

PRETEXTO

Publicação Trimestral da
FACE/FUMEC

ISSN 1517-672 X (Revista impressa)

VOLUME XVIII | N 4 | OUT-DEZ | 2017

ISSN 1984-6983 (Revista online)



FUNDAÇÃO MINEIRA DE EDUCAÇÃO E CULTURA

FUMEC



Presidente:

Prof. Air Rabelo

UNIVERSIDADE FUMEC

Reitor:

Prof. MSc. 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. 4, 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 ROBERTO BAZANINI, JORGE MIKLOS, HOMERO LEONI BAZANINI e NATHALIA CAROLINE SANTANA, aborda as possibilidades de construção de alternativas pedagógicas no tratamento de temas transversais no ensino-aprendizagem de filosofia em cursos de gestão de negócios. No segundo artigo, CLÁUDIA FABIANA GOHR e CINTHIA DE AZEVÊDO FAUSTINO analisam a gestão de qualidade na cadeia de suprimentos e sua relação com a busca por uma posição competitiva favorável.

JULIANA MAYUMI NISHI e MAURI LEODIR LÖBLER, autores do terceiro artigo, têm por objetivo verificar os condicionantes que influenciam a formação das redes sociais de informação, amizade e confiança em organizações pública e privada.

No quarto artigo, HELLEN TAÍS ZANÓBIO, LARIANE TAÍNA GOMES, LILIAN CAROLINA VIANA, LUCAS SILVESTRE DE CARVALHO e NELSON OLIVEIRA STEFANELLI analisam as estratégias utilizadas pela empresa Unimed, em relação à gestão da marca, com o objetivo de compreender seus efeitos na geração de diferenciais competitivos.

DÉBORA REGINA SCHNEIDER LOCATELLI, MARCO ANTONIO PINHEIRO DA SILVEIRA e NAIRA ELIZABETE BARBACOVÍ, autores do quinto artigo, abordam quais características comportamentais empreendedoras (CCE) são evidenciadas nos estudantes de Engenharia e a importância delas para a atuação profissional.

No sexto artigo, WESLEY ANTONIO GONÇALVES, WILIAM MACHADO DE ANDRADE, DALILA ALVES CORRÊA e GABRIELA GARCIA RIBEIRO abordaram o conceito de competências, procurando identificar se os sujeitos da pesquisa demonstram inclinações conceituais a alguma das definições do termo apontadas na literatura e a demanda por competências no contexto de trabalho desses sujeitos.

No fechamento deste número temos o artigo produzido por FABRINI QUADROS BORGES, FABRICIO QUADROS BORGES e JOÃO GUIMARAES PINHEIRO, que têm por objetivo de contribuir a proposição de estratégias mercadológicas para o setor de carnes de frango no município paraense de Paragominas.

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.v18i4.5994>

SUMÁRIO

EDITORIAL 3

O PRAGMATISMO DOS FILÓSOFOS DO
CAPITALISMO: UMA EXPERIÊNCIA
DIDÁTICA RELACIONADA AO ENSINO-
APRENDIZAGEM DA DISCIPLINA FILOSOFIA
DA ADMINISTRAÇÃO

11

ROBERTO BAZANINI, JORGE MIKLOS,
HOMERO LEONI BAZANINI, NATHALIA
CAROLINE SANTANA

GESTÃO DA QUALIDADE NA CADEIA DE
SUPRIMENTOS

33

CLÁUDIA FABIANA GOHR; CINTHIA DE
AZEVEDO FAUSTINO

EXPLORANDO OS CONDICIONANTES DA
FORMAÇÃO DE REDES SOCIAIS: ESTUDO
COMPARATIVO ENTRE ORGANIZAÇÃO
PÚBLICA E PRIVADA

57

JULIANA MAYUMI NISHI, MAURI LEODIR
LÖBLER

GESTÃO DE MARCAS: UM ESTUDO SOBRE
A UNIMED

84

HELLEN TAÍS ZANÓBIO, LARIANE TAÍNA
GOMES, LILIAN CAROLINA VIANA, LUCAS
SILVESTRE DE CARVALHO, NELSON OLIVEIRA
STEFANELLI

CARACTERÍSTICAS COMPORTAMENTAIS
EMPREENDEDORAS E SUA IMPORTÂNCIA
NA ATUAÇÃO PROFISSIONAL

100

DÉBORA REGINA SCHNEIDER LOCATELLI,
MARCO ANTONIO PINHEIRO DA SILVEIRA,
NAIRA ELIZABETE BARBACOVI

CONFRONTANDO O CONCEITO DE
COMPETÊNCIAS PELA SUA DIVERSIDADE E
APLICAÇÃO: UM OLHAR ENTRE A TEORIA E
A PRÁTICA

114

WESLEY ANTONIO GONÇALVES, WILIAM
MACHADO DE ANDRADE, DALILA ALVES
CORRÊA, GABRIELA GARCIA RIBEIRO

COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR DE
CARNE DE FRANGO: UMA ANÁLISE DO
CONSUMO E DA COMERCIALIZAÇÃO EM
PARAGOMINAS-PA

129

FABRINI QUADROS BORGES, FABRICIO
QUADROS BORGES, JOÃO GUIMARAES
PINHEIRO

DIDÁTICA E ENSINO

O PRAGMATISMO DOS FILÓSOFOS DO CAPITALISMO: UMA EXPERIÊNCIA DIDÁTICA RELACIONADA AO ENSINO-APRENDIZAGEM DA DISCIPLINA FILOSOFIA DA ADMINISTRAÇÃO

ROBERTO BAZANINI, JORGE MIKLOS, HOMERO LEONI BAZANINI, NATHALIA CAROLINE SANTANA

<http://dx.doi.org/10.21714/pretexto.v18i4.2958>

O artigo discute alternativas para a construção de alternativas pedagógicas no tratamento de temas transversais no ensino-aprendizagem de filosofia em cursos de gestão dos negócios. Nas pesquisas em administração, inúmeros autores afirmam que a Administração de Empresas deveria ser mais bem entendida mais como uma prática do que como uma ciência, visto que, uma prática é sempre orientada para uma situação de diagnóstico, que se estabelece a partir do momento em que um problema é detectado e precisa ser resolvido. O problema central da pesquisa está em encontrar respostas para a questão: quais conteúdos filosóficos e metodologias podem se tornar adequados para o ensino/aprendizagem de filosofia nos cursos de administração? Por meio de pesquisa exploratória, de natureza qualitativa, análise pós-factum, o objetivo da pesquisa, inicialmente, buscou identificar a percepção dos alunos e professores do curso de administração pertencentes a uma universidade localizada no Grande ABC, para posteriormente, submeter os pesquisados ao ensino de filosofia com o emprego da Aprendizagem Baseada em Problemas (ABP) na perspectiva da visão empreendedora. Os resultados da pesquisa apontam a importância do emprego da ABP para dinamizar o conteúdo filosófico como prática executiva dos educandos

REDES SOCIAIS

EXPLORANDO OS CONDICIONANTES DA FORMAÇÃO DE REDES SOCIAIS: ESTUDO COMPARATIVO ENTRE ORGANIZAÇÃO PÚBLICA E PRIVADA

JULIANA MAYUMI NISHI, MAURI LEODIR LÖBLER

<http://dx.doi.org/10.21714/pretexto.v18i4.3298>

A presente pesquisa objetiva verificar os condicionantes que influenciam a formação das redes sociais de informação, amizade e confiança em organizações pública e privada. Nesse sentido, o estudo de casos múltiplos é descrito como exploratório, quantitativo e qualitativo. Para o tratamento e investigação dos dados utilizaram-se os softwares Ucinet 6.0, NetDraw, NVivo e a técnica de análise de conteúdo à visão de Bardin (2006). Como resultados, notou-se que as Redes de Informação envolveram a posição hierárquica e organizacional; as Redes de Amizade foram explicadas pela a posição organizacional, proximidade física, estrutura de interações e o tempo investido na manutenção de relacionamentos; e as Redes de Confiança foram explicadas pela posição hierárquica. Os principais motivos da formação de laços nas escolas privada e pública não foram somente aspectos formais, mas também as qualidades pessoais e profissionais do indivíduo citado.

LOGÍSTICA

GESTÃO DA QUALIDADE NA CADEIA DE SUPRIMENTOS

CLÁUDIA FABIANA GOHR; CINTHIA DE AZEVÊDO FAUSTINO

<http://dx.doi.org/10.21714/pretexto.v18i4.3220>

A busca por uma posição competitiva tem fortalecido os relacionamentos na cadeia de suprimentos a fim de agregar valor, gerando produtos de qualidade. Nesse contexto, esta pesquisa pretende analisar a gestão da qualidade na cadeia de suprimentos de uma indústria calçadista do Estado da Paraíba. Foram identificados dois segmentos de gestão da qualidade relacionados à cadeia de suprimentos: práticas internas e interação com fornecedores. Para a realização do estudo empírico foi utilizada o estudo de caso múltiplo, aplicado na empresa focal e em um fornecedor. Os instrumentos de coleta de dados foram entrevistas, observações e análise documental. A análise qualitativa permitiu identificar a forma como cada uma das empresas atua em relação à gestão interna da qualidade, apontando possibilidades de melhorias. Na interação entre as empresas verificou-se que os fornecedores participam ativamente da melhoria da qualidade da empresa focal, mas não existem relacionamentos de parceria consolidados

MARKETING

GESTÃO DE MARCAS: UM ESTUDO SOBRE A UNIMED

HELLEN TAÍS ZANÓBIO, LARIANE TAÍNA GOMES, LILIAN CAROLINA VIANA, LUCAS SILVESTRE DE CARVALHO, NELSON OLIVEIRA STEFANELLI

<http://dx.doi.org/10.21714/pretexto.v18i4.3993>

O crescimento da demanda por serviços de saúde suplementar somado às mudanças da relação marca versus consumidor tornam esse mercado cada vez mais competitivo. Esses fatores implicam na movimentação das prestadoras deste tipo de serviço em relação à necessidade de identificar e implantar a melhor forma de gestão de marca, com o objetivo de torná-la conhecida e diferenciada. A empresa estudada foi a Unimed, a maior Cooperativa de Trabalho Médico do Brasil, onde se aplica o seguinte problema de pesquisa: quais as estratégias utilizadas pela Unimed na gestão de sua marca? Este estudo tem o objetivo de estudar as estratégias aplicadas pela Unimed em estudos que as exploram utilizando a metodologia de pesquisa de Revisão Bibliográfica. Os resultados obtidos foram o destaque da importância dada pela Unimed à gestão de sua marca onde a centraliza como diferencial competitivo, e o sucesso do uso das estratégias de gestão de marca como a identidade, imagem, personalidade, arquitetura e valor, tornando-a uma marca forte e consolidada no mercado.

CARACTERÍSTICAS COMPORTAMENTAIS EMPREENDEDORAS E SUA IMPORTÂNCIA NA ATUAÇÃO PROFISSIONAL

DÉBORA REGINA SCHNEIDER LOCATELLI, MARCO ANTONIO PINHEIRO
DA SILVEIRA, NAIRA ELIZABETE BARBACOVÍ

<http://dx.doi.org/10.21714/pretexto.v18i4.5112>

O objetivo do estudo foi analisar quais características comportamentais empreendedoras (CCE) são evidenciadas nos estudantes de Engenharia e a importância delas para a atuação profissional. Também buscou-se verificar se há diferença entre gêneros em relação a CCEs; identificar em qual dos grupos de CCEs os acadêmicos estão mais desenvolvidos e por fim comparar as CCEs e as exigências para a atuação profissional dos engenheiros. A pesquisa empregou duas etapas, a primeira quantitativa descritiva, e a segunda qualitativa documental. O estudo foi realizado com estudantes de Engenharia Ambiental que cursaram a disciplina de Empreendedorismo, em quatro semestres diferentes, somando 132 alunos. A coleta de dados foi realizada utilizando-se o instrumento criado por McClelland. Foram identificadas, no grupo estudado, a presença das CCEs, não havendo diferença significativa entre os gêneros. Concluiu-se que, embora a regulamentação para atuação profissional do engenheiro não traga explicitamente que este deva ser empreendedor, nas entrelinhas das regulamentações isso foi evidenciado.

MARKETING

COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR DE CARNE DE FRANGO: UMA ANÁLISE DO CONSUMO E DA COMERCIALIZAÇÃO EM PARAGOMINAS-PA

FABRINI QUADROS BORGES, FABRICIO QUADROS BORGES, JOÃO
GUIMARAES PINHEIRO

<http://dx.doi.org/10.21714/pretexto.v18i4.2972>

A investigação possui o objetivo de contribuir a proposição de estratégias mercadológicas para o setor de carnes de frango no município paraense de Paragominas e, para tanto, precisar-se-ia conhecer o comportamento do consumidor final desse município. A investigação questiona qual a percepção de valor no setor de carnes de frango pelos consumidores no município de Paragominas. A necessidade de conhecer o comportamento do consumidor final de Paragominas vincula-se a possibilidade de favorecimento estratégico do setor de carnes de frango naquele município e de beneficiamento, por meio de aprimoramentos, ao longo da cadeia de modo a contribuir para o aumento da competitividade do setor. A metodologia empregada foi de natureza quantitativa do tipo survey composta por 390 entrevistas de maneira a aplicar o teste G a partir do fator socioeconômico. O estudo concluiu que quanto maior o poder de consumo de determinada fatia de consumidores maior será a procura por qualidade.

CONFRONTANDO O CONCEITO DE COMPETÊNCIAS PELA SUA DIVERSIDADE E APLICAÇÃO: UM OLHAR ENTRE A TEORIA E A PRÁTICA

WESLEY ANTONIO GONÇALVES, WILIAM MACHADO DE ANDRADE,
DALILA ALVES CORRÊA, GABRIELA GARCIA RIBEIRO

<http://dx.doi.org/10.21714/pretexto.v18i4.2722>

Duas questões de pesquisa foram definidas como objetivo neste estudo: a primeira procurou saber se os sujeitos da pesquisa demonstram inclinações conceituais a alguma das definições deste termo apontadas na literatura e, a segunda investigou a demanda por competências no contexto de trabalho destes sujeitos visando apurar a sua variabilidade. Utilizou-se aplicação de entrevistas qualitativas, semiestruturadas junto a um grupo de nove profissionais de um centro de estudos e pesquisa aplicada de uma instituição pública de ensino superior. Adotou-se a análise de conteúdo para o processo de apuração das informações decorrentes das entrevistas. Os resultados apontaram uma inclinação conceitual correspondente à competência enquanto propriedade do indivíduo, o que estabelece relação com a corrente teórica francesa. Em relação a demanda por competências a maioria dos sujeitos afirmam que há variabilidade em função da natureza dos projetos que desenvolvem, sendo o mercado balizador da dinâmica das competências

EDITORIAL

Dear readers

The first article, authored by ROBERTO BAZANINI, JORGE MIKLOS, HOMERO LEONI BAZANINI and NATHALIA CAROLINE SANTANA, addresses the possibilities of building pedagogical alternatives in the treatment of cross-cutting themes in teaching-learning of philosophy in Business Management courses. In the second article, CLAUDIA FABIANA GOHR and CINTHIA DE AZEVEDO FAUSTINO analyze quality management in the supply chain and their relationship with the search for a favorable competitive position.

JULIANA MAYUMI NISHI and MAURI LEODIR LÖBLER, authors of the third article, aim to verify the constraints that influence the formation of social networks of information, friendship and trust in public and private organizations.

In the fourth article, HELLEN TAÍS ZANÓBIO, LARIANA TAÍNA GOMES, LILIAN CAROLINA VIANA, LUCAS SILVESTRE DE CARVALHO and NELSON OLIVEIRA STEFANELLI analyze the strategies used by the company Unimed in relation to the brand management, with the objective of understanding its effects on the generation of competitive differentials.

DÉBORA REGINA SCHNEIDER LOCATELLI, MARCO ANTONIO PINHEIRO DA SILVEIRA and NAIRA ELIZABETE BARBACOVÍ, authors of the fifth article, address what entrepreneurial behavioral characteristics (CCE) are evidenced in engineering students and their importance for professional performance.

In the sixth article, WESLEY ANTONIO GONÇALVES, WILIAM MACHADO DE ANDRADE, DALILA ALVES CORRÊA and GABRIELA GARCIA RIBEIRO approached the concept of competences, seeking to identify whether the subjects of the research demonstrate conceptual biases to any of the definitions of the term pointed out in the literature and the demand for skills in the work context of these subjects.

At the closing of this issue we have the article produced by FABRINI QUADROS BORGES, FABRICIO QUADROS BORGES and JOÃO GUIMARAES PINHEIRO, which have the objective of contributing to the proposition of marketing strategies for the sector of chicken meat in the paraense municipality from Paragominas.

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.v18i4.5994>



CONTENTS

EDITORIAL	3	
MANAGEMENT AND KNOWLEDGE IN SOCIAL SCIENCES APPLIED: A TEACHING EXPERIENCE RELATED TO DISCIPLINE OF TEACHING AND LEARNING PHILOSOPHY OF ADMINISTRATION	11	ROBERTO BAZANINI, JORGE MIKLOS, HOMERO LEONI BAZANINI, NATHALIA CAROLINE SANTANA
QUALITY MANAGEMENT IN THE SUPPLY CHAIN	33	CLÁUDIA FABIANA GOHR; CINTHIA DE AZEVÊDO FAUSTINO
EXPLORING THE CONDITIONS OF FORMATION OF SOCIAL NETWORKS: COMPARATIVE STUDY BETWEEN PUBLIC AND PRIVATE ORGANIZATION	57	JULIANA MAYUMI NISHI, MAURI LEODIR LÖBLER
BRANDING: A STUDY ABOUT UNIMED	84	HELLEN TAÍS ZANÓBIO, LARIANE TAÍNA GOMES, LILIAN CAROLINA VIANA, LUCAS SILVESTRE DE CARVALHO, NELSON OLIVEIRA STEFANELLI
CHARACTERISTICS OF ENTREPRENEURS AND IT'S IMPORTANCE IN PROFESSIONAL ACTIVITIES	100	DÉBORA REGINA SCHNEIDER LOCATELLI, MARCO ANTONIO PINHEIRO DA SILVEIRA, NAIRA ELIZABETE BARBACOVI
CONFRONTING SKILLS CONCEPT FOR DIVERSITY AND ITS APPLICATION: A LOOK BETWEEN THEORY AND PRACTICE	114	WESLEY ANTONIO GONÇALVES, WILIAM MACHADO DE ANDRADE, DALILA ALVES CORRÊA, GABRIELA GARCIA RIBEIRO
BEHAVIOR OF CHICKEN MEAT CONSUMER: AN ANALYSIS OF CONSUMPTION AND MARKETING IN PARAGOMINAS-PA	129	FABRINI QUADROS BORGES, FABRICIO QUADROS BORGES, JOÃO GUIMARAES PINHEIRO

DIDACTICS AND TEACHING

MANAGEMENT AND KNOWLEDGE IN SOCIAL SCIENCES APPLIED: A TEACHING EXPERIENCE RELATED TO DISCIPLINE OF TEACHING AND LEARNING PHILOSOPHY OF ADMINISTRATION

ROBERTO BAZANINI, JORGE MIKLOS, HOMERO LEONI BAZANINI,
NATHALIA CAROLINE SANTANA

<http://dx.doi.org/10.21714/pretexto.v18i4.2958>

The article discusses alternatives to the construction of educational alternatives in the treatment of cross-cutting themes in the philosophy of teaching and learning in business management courses. In the research in administration, many authors state that management companies should be better understood more as a practice rather than a science, as a practice is always oriented to a diagnostic situation, which is established from the moment a problem is detected and needs to be resolved. The central research problem is to find answers to the question: what philosophical content and methodologies may become suitable for the teaching / learning philosophy in management courses? According exploratory research, qualitative nature, post-factum analysis, the research objective initially sought to identify the perception of students and teachers of the course of belonging administration to a university in Greater ABC, to subsequently submit the respondents to philosophy of teaching with the use of Problem Based Learning (PBL) in connection with the entrepreneurial vision. The survey results point to the importance of the use of BPA to boost philosophical content as executive practice of students.

SOCIAL NETWORKS

EXPLORING THE CONDITIONS OF FORMATION OF SOCIAL NETWORKS: COMPARATIVE STUDY BETWEEN PUBLIC AND PRIVATE ORGANIZATION

JULIANA MAYUMI NISHI, MAURI LEODIR LÖBLER

<http://dx.doi.org/10.21714/pretexto.v18i4.3298>

This research aims to verify the conditions that influence the formation of social networks of information, friendship and trust in public and private organizations. In this sense, the multiple case study is described as exploratory, quantitative and qualitative. For the treatment and research of the data we used the Ucinet software 6.0, NetDraw, NVivo and the content analysis technique to view Bardin (2006). As a result, it was noted that the Information Networks involved the hierarchical and organizational position; the Friendship networks were explained by the organizational position, physical proximity, interactions structure and the time invested in maintaining relationships; and Confidence-Building Networks were explained by the hierarchical position. The main reasons for the formation of bonds in private and public schools were not only formal, but also the personal and professional qualities of that individual.

Keywords: social networks, personal and professional qualities, reasons.

LOGISTICS

QUALITY MANAGEMENT IN THE SUPPLY CHAIN

CLÁUDIA FABIANA GOHR; CINTHIA DE AZEVEDO FAUSTINO

<http://dx.doi.org/10.21714/pretexto.v18i4.3220>

The search for a competitive position has strengthened the relationships in the supply chain in order to add value, generating quality products. This research aims to analyze the quality management in the supply chain of a footwear industry of the State of Paraíba. Were identified two segments of supply chain quality management: internal quality practices and quality interaction with suppliers. We adopted the multiple case study method, applied in a focal firm and a first level supplier. We used interviews and observations. The qualitative analysis allowed to identify how each company operates in relation to the internal quality management, pointing out possibilities for improvement. In the quality interaction between the company with suppliers, it was possible verify that the supplier investigated participate actively in improving the quality in the focal firm, but there are not consolidated partnership relationships between them.

MARKETING

BRANDING: A STUDY ABOUT UNIMED

HELLEN TAÍS ZANÓBIO, LARIANE TAÍNA GOMES, LILIAN CAROLINA
VIANA, LUCAS SILVESTRE DE CARVALHO, NELSON OLIVEIRA
STEFANELLI

<http://dx.doi.org/10.21714/pretexto.v18i4.3993>

The growth in demand for supplemental health services added to changes in the relationship between consumer and brand make this market increasingly competitive. These factors imply the movement of providing this type of service in relation to the need to identify and implement the best branding way, in order to make it known and differentiated. The company studied was Unimed, the largest Medical Cooperative in Brazil. Thus, the research problem is stated as: what are the strategies used by Unimed in its branding? This study aims to identify the strategies applied by Unimed in using the Literature Review as research methodology. The results were the highlight of the importance given by Unimed to its branding (explored as a competitive advantage), and the successful use of branding strategies such as identity, image, character, architecture and value, making it a strong and established brand in the market.

ENTREPRENEURSHIP

CHARACTERISTICS OF ENTREPRENEURS AND IT'S IMPORTANCE IN PROFESSIONAL ACTIVITIES

DÉBORA REGINA SCHNEIDER LOCATELLI, MARCO ANTONIO PINHEIRO DA SILVEIRA, NAIRA ELIZABETE BARBACOVI

<http://dx.doi.org/10.21714/pretexto.v18i4.5112>

The objective of the study was to analyze which entrepreneurial behavioral characteristics (CCE) are evidenced in Engineering students and their importance for professional performance. We also sought to verify if there is difference between genders in relation to CCEs; To identify in which of the groups of CCEs the academics are more developed and finally to compare the CCEs and the requirements for the professional performance of the engineers. The research used two steps, the first descriptive quantitative, and the second qualitative documentary. The study was carried out with students of Environmental Engineering who studied the discipline of Entrepreneurship, in four different semesters, adding 132 students. The data collection was performed using the instrument created by McClelland. The presence of SCCs was identified in the studied group, with no significant difference between genders. It was concluded that, although the regulations for the professional performance of the engineer do not explicitly state that this should be an entrepreneur, among the lines of regulations this was evidenced.

MARKETING

BEHAVIOR OF CHICKEN MEAT CONSUMER: AN ANALYSIS OF CONSUMPTION AND MARKETING IN PARAGOMINAS-PA

FABRINI QUADROS BORGES, FABRICIO QUADROS BORGES, JOÃO GUIMARAES PINHEIRO

<http://dx.doi.org/10.21714/pretexto.v18i4.2972>

The research aims to contribute to the proposal of marketing strategies for the poultry meat sector in the municipality of Paragominas, and for that, it would be necessary to know the behavior of the final consumer of this municipality. The research questions the perception of value in the chicken meat sector by consumers in the municipality of Paragominas. The need to know the behavior of the final consumer of Paragominas is linked to the possibility of strategic favoring of the poultry meat sector in that municipality and of beneficitation, through improvements, along the chain in order to contribute to the increase of the competitiveness of the sector. The methodology used was of a quantitative nature of the survey type composed of 390 interviews in order to apply the G test from the socioeconomic factor. The study concluded that the higher the consumption power of a certain share of consumers, the greater the demand for quality.

HUMAN RESOURCES MANAGEMENT

CONFRONTING SKILLS CONCEPT FOR DIVERSITY AND ITS APPLICATION: A LOOK BETWEEN THEORY AND PRACTICE

WESLEY ANTONIO GONÇALVES, WILIAM MACHADO DE ANDRADE, DALILA ALVES CORRÊA, GABRIELA GARCIA RIBEIRO

<http://dx.doi.org/10.21714/pretexto.v18i4.2722>

Two research questions were defined in this study: the first examined whether the subjects demonstrate conceptual leanings to any of the definitions of the term mentioned in the literature and the second investigated the demand for skills in the workplace these subjects in order to establish the variability. We used application of qualitative interviews, semi-structured with the group of nine professionals from a center of studies and applied research of a public institution of higher education. Adopted the content analysis to the process of verification of the information in the interviews. The results showed a corresponding conceptual slope jurisdiction as property of the individual, establishing relationship with the French theoretical current. Regarding the demand for skills most subjects say that there is variability in the nature of the projects we develop, and the beacon market dynamics skills.