PRODUÇÃO, SISTEMATIZAÇÃO E DIVULGAÇÃO DO CONHECIMENTO EM *LEAN THINKING* E ABORDAGENS DE GESTÃO

Bruno Emanuel Uliano Ferreira, Dara Beatriz dos Santos Souza, Luiza Inacarato Freiria Moreira, Vinicius Hilton Palumbo Rodrigues, Luciana Rosa Leite

INTRODUÇÃO

O *Lean Thinking*, orientado à eliminação de desperdícios e à melhoria contínua de processos, tem sido aplicado em conjunto com outras abordagens de gestão, como a gestão da qualidade, a gestão por processos, a inovação e a sustentabilidade, por organizações que buscam maior competitividade. Parte do conhecimento produzido sobre esses temas na graduação, contudo, permanece restrita aos trabalhos de conclusão de curso (TCC), cuja circulação fora da instituição de origem é reduzida. Day e Gastel (2016) afirmam que uma pesquisa não está concluída enquanto seus resultados não forem publicados; é a publicação que submete esses resultados à avaliação de pares e os coloca à disposição de outros pesquisadores. Assim, o plano de trabalho teve como objetivo geral desenvolver a capacidade de produção científica do bolsista por meio da elaboração de artigos acadêmicos relacionados ao *Lean Thinking* e às abordagens de gestão, contribuindo para a disseminação do conhecimento e para a melhoria de processos organizacionais. Como objetivos específicos, buscou-se identificar temas relevantes em TCC e pesquisas correlatas, elaborar artigos em diferentes formatos (congressos e periódicos), compreender as diferenças estruturais, metodológicas e de exigência entre esses tipos de publicação e submeter os textos a eventos científicos e periódicos.

DESENVOLVIMENTO

A execução do plano seguiu as etapas de revisão bibliográfica, seleção e estruturação de temas, produção científica, submissão e revisão, com reuniões periódicas de orientação para a discussão dos textos. Foram selecionados três TCC, com temas ligados a abordagens de gestão distintas. Cada TCC foi reescrito no formato de artigo; para tanto, o texto original foi sintetizado, o referencial teórico foi revisto e a apresentação do método e dos resultados foi ajustada às normas do veículo pretendido. Dois artigos foram preparados no formato de congresso para o Encontro Nacional de Engenharia de Produção (ENEGEP), e um no formato de periódico, redigido em inglês e com maior aprofundamento metodológico para o *Brazilian Journal of Operations & Production Management*. O primeiro artigo investigou a influência da sustentabilidade nas decisões de compra no setor de cosméticos por meio de uma pesquisa quantitativa, descritiva e exploratória, do tipo *survey* (Robaina *et al*., 2021): um questionário estruturado de 15 questões foi aplicado via *Google Forms* entre março e abril de 2024 a uma amostra não probabilística, obtida por conveniência e pelo método bola de neve, que resultou em 75 respostas válidas, analisadas por estatística descritiva. O segundo estudou a contribuição da integração entre indicadores de desempenho (KPIs) e tecnologias digitais para a resiliência da cadeia de suprimentos, por meio de um estudo de caso único, qualitativo e exploratório (Yin, 2018), em uma multinacional do setor de eletrodomésticos localizada em Santa Catarina; os dados foram coletados em entrevistas semiestruturadas com três gestores seniores das áreas de Manufatura, Logística e Planejamento e Controle de Materiais (PCM), organizadas em cinco dimensões analíticas, e tratados por análise de conteúdo. O terceiro examinou a influência de elementos de boca a boca eletrônico (e-WOM), como depoimentos e avaliações, sobre a taxa de conversão de *landing pages* do setor de saúde, com método quantitativo, não experimental e *ex post facto*; foram analisadas 56.474 visitas a 14 *landing pages* de profissionais de saúde, registradas ao longo de seis meses, por meio do teste Qui-Quadrado de independência e de regressão logística, tendo a taxa de conversão como indicador de desempenho.

RESULTADOS

Os três artigos estão sintetizados na Tabela 1. O artigo sobre cosméticos foi publicado nos anais do XLV ENEGEP, em 2025. Os principais motivadores para a compra de cosméticos sustentáveis foram a preocupação com o bem-estar animal (31%) e com o meio ambiente (23%); o preço, entretanto, foi o critério de compra mais citado (88%), o que reforça a proposição de Hawkins, Mothersbaugh e Best (2007) sobre o peso do preço no comportamento de compra. O preço elevado (51%) e a dificuldade de encontrar produtos (29%) foram as principais barreiras, e a confiança nas informações das empresas mostrou-se moderada. O artigo sobre digitalização e resiliência foi aceito para o XLVI ENEGEP, a ser realizado em outubro de 2026. O estudo de caso mostrou que a maturidade digital da empresa não é homogênea entre as áreas: a manufatura, com sensores conectados a Controladores Lógicos Programáveis (CLPs) e monitoramento automático de OEE, FPY e scrap, identifica gargalos precocemente; a logística utiliza veículos guiados automaticamente (AGVs) e o indicador P4G, mas é limitada pela fragmentação dos sistemas; o PCM ainda depende da extração manual de dados do SAP para planilhas eletrônicas, o que retarda a tomada de decisão. Esses achados indicam que a resiliência depende menos da presença isolada das tecnologias do que da integração dos dados entre as áreas, em consonância com Yu, Xu e Wen (2025), que atribuem à integração da cadeia de suprimentos um papel mediador entre a transformação digital e a resiliência. O artigo sobre e-WOM encontra-se em fase final de desenvolvimento, com vistas à submissão ao *Brazilian Journal of Operations & Production Management*. Identificou-se uma associação estatisticamente significativa entre a presença de e-WOM e a conversão (χ^2 (1, N = 56.474) = 357; $p < 0,001$): as páginas com esses elementos converteram 7,56% das visitas, contra 4,60% das páginas sem eles, e a regressão logística estimou uma razão de chances de 1,826 (IC 95%: 1,71 a 1,95), o que corresponde a chances de conversão 82,6% maiores (Figura 1). O resultado é atribuído à redução da assimetria de informação e do risco percebido pelo paciente (Gefen; Karahanna; Straub, 2003) e oferece uma medida quantitativa para a lacuna apontada por Cheung e Thadani (2012); a natureza *ex post facto* do estudo, porém, não permite estabelecer relação causal.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo do plano de trabalho foi atendido com a conversão de três TCC em artigos científicos, dos quais um já foi publicado, outro foi aceito para apresentação e o terceiro está em fase final de preparação para periódico. Os três trabalhos tratam de abordagens de gestão diferentes, mas se aproximam na relação com a melhoria de processos: a sustentabilidade como um critério de decisão do consumidor, a integração de dados como uma condição para a resiliência operacional e o e-WOM como fator de eficiência em um processo de serviço digital. A elaboração de artigos nos formatos de congresso e de periódico exigiu do bolsista a adaptação dos conteúdos a estruturas, extensões e níveis de aprofundamento distintos, o que desenvolveu as competências de escrita científica, argumentação e normalização previstas no plano. Constatou-se, ainda, que os resultados desses TCC só passaram a contribuir para o debate acadêmico e para a prática das organizações depois de sistematizados e submetidos à avaliação externa; sem essa etapa, eles ficariam restritos ao ambiente em que foram produzidos. A divulgação dos resultados, portanto, é uma parte importante para garantir a disseminação do conhecimento científico.

Palavras-chave: divulgação científica; produção científica; abordagens de gestão; sustentabilidade; resiliência; e-WOM.

ANEXOS

Tabela 1. *Síntese dos artigos produzidos no plano de trabalho.*

Artigo	Veículo e situação	Método	Principal resultado
A influência da sustentabilidade nas decisões de compra no setor de cosméticos	XLV ENEGEP (2025), congresso; publicado nos anais	Survey quantitativa; 75 respondentes; estatística descritiva	Bem-estar animal (31%) e meio ambiente (23%) como motivadores no processo de compra de cosméticos sustentáveis; o preço elevado (51%) é a principal barreira.
A influência da digitalização e indicadores de desempenho no desenvolvimento da resiliência na cadeia de suprimentos	XLVI ENEGEP (2026), congresso; aceito	Estudo de caso único qualitativo; entrevistas com três gestores; análise de conteúdo	A resiliência do processo produtivo é condicionada à integração de dados entre manufatura, logística e PCM na empresa estudada.
Influência do e-WOM na taxa de conversão de *landing pages* no setor de saúde	*Brazilian Journal of Operations & Production Management*; em fase final de desenvolvimento	Ex post facto; 56.474 visitas em 14 landing pages; Qui-Quadrado e regressão logística	Chances de conversão 82,6% maiores com e-WOM (OR = 1,826; p < 0,001).

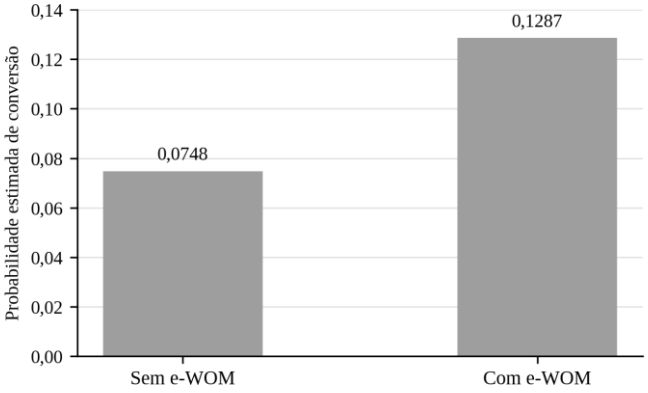


Figura 1. *Probabilidades estimadas de conversão por grupo de landing pages no estudo sobre e-WOM.*

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CHEUNG, C. M. K.; THADANI, D. R. The impact of electronic word-of-mouth communication: a literature analysis and integrative model. **Decision Support Systems**, v. 54, n. 1, p. 461-470, 2012.

DAY, R. A.; GASTEL, B. **Como escrever e publicar um artigo científico**. São Paulo: Blucher, 2016.

GEFEN, D.; KARAHANNA, E.; STRAUB, D. W. Trust and TAM in online shopping: an integrated model. **MIS Quarterly**, v. 27, n. 1, p. 51-90, 2003.

HAWKINS, D. I.; MOTHERSBAUGH, D. L.; BEST, R. J. **Consumer behavior**: building marketing strategy. 10. ed. New York: McGraw-Hill, 2007.

ROBAINA, J. V. L. *et al*. **Fundamentos teóricos e metodológicos da pesquisa em educação em ciências**. Curitiba: Bagai, 2021.

YIN, R. K. **Case study research and applications**: design and methods. 6. ed. Thousand Oaks: Sage Publications, 2018.

YU, Y.; XU, L.; WEN, X. The impact of digital transformation on supply chain resilience in manufacturing: the mediating role of supply chain integration. **Sustainability**, v. 17, n. 9, p. 3873, 2025.