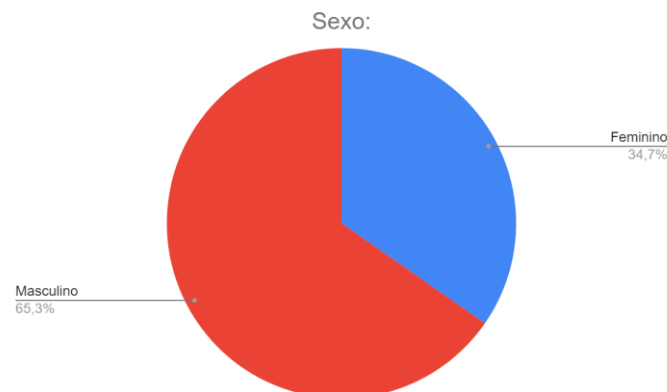
Figura 2 - Idade dos colaboradores.



Fonte: Autores, 2020.

Cerca de 65,3% dos respondentes são do sexo masculino e apenas 34,7% são do sexo feminino, mostrando desta forma que o quadro corporativo é majoritariamente masculino.

Figura 3 - Gênero dos membros.



Fonte: Autores, 2020.

Como já esperado, pela jovialidade da equipe a maior parte dos integrantes são solteiros, como mostra a figura 4. Tal característica pode mostrar o quanto a equipe pode prezar pela estabilidade e comodidade, fatores que costumam ser mais latentes quando o indivíduo já constitui uma família.

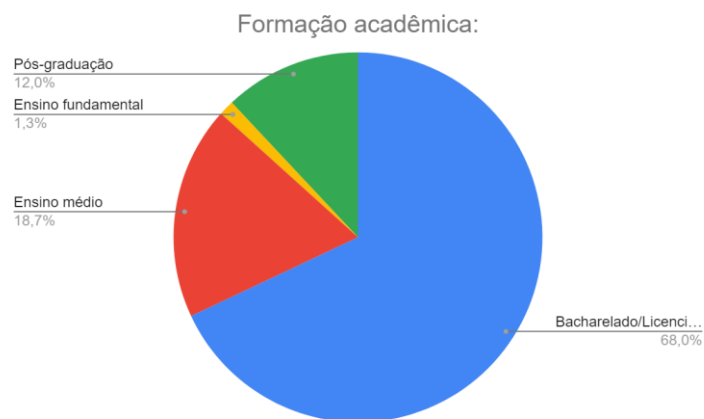
Figura 4 - Estado civil dos membros.



Fonte: Autores, 2020.

Como pode-se ver na figura 5, a maior parte dos componentes da empresa possui ou está cursando algum curso de bacharelado ou licenciatura. Tal fator mostra que a maior parte dos membros da empresa possui um nível intelectual/técnico mais elevado, outro argumento positivo é que 12% dos membros não parou apenas na graduação e buscou também uma especialização.

Figura 5 - Formação acadêmica dos membros.

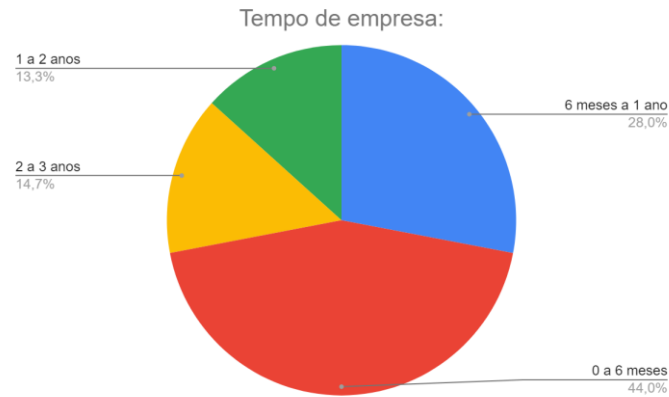


Fonte: Autores, 2020.

Outro item destacado foi que a maior parte dos membros da organização, cerca de 44%, tem menos de 6 meses de empresa, se enquadrando ainda em fase de adaptação. Isto pode ser utilizado

como um momento estratégico para a realização de ações que possam moldar o comportamento dos membros em prol de algum interesse da organização.

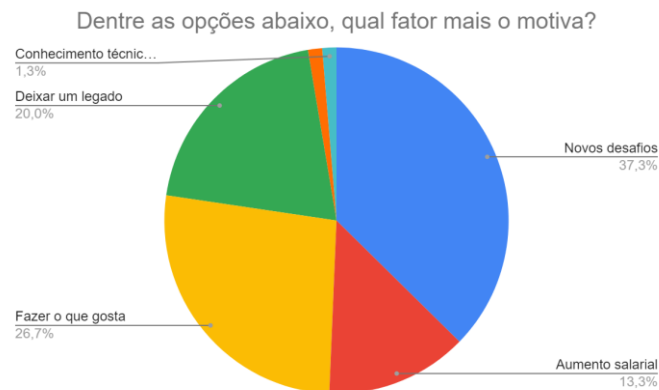
Figura 6 - Tempo de empresa dos membros.



Fonte: Autores, 2020.

Entrando em fatores mais individuais, foram mapeados algumas preferências dos membros da empresa. O primeiro é referente às motivações da equipe, com o objetivo de detectar qual aspecto seria benéfico para estimular os membros. A resposta mais escolhida foram novos desafios, o que casa bastante com o fato da equipe ser jovem. Em segundo lugar fazer o que gosta se mostrou muito importante e em seguida deixar um legado.

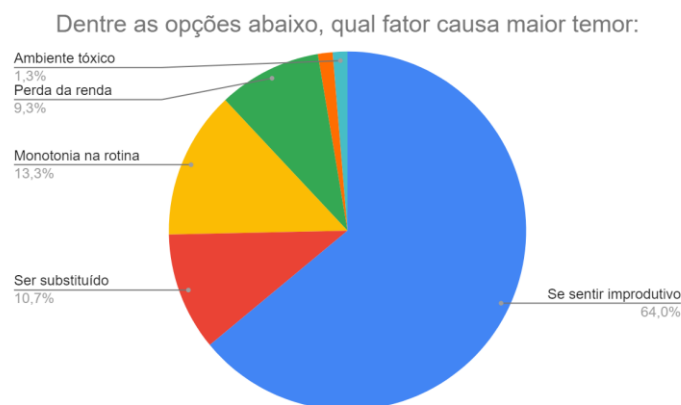
Figura 7 - Motivação dos membros.



Fonte: Autores, 2020.

O próximo tópico é relacionado aos medos dos funcionários da organização estudada, dentre as opções indicadas o que traz maior temor é a sensação de improdutividade, mostrando uma equipe bem voltada a entrega de resultados. Em segundo lugar o que mais causa receio é a monotonia na rotina de trabalho seguida da possibilidade de substituição.

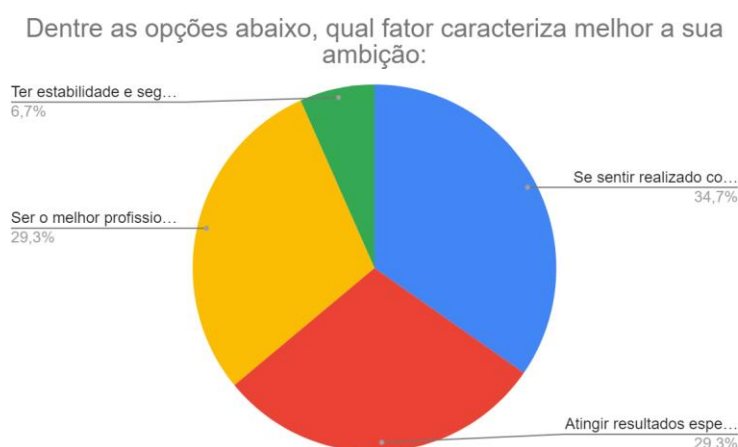
Figura 8 - Temores dos membros.



Fonte: Autores, 2020.

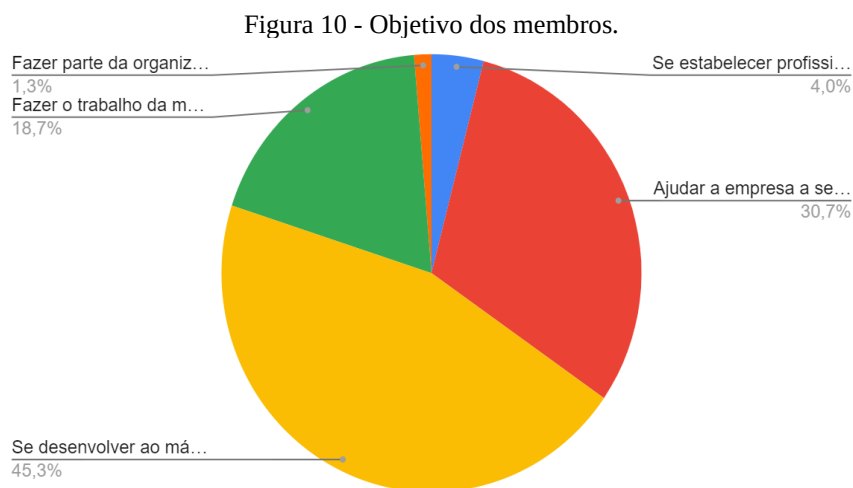
Os membros também foram questionados quanto às suas ambições, fator que pode ser trabalhado de forma estratégica pela empresa. Dentre as opções existentes os membros relataram, em sua maioria, se sentir realizado com o que faz, com 34,7% dos respondentes. Em seguida empatados ficaram as opções de atingir resultados espetaculares e ser o melhor profissional possível.

Figura 9 - Ambição dos membros.



Fonte: Autores, 2020.

Quanto aos objetivos dos membros em relação à empresa, os respondentes elegeram em sua maioria se desenvolver ao máximo aproveitando todas as oportunidades como seu objetivo propósito, apresentando uma clara motivação pelo desenvolvimento profissional. Em seguida a opção mais votada foi ajudar a empresa a se superar cada vez mais, mostrando uma valorização pelos resultados obtidos pela organização, que pode ser refletido como “sentimento de dono”.



Fonte: Autores, 2020.

Foi questionado em relação de ordem de importância dos itens abaixo, com o objetivo de verificar o que os membros mais valorizam, como resultado os itens que mais se destacaram nas primeiras posições foram a possibilidade de crescimento, seguido de fazer o que gosta. Tais opções se mostraram mais importantes à equipe do que a progressão financeira e a estabilidade, como mostra a tabela 1.

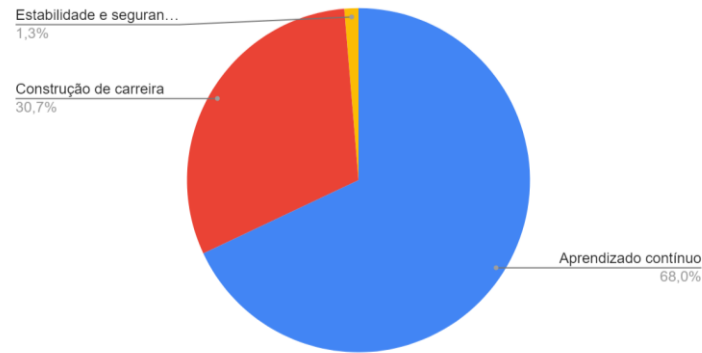
Tabela 1 - Ordem das preferências dos membros.

Resposta	Importância
Possibilidade de crescimento	3,1
Fazer o que gosta	3,1
Progressão financeira	2,2
Estabilidade	1,6

Fonte: Autores, 2020

Quanto às expectativas dos membros em relação à empresa o que mais se destacou foi o aprendizado contínuo, o que mostra que os funcionários reconhecem a possibilidade de aprendizado dentro do trabalho. Em seguida também foi apontada a construção da carreira como um objetivo junto à organização, evidenciando intenção de progressão dentro da empresa.

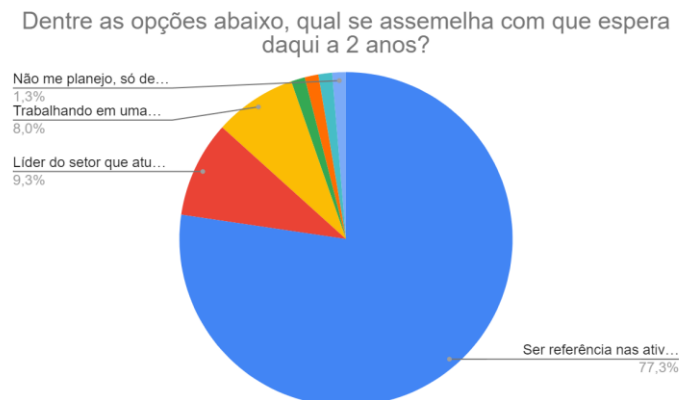
Figura 11 - Expectativa dos membros.



Fonte: Autores, 2020.

Quanto ao futuro, foi questionado aos membros o que esses esperam num curto prazo de apenas 2 anos. A opção mais votada, em 77,3%, foi ser referência nas atividades que empenham hoje, mostrando que em sua maioria, muitos estão certos do caminho profissional que tomaram até o momento e possuem o desejo de se aprimorar. Em segundo lugar foi indicada o desejo de se tornar líder do setor que participa hoje.

Figura 12 - Futuro dos membros.



Fonte: Autores, 2020.

A empresa em questão possui alguns valores bem fortes, que são muito citados e apreciados dentre os membros, foi levantado então com qual deles os funcionários mais se identificam. A opção mais votada foi o valor nada é impossível, o que mostra uma característica sonhadora dos funcionários. Em seguida foi o valor chora o pau, que possui uma identidade bem executora, que prega o feito antes do perfeito. Em terceiro lugar se destacou o foco no cliente, ou seja, o cliente como motivação de tudo.

Ao entender quem são essas pessoas, seu desejos e anseios, torna-se mais fácil e certa às tomadas de decisão que envolvem tais membros. Essa informação também é bastante importante para moldar e fortalecer características da cultura da organização, auxiliando no alinhamento e direcionamento da organização.

A empresa de estudo, é uma *startup* de Itabira/MG, possui uma cultura forte, mas com a entrada recente de muitos membros, faz-se necessário realizar o trabalho de conhecer com mais detalhes quem são esses funcionários, para que seja possível tomar decisões e analisar a melhor forma de fortalecer essa cultura que é tão importante para a instituição.

Para isso, foi montado um questionário a fim de levantar informações sobre cada membro e assim, ter uma noção do perfil destes de forma a facilitar tomadas de decisão. Como resultado percebeu-se que a empresa é constituída em sua maioria por jovens de 20 a 30 anos de idade, que tem pouco tempo de empresa (a maioria menos de 6 meses). Por serem jovens muitos ainda não constituem família e em sua maior parte possuem ou estão na graduação, caracterizando uma força de trabalho mais qualificada.

Sobre as questões comportamentais, se mostraram bastante focados em se desenvolver e veem a empresa como um dos meios para isso. Possuem a ambição de se tornarem cada vez melhor e o receio de não serem produtivos, ou seja, não conseguirem entregar resultados.

A maior parte dos membros se mostra segura nas opções que tomaram até hoje, e possuem como propósito se desenvolverem cada vez mais nesse segmento. Dão uma importância muito maior para o autodesenvolvimento e ao fazerem o que gostam, do que à questões salariais e estabilidade.

Por fim, os membros declararam que o valor da empresa que mais se identificam foi o nada é impossível, que caracteriza funcionários sonhadores e engajados. Além disso, relataram ter um trabalho contínuo de aprimoramento sendo a forma mais citada de fazer a realização de cursos.

AGRADECIMENTOS

Os autores deste artigo gostariam de agradecer o apoio do Programa de Pós-Graduação do Mestrado Profissional em Engenharia de Produção da UNIFEI e aos Grupos de pesquisa: NEAAD e GEQPROD, pelo auxílio fornecido ao longo deste estudo.

REFERÊNCIAS

- ALONSO-ALMEIDA, M.; LLACH, J. Socially responsible companies: Are they the best workplace for millennials? A cross-national analysis. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, v. 26, p. 238-247, 2019.
- ALVES, P. D. E., & CEOLIN, A. C. (2019). Estratégias de diferenciação por meio de inovação: um estudo de caso em uma pequena empresa/Differentiation strategies through innovation: a case study in a small company. *Brazilian Journal of Development*, 5(1), 167-180.
- BECTON, J.; et al. Social media snooping on job applicants - The effects of unprofessional social media information on recruiter perceptions. *Personal Review*, v. 48, n. 5, p. 1261-1280, 2019.
- DA SILVA, F. R., DE SOUZA SILVA, R., DA SILVA AZÊVEDO, H. S. F., DE AZEVEDO, J. M. A. (2020). Gestão da cultura organizacional no Instituto Federal: limites, desafios e rotatividade docente na Amazônia Sul Ocidental. *Brazilian Journal of Development*, v. 6, n. 6, p. 39536-39458.
- MARTINS, M. Clima organizacional. Em SIQUEIRA, M.(Org.), *Medidas do Comportamento Organizacional: Ferramentas de diagnóstico e de gestão* (p. 31-42). Porto Alegre: Artmed, 2008.
- MARTINS, R. Abordagens quantitativa e qualitativa. Em MIGUEL, P. (Org.), *Metodologia de pesquisa para engenharia de produção e gestão de operações* (p. 47-63). Rio de Janeiro: Elsevier: ABEPRO, 2014.
- MCDONALD, P.; THOMPSON, P.; O'CONNOR, P. Profiling employees online: shifting public-private boundaries in organisational life. *Human Resource Management Journal*, v. 26, n. 4, p. 541-556, 2016.
- OLIVEIRA, A. Identificação organizacional. Em SIQUEIRA, M.(Org.), *Medidas do Comportamento Organizacional: Ferramentas de diagnóstico e de gestão* (p. 181-190). Porto Alegre: Artmed, 2008.
- PAZ, M.; NEIVA, E. O Poder Discriminante da Escala de Configuração do Poder Organizacional na Perspectiva Macro Organizacional e sua Utilização como Instrumento de Caracterização do Perfil Cultural das Organizações. *Revista Psicologia: Organizações e Trabalho*, v. 14, n. 2, abr-jun, p. 153-168, 2014.
- PEREIRA, T. L., RESENDE, L. M., PONTES, J. (2019). Modelo teórico da relação da cultura organizacional na efetividade dos elementos da gestão da qualidade/Theoretical model of the relation of the organizational culture in the effectiveness of the elements of the quality management. *Brazilian Journal of Development*, v. 5, n. 11, P. 24866-24881.
- PRODANOV, C.; FREITAS, E. *Metodologia do trabalho científico: Métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico*. Novo Hamburgo: Freevale, 2013. 277 f.
- RAMOS, G. R., DE ASSIS SILVA, W., SELEME, R., MARQUES, M. A. M., & GRESSLER, F. (2020). Comparação entre metodologias de gerenciamento de projetos ágil e tradicional: Um estudo de caso em uma Startup de pequena escala/Comparison between agile and traditional project management methodologies: Case study on a small-scale Startup. *Brazilian Journal of Development*, 6(3), 15025-15047.

RICH, L.; RICH, J.; HAIR, J. The influence of organizational culture on how we define and pursue goals. *Journal of Organizational Effectiveness: People and Performance*, v. 5, n. 3, p. 259-277, 2018.

ROBBINS, S. *Comportamento organizacional*. 11 ed. São Paulo: Pearson Pretice Hall, 2005.

ROMANI, M. *Estimação de prêmio de risco de Startup*. 2014. 51 f. Dissertação (Mestrado em Finanças e Economia Empresarial) – Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, 2014.

RUSSO, G. *Diagnóstico da cultura organizacionais: o impacto dos valores organizacionais no desempenho das terceirizações*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

SANTOS, L. C. M., PRADO, E. P. V., & CHAIM, M. L. (2020). Técnicas e ferramentas para detecção de vulnerabilidades em ambientes de desenvolvimento ágil de software/Techniques and tools for detection of vulnerabilities in software agile development environments. *Brazilian Journal of Development*, 6(6), 33921-33941.

SCHEIN, E. *Guia de sobrevivência da cultura corporativa*. Rio de Janeiro: José Olympio, 2001.

SILVA, A. et al. Gestão de pessoas como alicerce nas organizações: Aspectos relevantes na condução do capital humano. *Revista Conbrad*, v. 1, n. 1, p. 137-156, 2016.