

PRETEXTO

Publicação Trimestral da
FACE/FUMEC

ISSN 1517-672 X (Revista impressa)

VOLUME XVIII | N 2 | ABR/JUN | 2017

ISSN 1984-6983 (Revista online)



FUNDAÇÃO MINEIRA DE EDUCAÇÃO E CULTURA

FUMEC



Presidente:

Prof. Antônio Carlos Diniz Murta

UNIVERSIDADE FUMEC

Reitor:

Prof. Dr. Fernando de Melo Nogueira

Vice-Reitor e Pró-Reitor de Graduação:

Prof. Guilherme Guazzi Rodrigues

Pró-Reitora de Pós-Graduação, Pesquisa e Extensão:

Profa. Dra. Maria Lectícia Firpe Penna

Pró-Reitor de Planejamento e Administração:

Prof. Márcio Dario da Silva

FACE – FUMEC

Diretor Geral:

Prof. Marco Túlio de Freitas

Diretor de Ensino:

Profa. Renata de Sousa da Silva Tolentino

FICHA TÉCNICA

Endereço para correspondência

FACE-FUMEC - R. Cobre, 200 | Cruzeiro | 30310-190

Belo Horizonte-MG

Site | www.fumec.br

Email | pretexto@fumec.br

REVISTA PRETEXTO

Editores: Prof. Dr. Alexandre Teixeira Dias – Editor-Chefe

Prof. Dr. Cid Gonçalves Filho

CONSELHO EDITORIAL

Alexandre Teixeira Dias	Universidade FUMEC (Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil)
Astor Eugênio Hexsel	Universidade do Vale do Rio dos Sinos (São Leopoldo, Rio Grande do Sul, Brasil)
Cid Gonçalves Filho	Universidade FUMEC (Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil)
Cláudia Rosa Acevedo	Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas (São Paulo, São Paulo, Brasil)
Daniel Jardim Pardini	Universidade FUMEC (Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil)
Edmilson Lima	Universidade Nove de Julho (São Paulo, São Paulo, Brasil)
Guilherme Cunha Malafaia	Universidade de Caxias do Sul (Caxias do Sul, Rio Grande do Sul, Brasil)
Hilka Vier Machado	Universidade Estadual de Maringá (Maringá, Paraná, Brasil)
Jersone Tasso Moreira Silva	Universidade FUMEC (Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil)
Márcio Augusto Gonçalves	Universidade Federal de Minas Gerais (Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil)
Maria Aparecida Gouvea	Universidade de São Paulo (São Paulo, São Paulo, Brasil)
Pelayo Munhoz Olea	Universidade de Caxias do Sul (Caxias do Sul, Rio Grande do Sul, Brasil)
Ricardo Teixeira Veiga	Universidade Federal de Minas Gerais (Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil)
Simone Vasconcelos Galina	Universidade de São Paulo (Ribeirão Preto, São Paulo, Brasil)
Suzana Braga Rodrigues	Universidade FUMEC (Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil)

MISSÃO

A Revista Pretexto, publicada trimestralmente, é uma iniciativa da FACE-FUMEC com a finalidade de publicar e disseminar pesquisas empíricas e ensaios, já finalizados ou em fase de finalização, de modo a disseminar conhecimento. Também visa a criar um debate e a contribuir para a formação de gestores e para seu desenvolvimento.

PRETEXTO, v. XVIII, n. 2, 2017 -_ Belo Horizonte

Face-Fumec, 2017

v; ilust. 21x28 cm

Trimestral

ISSN 1517-672x

1. Administração - Periódicos. 2. Informática - Periódicos. 3. Contabilidade - Periódicos. I Face-Fumec, ed.

EDITORIAL

Prezados leitores

O primeiro artigo, de autoria de PATRÍCIA OLIVEIRA NASCIMENTO e MÔNICA DE FÁTIMA BIANCO, aborda o papel exercido por uma Universidade Corporativa, no desenvolvimento de competências, tanto na perspectiva da empresa, como na perspectiva dos profissionais. No segundo artigo, GEAN PACHECO DE OLIVEIRA e SIMONE SEHNEM analisam as práticas de gestão ambiental adotadas pelas empresas parceiras da Agroindústria Alfa e identificam uma postura reativa e a necessidade de uma atuação de liderança por parte da Agroindústria Alfa.

WILLIAM NUNES DA SILVA, ALINE CRESPO e ANTÔNIO CARLOS GIL, autores do terceiro artigo, exploram a compreensão de jovens de uma região periférica do município de São Paulo acerca do processo empreendedor, de suas aspirações e temores e de sua disposição para abrir um negócio na região em que residem.

No quarto artigo, RICARDO BRAGA VERONEZE, DALTON DE SOUSA, DANIEL CARVALHO DE REZENDE e ANDRÉ SIQUEIRA RENNÓ procuram compreender o valor percebido, o prestígio e a identificação com a profissão sob a perspectiva dos estudantes de graduação em Administração de duas universidades federais.

GÉDSON MÁRIO BORGES DAL FORNO e FELIPE MARTINS MULLER, autores do quinto artigo, abordam o grau de contribuição dos Fatores Críticos, levando em consideração as metodologias utilizadas para os resultados de projetos de desenvolvimento de *software*.

No sexto artigo, LARA COELHO VACCARI, MARCOS COHEN e ANGELA MARIA CAVALCANTI DA ROCHA buscam identificar os fatores que aumentam e diminuem o hiato existente entre a atitude ecologicamente consciente de consumidores e seu efetivo comportamento, tanto em termos de compras quanto de hábitos pessoais de consumo.

No último artigo deste número, FLÁVIO EVERTON DE CASTRO, LUIZ CLAUDIO VIEIRA DE OLIVEIRA e CRISTIANA FERNANDES DE MUYLDER analisam o discurso usado pela organização Hortifruti, como estratégia empresarial de marketing para aumentar a competitividade, atendendo as necessidades de consumo e satisfazendo o imaginário dos consumidores.

Caros leitores, esperamos que a leitura dos artigos seja proveitosa e agradável e que os resultados das pesquisas apresentadas sirvam de base para o desenvolvimento de novos trabalhos.

Prof. Dr. Alexandre Teixeira Dias
Prof. Dr. Cid Gonçalves Filho
Editores

<http://dx.doi.org/10.21714/pretexto.v18i2.5518>

SUMÁRIO

EDITORIAL	3	
UNIVERSIDADE CORPORATIVA DESENVOLVE COMPETÊNCIAS PARA O TRABALHO? O PONTO DE VISTA DOS PROFISSIONAIS	11	PATRÍCIA OLIVEIRA NASCIMENTO, MÔNICA DE FÁTIMA BIANCO
CADEIA DE SUPRIMENTOS VERDE DE FORNECEDORES DE FRIGORÍFICO CATARINENSE	30	GEAN PACHECO DE OLIVEIRA, SIMONE SEHNEM
ASPIRAÇÕES E TEMORES DE JOVENS EMPREENDEDORES	48	WILLIAM NUNES DA SILVA, ALINE CRESPO, ANTONIO CARLOS GIL
VALOR E PRESTÍGIO COM A PROFISSÃO EM ADMINISTRAÇÃO	66	RICARDO BRAGA VERONEZE, DALTON DE SOUSA, DANIEL CARVALHO DE REZENDE, ANDRÉ SIQUEIRA RENNÓ
FATORES CRÍTICOS EM PROJETOS DE DESENVOLVIMENTO DE SOFTWARE	100	GÉDSON MÁRIO BORGES DAL FORNO, FELIPE MARTINS MULLER
HIATO ENTRE ATITUDE E COMPORTAMENTO NO DESCARTE E RECICLAGEM DE LIXO: UMA ABORDAGEM INTERGERACIONAL	116	LARA COELHO VACCARI, MARCOS COHEN, ANGELA MARIA CAVALCANTI DA ROCHA
ANÁLISE DO DISCURSO PUBLICITÁRIO: ESTRATÉGIAS DISCURSIVAS	135	FLÁVIO EVERTON DE CASTRO, LUIZ CLAUDIO VIEIRA DE OLIVEIRA, CRISTIANA FERNANDES DE MUYLDER

GESTÃO DE PESSOAS

UNIVERSIDADE CORPORATIVA DESENVOLVE COMPETÊNCIAS PARA O TRABALHO? O PONTO DE VISTA DOS PROFISSIONAIS

PATRICIA OLIVEIRA NASCIMENTO e MÔNICA DE FÁTIMA BIANCO

<http://dx.doi.org/10.21714/pretexto.v18i2.2560>

Este artigo objetiva descrever o Programa de Desenvolvimento de Lideranças, oferecido pela Universidade Corporativa de uma empresa mineradora de grande porte, com atuação na região sudeste do Brasil, e compreender as possíveis relações deste Programa com o desenvolvimento das competências sob o ponto de vista dos profissionais e esperado pela Organização. A Universidade Corporativa desta empresa foi criada em 2003, sob o propósito de transformar vidas desenvolvendo pessoas, e é vista como fator de importância para a geração de competitividade, evolução nos negócios e aumento da sinergia organizacional. Para esta pesquisa, de natureza qualitativa, foram entrevistados quatro profissionais voluntários, Supervisores da mineradora, que tiveram a oportunidade de participar de seu Programa de Desenvolvimento de Lideranças. Realizaram-se entrevistas semi-estruturadas e pesquisa documental para obtenção de dados, em 2014. Optou-se pela Análise de Conteúdo como método de análise. Para a empresa estudada, o Programa de Desenvolvimento de Lideranças é importante ferramenta para o desenvolvimento das competências esperadas pela organização, sendo reconhecida pelos profissionais pelo conhecimento técnico gerencial que oferece e pela troca de experiências que promove entre os profissionais, garantindo-lhes melhoria na prática gerencial cotidiana. Contudo, não se trata da principal ferramenta, estando nítido que este desenvolvimento vai muito além dos Programas oferecidos por sua Universidade Corporativa.

EMPREENDEDORISMO

ASPIRAÇÕES E TEMORES DE JOVENS EMPREENDEDORES

WILLIAM NUNES DA SILVA, ALINE CRESPO, ANTONIO CARLOS GIL

<http://dx.doi.org/10.21714/pretexto.v18i2.3501>

Esta pesquisa tem como objetivo explorar a compreensão de jovens de uma região periférica do município de São Paulo acerca do processo empreendedor, de suas aspirações e temores e de sua disposição para abrir um negócio na região em que residem. Procedeu-se à revisão bibliográfica com vistas a conhecer o estado da arte da produção científica brasileira acerca do empreendedorismo juvenil. Foram, então, realizadas quinze entrevistas com universitários de Administração de uma universidade da região. Adotou-se como procedimento analítico básico a análise temática, em que, partindo-se de assertivas que expressavam a compreensão do problema sob a perspectiva dos próprios entrevistados, foram gerados temas, que, após sintetizados, possibilitaram uma teorização substantiva acerca do assunto. Constatou-se que a associação entre empreendedorismo e sonho, coincidindo com a perspectiva da teoria visionária do empreendedorismo e que o local de residência constitui importante elemento na determinação do local desejado para empreender; o que indica adequação dos fundamentos das teorias relativas à identidade de lugar.

OPERAÇÕES E LOGÍSTICA

CADEIA DE SUPRIMENTOS VERDE DE FORNECEDORES DE FRIGORÍFICO CATARINENSE

GEAN PACHECO DE OLIVEIRA e SIMONE SEHNEM

<http://dx.doi.org/10.21714/pretexto.v18i2.2726>

O objetivo deste estudo consiste em analisar as práticas de gestão ambiental adotadas pelas empresas parceiras da Agroindústria Alfa, localizada em Santa Catarina. Foram pesquisados profissionais da área de Suprimentos e Recursos Humanos, totalizando 2 sujeitos pesquisados via entrevista semi-estruturada. Nas empresas terceiras foram pesquisados os gerentes, assim como os funcionários, totalizando 68 respondentes do questionário e 6 entrevistados. As práticas incorporadas na gestão da cadeia de suprimentos dos fornecedores da empresa Alfa sobremaneira são de cunho reativo, pautadas no cumprimento de requisitos legais e exigências compatíveis com o setor de atuação. São um importante passo para a criação de uma cadeia de suprimentos verde. Entretanto, demandam um longo caminho de consolidação e de amplo reconhecimento por seus colaboradores. O papel da empresa Alfa é essencial na indução da GSCM na cadeia de suprimentos como um todo. Entretanto, medidas mitigadoras associadas ao impacto da cadeia de suprimentos nas mudanças climáticas, biodiversidade, saúde e segurança do colaborador, inovação sustentável se tornam necessárias. Tratam-se de práticas cujos resultados ocorrem no longo prazo, mas que são duradouros e impactam diretamente sobre toda a sociedade.

ENSINO E PESQUISA

VALOR E PRESTÍGIO COM A PROFISSÃO EM ADMINISTRAÇÃO

RICARDO BRAGA VERONEZE, DALTON DE SOUSA, DANIEL CARVALHO DE REZENDE, ANDRÉ SIQUEIRA RENNÓ

<http://dx.doi.org/10.21714/pretexto.v18i2.4390>

A formação acadêmica em administração propicia inúmeras possibilidades profissionais, contemplando diferentes segmentos de trabalho, tais como, pesquisa, consultoria, empreendedorismo, além de outros caminhos. Essa dinamicidade contribui para um grande leque de opções que impõem diferentes desafios ao futuro profissional da administração. Nesta direção, este trabalho, que pertencente a área de ensino e pesquisa em Administração, procura compreender o valor percebido, o prestígio e a identificação com a profissão sob a perspectiva dos estudantes de graduação de duas universidades federais. Muito presente em outras áreas, ainda há carências desse tipo de estudo nas ciências administrativas. A amostra foi obtida aplicando questionários junto aos estudantes de Administração. Os resultados mostram que muitos graduandos em administração estão ainda indecisos com a profissão, mas, há também aqueles cuja identificação com a mesma é clara, sendo que a maioria visa um trabalho futuro, seja na iniciativa privada ou no serviço público. A partir da análise dos dados foi possível a formação de dois clusters; o primeiro grupo foi denominado de vocacionado, o qual, pode dizer que estão mais satisfeitos e identificado com o curso de Administração e outro chamado de indecisos, o qual possui um grau menor de identificação e satisfação com o mesmo. Por fim, foi verificado que o grupo dos vocacionados possuem ambições maiores, tal como abrir sua própria empresa, do que apenas se preparar para conseguir um emprego (público ou privado).

GESTÃO DE PROJETOS

FATORES CRÍTICOS EM PROJETOS DE DESENVOLVIMENTO DE SOFTWARE

GÉDSON MÁRIO BORGES DAL FORNO, FELIPE MARTINS MULLER

<http://dx.doi.org/10.21714/pretexto.v18i2.5295>

O uso de Sistemas de Informação (SI) automatizados tornou-se praticamente uma obrigatoriedade nos mais diversos níveis organizacionais. Em decorrência dessa exigência, o resultado de sucesso, para projetos de desenvolvimento de software, passa a ter um papel fundamental e determinante. O estabelecimento de uma definição para sucesso, bem como a determinação e o tratamento dos fatores críticos para que estes projetos possam atingir um resultado de sucesso, passou a ser o foco de muitos estudos ao longo do tempo. Este trabalho teve como objetivo verificar o grau de contribuição dos Fatores Críticos, levando em consideração as metodologias utilizadas para os resultados de projetos de desenvolvimento de *software*. O emprego de métodos estatísticos aos resultados obtidos de uma *survey research*, aplicada aos profissionais de TI de organizações brasileiras, possibilitou verificar a semelhança existente, no grau de contribuição dos fatores críticos, independente da metodologia utilizada e do tipo de resultado obtido para os projetos de desenvolvimento de *software*.

MARKETING

ANÁLISE DO DISCURSO PUBLICITÁRIO: ESTRATÉGIAS DISCURSIVAS

FLÁVIO EVERTON DE CASTRO, LUIZ CLAUDIO VIEIRA DE OLIVEIRA, CRISTIANA FERNANDES DE MUYLDER

<http://dx.doi.org/10.21714/pretexto.v18i2.5515>

Este artigo analisa o discurso usado pela organização Hortifruti, como estratégia empresarial de marketing para aumentar a competitividade, atendendo as necessidades de consumo e satisfazendo o imaginário dos consumidores. A Hortifruti desenvolveu uma campanha publicitária, em quatro fases, com o emprego de elementos semiodiscursivos, que atendem os objetivos e estratégias de marketing. A pesquisa, qualitativa e descritiva, realizou um estudo de caso, realizando pesquisa de campo e entrevistas. Os recursos semiodiscursivos dos textos publicitários da campanha e as entrevistas foram analisados com a metodologia buscada à Análise do Discurso Francesa (ADF), que é uma teoria linguística e semiótica, de origem estruturalista. Os conceitos de marketing estratégico e de relacionamento forneceram o contexto para a análise discursiva efetuada. Os resultados alcançados permitem concluir que a eficácia das fases da campanha se deveu ao emprego de discursos linguísticos e imagéticos, comuns à cultura dos clientes da Hortifruti, que incluem elementos semióticos, além de metáforas, jogos de palavras, chistes e humor, e que funcionam como recursos para atração e retenção dos clientes.

MARKETING

HIATO ENTRE ATITUDE E COMPORTAMENTO NO DESCARTE E RECICLAGEM DE LIXO: UMA ABORDAGEM INTERGERACIONAL

LARA COELHO VACCARI, MARCOS COHEN, ANGELA MARIA CAVALCANTI DA ROCHA

<http://dx.doi.org/10.21714/pretexto.v18i2.5366>

A partir da constatação por diversos autores da existência de um hiato entre a atitude ecologicamente consciente de consumidores e seu efetivo comportamento, tanto em termos de compras quanto de hábitos pessoais de consumo, este artigo investiga tal fenômeno por meio de uma pesquisa exploratória qualitativa. Buscou-se identificar os fatores que aumentam e diminuem este hiato, focando especificamente no descarte e reciclagem de lixo sob a perspectiva de consumidores das gerações baby boomer e Y. Para isso, foram realizadas trinta entrevistas em profundidade com consumidores residentes no Rio de Janeiro. Utilizou-se o software Atlas.ti para realizar a análise de conteúdo das entrevistas. Os resultados apontam as principais semelhanças e diferenças encontradas entre os comportamentos das duas gerações e sugerem um comportamento mais motivado por preocupações ambientais dos indivíduos da geração Y da amostra. Ao final, foi desenvolvido um esquema conceitual que reúne os fatores identificados no decorrer do estudo, classificando-os em três grandes grupos: fatores antecedentes, fatores que reduzem o hiato e fatores que aumentam o hiato.

EDITORIAL

Dear readers

The first article, authored by PATRÍCIA OLIVEIRA NASCIMENTO and MÔNICA DE FÁTIMA BIANCO, discusses the role exercised by a corporate University in the development of skills, both in the perspective of the company, as in the perspective of the professionals.

In the second article, GEAN PACHECO DE OLIVEIRA and SIMONE SEHNEM analyze environmental management practices adopted by partner companies of Agropecuária Alfa and identify a reactive posture and the demand for an act of leadership by the Agropecuária Alfa.

WILLIAM NUNES DA SILVA, ALINE CRESPO and ANTÔNIO CARLOS GIL, authors of the third article, explore the understanding of young people from a peripheral region of the municipality of São Paulo about entrepreneurial process, their aspirations and fears and their willingness to open a business in the region in residing.

In the fourth article, RICARDO BRAGA VERONEZE, DALTON DE SOUSA, DANIEL CARVALHO DE REZENDE and ANDRÉ SIQUEIRA RENNÓ seek to understand the perceived value, the prestige and the identification with the profession from the perspective of management undergraduate students in two universities.

GÉDSON MARIO BORGES DAL FORNO and FELIPE MARTINS MULLER, authors of the fifth article, discuss the degree of contribution of critical factors, taking into account the methodologies used for the results of software development projects.

In the sixth article, LARA COELHO VACCARI, MARCOS COHEN and ANGELA MARIA CAVALCANTI DA ROCHA seek to identify the factors that increase and decrease the existing gap between the environmentally conscious consumer attitude and their effective behavior, both in terms of purchases as of personal consumption habits.

In the last article of this number, FLÁVIO EVERTON DE CASTRO, LUIZ CLAUDIO VIEIRA DE OLIVEIRA and CRISTIANA FERNANDES DE MUYLDER analyze the speech used by the Hortifruti organization, as marketing business strategy to increase competitiveness, given the consumer needs and satisfy the imagination of consumers.

Dear readers, we hope that the reading of the articles be fruitful and enjoyable and that the results of research presented serve as a basis for the development of new works.

Prof. Dr. Alexandre Teixeira Dias
Prof. Dr. Cid Gonçalves Filho
Editors

<http://dx.doi.org/10.21714/pretexto.v18i2.5518>

CONTENTS

EDITORIAL	3	
CORPORATE UNIVERSITY DEVELOPS COMPETENCES FOR WORK? THE POINT OF VIEW OF PROFESSIONALS	11	PATRÍCIA OLIVEIRA NASCIMENTO, MÔNICA DE FÁTIMA BIANCO
A SANTA CATARINA REFRIGERATOR GREEN SUPPLY CHAIN PROVIDERS	30	GEAN PACHECO DE OLIVEIRA, SIMONE SEHNEM
ASPIRATIONS AND FEARS OF YOUNG ENTREPRENEURS	48	WILLIAM NUNES DA SILVA, ALINE CRESPO, ANTONIO CARLOS GIL
VALUE AND PRESTIGE TO THE PROFESSION IN BUSINESS MANAGEMENT	66	RICARDO BRAGA VERONEZE, DALTON DE SOUSA, DANIEL CARVALHO DE REZENDE, ANDRÉ SIQUEIRA RENNÓ
CRITICAL FACTORS IN SOFTWARE DEVELOPMENT PROJECTS	100	GÉDSON MÁRIO BORGES DAL FORNO, FELIPE MARTINS MULLER
GAP BETWEEN ATTITUDE AND BEHAVIOR IN THE DISPOSAL AND RECYCLING OF TRASH: AN INTERGENERATIONAL APPROACH	116	LARA COELHO VACCARI, MARCOS COHEN, ANGELA MARIA CAVALCANTI DA ROCHA
ANALYSIS OF THE ADVERTISING SPEECH: DISCURSIVE STRATEGIES	135	FLÁVIO EVERTON DE CASTRO, LUIZ CLAUDIO VIEIRA DE OLIVEIRA, CRISTIANA FERNANDES DE MUYLDER

HUMAN RESOURCES MANAGEMENT

CORPORATE UNIVERSITY DEVELOPS COMPETENCES FOR WORK? THE POINT OF VIEW OF PROFESSIONALS

PATRÍCIA OLIVEIRA NASCIMENTO, MÔNICA DE FÁTIMA BIANCO

<http://dx.doi.org/10.21714/pretexto.v18i2.2560>

This article aims to describe the Leadership Development Program, offered by the Corporate University of mining company with operations in Vitória / ES, and understand the possible relationship of this program to the development of professional competencies expected by the Organization. The Corporate University this mining company was created in 2003, under the purpose of transforming lives by developing people, and is seen as extremely important factor for the generation of competitiveness, business development and increased organizational synergy. For conducting this qualitative research, were interviewed four Supervisors miner, who had the opportunity to participate in its Leadership Development Program. Semi-structured interviews and document research were conducted to obtain data. It is chosen for content analysis as a method of analysis. For the studied company, the Leadership Development Program is an important tool for the development of the expected competencies for the organization, and is recognized by both the professional managerial expertise and by providing exchange of experiences among professionals that promotes, guaranteeing them improved everyday managerial practice. However, it is not the primary tool, being clear that this development goes beyond the programs offered by their Corporate University.

ENTREPRENEURSHIP

ASPIRATIONS AND FEARS OF YOUNG ENTREPRENEURS

WILLIAM NUNES DA SILVA, ALINE CRESPO, ANTONIO CARLOS GIL

<http://dx.doi.org/10.21714/pretexto.v18i2.3501>

This research aims to explore the understanding of young people from a peripheral region of the city of São Paulo about the entrepreneurial process, their aspirations and fears and their willingness to open a business in the region in which they reside. A bibliographical review was carried out in order to know the state of the art of Brazilian scientific production about youth entrepreneurship. Fifteen interviews were conducted with university students from a university in the region. It was adopted thematic analysis as basic analytical procedure, in which, based on assertions expressing the understanding of the problem from the perspective of the interviewees themselves, themes were generated, which, after being synthesized, made possible a substantive theorization about the subject. The association between entrepreneurship and dream coincides with the perspective of the visionary theory of entrepreneurship, and that the place of residence is an important element in determining the desired place to undertake, indicating adequacy of the foundations of theories related to the identity of place.

LOGISTICS AND OPERATIONS MANAGEMENT

A SANTA CATARINA REFRIGERATOR GREEN SUPPLY CHAIN PROVIDERS

GEAN PACHECO DE OLIVEIRA, SIMONE SEHNEM

<http://dx.doi.org/10.21714/pretexto.v18i2.2726>

The objective of this study is to analyze the environmental management practices adopted by partner companies of Agribusiness Alpha, located in Santa Catarina. Professionals were surveyed area of Procurement and Human Resources, totaling 2 subjects studied via semi-structured interviews. In third parties' managers were surveyed, as well as employees, totaling 68 respondents of the questionnaire respondents and 6. The practices incorporated in the management of the supply chain of Alfa company's suppliers are exceedingly reactive nature, grounded in compliance with legal requirements and requirements compatible with their sector are an important step towards the creation of a chain of green suppliers. However, require a long way of consolidation and widespread recognition for its employees. The role of Alfa is essential in the induction of GSCM in the supply chain as a whole. However, mitigation measures associated with the impact of the supply chain on climate change, biodiversity, health and safety of employees, sustainable innovation become necessary. These are practices whose results occur in the long run, but that are long lasting and have a direct impact on the whole society.

TEACHING AND RESEARCH

VALUE AND PRESTIGE TO THE PROFESSION IN BUSINESS MANAGEMENT

RICARDO BRAGA VERONEZE, DALTON DE SOUSA, DANIEL CARVALHO DE REZENDE, ANDRÉ SIQUEIRA RENNÓ

<http://dx.doi.org/10.21714/pretexto.v18i2.4390>

The academic formation in administration offers innumerable professional possibilities, contemplating different segments of work, such as, research, consultancy, entrepreneurship, besides other ways. This dynamism contributes to a wide range of options that pose different challenges to the future professional of the administration. In this direction, this work, which belongs to the area of teaching and research in Administration, seeks to understand the perceived value, prestige and identification with the profession from the perspective of undergraduate students from two federal universities. Very present in other areas, there is still a lack of this type of study in the administrative sciences. The sample was obtained by applying questionnaires to the students of Administration. The results show that many undergraduates in management are still undecided by the profession, but there are also those whose identification with the same is clear, most of which is aimed at future work, either in the private sector or in the public service. From the analysis of the data it was possible to form two clusters, the first group was called vocation, which can say that they are more satisfied and identified with the course of Administration and another called undecided, which has a lower degree identification and satisfaction with it. Finally, it was verified that the group of vocationates have bigger ambitions, such as starting their own company, than just preparing to get a job (public or private).

PROJECT MANAGEMENT

CRITICAL FACTORS IN SOFTWARE DEVELOPMENT PROJECTS

GÉDSON MÁRIO BORGES DAL FORNO, FELIPE MARTINS MULLER

<http://dx.doi.org/10.21714/pretexto.v18i2.5295>

The use of automated Information Systems (IS) has practically become compulsory in the most diverse organizational levels. Due to this requirement, the success result for software development projects plays a fundamental and determining role. The establishment of a definition for success, as well as the determination and treatment of the critical factors for these projects, in order to get a result of success, has been the focus of many studies along the time. This work aimed to verify the degree of the contribution of Critical Factors, taking into account the used methodologies for the results of software development projects. The application of statistical methods to the results obtained from a research study applied to IT professionals from Brazilian organizations, made possible verify the similarity of the contribution of Critical Factors, regardless of the methodology used and the type of results obtained for the software development projects.

MARKETING

ANALYSIS OF THE ADVERTISING SPEECH: DISCURSIVE STRATEGIES

FLÁVIO EVERTON DE CASTRO, LUIZ CLAUDIO VIEIRA DE OLIVEIRA, CRISTIANA FERNANDES DE MUYLDER

<http://dx.doi.org/10.21714/pretexto.v18i2.5515>

This article analyzes the discourse used by Hortifruti organization as a business marketing strategy to increase competitiveness, meeting the needs and satisfying the imagination of consumers. The Hortifruti developed an advertising campaign in four stages, with the use of semiotic and discursive elements. The research, qualitative and descriptive, conducted a case study with the use of field research and interviews. The discursive resources of the campaign texts and interviews were analyzed with the methodology of the French Discourse Analysis (ADF), that is a linguistic and semiotic theory whose origin is structuralist. The concepts of strategic marketing and relationship furnished the context for the discursive analysis performed. The results allow us to conclude that the effectiveness of the phases of the campaign was due to the use of common culture of customer Hortifruti, including linguistic and semiotic elements imagistic discourses, and metaphors, puns, jokes and humor, and that act as tools for attracting and retaining customers.

MARKETING

GAP BETWEEN ATTITUDE AND BEHAVIOR IN THE DISPOSAL AND RECYCLING OF TRASH: AN INTERGENERATIONAL APPROACH

LARA COELHO VACCARI, MARCOS COHEN, ANGELA MARIA CAVALCANTI DA ROCHA

<http://dx.doi.org/10.21714/pretexto.v18i2.5366>

Based on the observation by several authors of the existence of a gap between the ecologically conscious attitude of consumers and their effective behavior, both in terms of purchase and personal consumption habits, this article investigates this phenomenon through a qualitative exploratory research. We sought to identify the factors that increase and decrease this gap, specifically focusing on waste disposal and recycling from the perspective of consumers of the baby boomer and Y generations. For this, thirty in-depth interviews were conducted with consumers residing in Rio de Janeiro. We used the software Atlas.ti to perform the content analysis of the interviews. The results point out the main similarities and differences found between the behaviors of the two generations and suggest a behavior more motivated by environmental concerns of the sampled individuals of generation Y. Finally, a conceptual scheme was developed that brings together the factors identified during the study, classifying them into three major groups: antecedent factors, factors that reduce the gap and factors that increase the gap.