

DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL EM UMA EMPRESA DE ENGENHARIA LOCALIZADA EM FLORIANÓPOLIS

**Luiza Jordão Kramer¹, Domingas Quiala Garcia², Ina Mariana Pontes de Borba³,
Liandra Margarete Ferreira⁴, Camilly Gabrieli da Silva Rocha⁵, Sophia Stephanes
Benvenuti⁶**

¹Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC, Florianópolis, Brasil
(luizajordaokra@gmail.com)

²Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC, Florianópolis, Brasil

³Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC, Florianópolis, Brasil

⁴Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC, Florianópolis, Brasil

⁵Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC, Florianópolis, Brasil

⁶Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC, Florianópolis, Brasil

Resumo: Este estudo realizou um diagnóstico no setor comercial de uma empresa de engenharia em Florianópolis. De natureza aplicada e abordagem qualitativa, utilizou-se o estudo de caso e a análise SWOT. Os resultados indicam credibilidade técnica, mas falhas na comunicação e recursos. Como conclusão, propôs-se um plano de ação estratégico para modernizar processos e fortalecer a comunicação, oferecendo subsídios relevantes para o desenvolvimento de práticas gerenciais eficazes e sustentáveis.

Palavras-chave: Diagnóstico organizacional; Engenharia consultiva; Matriz SWOT; Gestão estratégica; Administração comercial.

INTRODUÇÃO

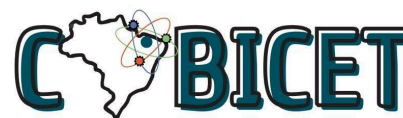
O mundo corporativo atual demanda das organizações uma postura cada vez mais estratégica e adaptável perante as constantes transformações tecnológicas, sociais e econômicas da sociedade. Nesse cenário, a análise organizacional consolidou-se como uma ferramenta essencial para a identificação de pontos fortes e fragilidades, fornecendo uma visão ampla dos processos, cultura e desempenho. Segundo Chiavenato (2014), o diagnóstico organizacional é uma etapa fundamental para compreender o funcionamento de uma instituição e embasar a proposição de mudanças e intervenções eficazes. No ramo da engenharia, as empresas enfrentam desafios particulares, como a gestão complexa de projetos, o cumprimento de normativas rigorosas e a alta competitividade de um setor técnico e regulado. Dessa forma, Robbins (2010) destaca que o desempenho corporativo está fortemente ligado à eficiência dos processos internos e à clareza da estrutura estabelecida.

Nesse contexto, a Nova Engevix, empresa de engenharia consultiva sediada em Florianópolis, destaca-se por sua trajetória de 60 anos no mercado, sendo responsável por projetos emblemáticos no Brasil e no exterior. Contudo, a ausência de uma

análise clara e atualizada do setor comercial pode se tornar um obstáculo ao alcance de seus objetivos estratégicos, comprometendo a capacidade de adaptação da empresa ao ambiente externo. Compreender a estruturação comercial, incluindo vendas, relacionamento com clientes e prospecção — é essencial para aumentar a competitividade. Diante desse cenário, a presente pesquisa busca responder à seguinte questão norteadora: qual é o diagnóstico do setor comercial da empresa de engenharia Nova Engevix, localizada em Florianópolis?

Para responder a este problema, o estudo tem como objetivo geral realizar um diagnóstico do setor comercial da referida organização, analisando sua estrutura, processos, equipe e estratégias de relacionamento com o cliente. Especificamente, pretende-se descrever as características da empresa, como missão, visão, valores e estrutura organizacional; identificar fraquezas, ameaças, forças e oportunidades por meio da matriz SWOT; e, por fim, propor sugestões para o aprimoramento da situação estratégica atual da organização.

A relevância deste trabalho justifica-se pela possibilidade de obter uma visão sistêmica da realidade interna da empresa, explicitando gargalos e oportunidades de melhoria contínua. Segundo



Maximiano (2012), a administração eficaz depende de informações que retratem fielmente a situação atual da organização para que os gestores tomem decisões alinhadas aos objetivos estabelecidos. Sob a perspectiva acadêmica, esta pesquisa contribui para os campos da Administração e da Engenharia ao aplicar metodologias de análise organizacional em um estudo de caso real e de grande relevância setorial.

MATERIAL E MÉTODOS

A presente pesquisa caracteriza-se como descritiva, uma vez que visa observar, registrar e correlacionar fatos sem manipulá-los, descrevendo as características de determinada situação por meio de técnicas padronizadas de coleta de dados (GIL, 2007). Quanto à abordagem, o estudo é qualitativo, fundamentando-se em análises que permitem interpretar a realidade organizacional e compreender processos internos com profundidade, sem a utilização de instrumental estatístico (ZANELLA, 2006). No que diz respeito à natureza, a pesquisa classifica-se como aplicada, pois objetiva gerar conhecimentos voltados à solução de um problema concreto e à resolução de questões específicas que envolvem ações organizacionais (VERGARA, 2009). Como procedimento técnico, utiliza-se o estudo de caso, estratégia que permite uma investigação detalhada de um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto real (YIN, 2015; GIL, 2007).

O método de coleta de dados empregado foi a entrevista, definida por Gil (2008) como uma técnica de extração de informações por meio de uma interação social e um diálogo entre entrevistador e entrevistado. O instrumento utilizado foi um roteiro de entrevista semiestruturado aplicado diretamente ao gestor da empresa. O objeto desta pesquisa é o ambiente organizacional de uma empresa do setor de engenharia, especificamente as dinâmicas internas de seu setor comercial, escolha que se justifica pelo papel estratégico dessa área na geração de receita e na articulação de mercado. O sujeito da pesquisa é o gerente responsável pelo setor, profissional que ocupa posição de liderança e possui visão global sobre os processos, desafios e cultura da organização, fornecendo dados valiosos tanto do ponto de vista estratégico quanto operacional.

A análise de dados foi conduzida em conformidade com a abordagem qualitativa, buscando garantir a coerência metodológica entre as informações coletadas e os objetivos propostos. Conforme Bardin (2011), essa abordagem permite a interpretação aprofundada de significados e padrões emergentes. Para o tratamento dos dados, aplicou-se a técnica de análise de conteúdo, iniciando-se pela transcrição integral da entrevista e seguida pela identificação de

unidades de registro e temas recorrentes. A análise foi estruturada com base nas categorias do modelo SWOT (Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças), associando os relatos do gestor a dimensões estratégicas. Essa categorização permitiu compreender a realidade do setor comercial analisado, considerando não apenas aspectos objetivos de sua estrutura, mas também as percepções e experiências relatadas pela liderança entrevistada.

Embora conduzida com base em procedimentos coerentes, é importante reconhecer limitações que podem influenciar os resultados, como a amplitude dos participantes, restrita à entrevista com o gestor. Conforme Sampieri, Collado e Lucio (2013), embora comum em pesquisas qualitativas, o número reduzido de fontes pode limitar a diversidade de visões. Adicionalmente, o estudo de caso foca em unidades específicas, o que impede a generalização ampla dos achados, sendo estes restritos à realidade da empresa analisada (GIL, 2008). A abordagem qualitativa e a matriz SWOT também implicam certo grau de subjetividade, sujeitos à perspectiva e interpretação do pesquisador (MINAYO, 2014). A utilização de um único instrumento de coleta também configura uma limitação, uma vez que a combinação de diferentes fontes tenderia a aumentar a validade dos resultados (TRIVEÑOS, 1987). Por fim, o recorte temporal específico deve ser considerado, pois mudanças futuras no setor podem impactar a validade dos achados ao longo do tempo (SEVERINO, 2016). Tais características, contudo, não comprometem a relevância do estudo, servindo como referência para a leitura crítica e para o aprofundamento em pesquisas futuras.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A organização analisada neste estudo é uma companhia de engenharia consultiva que atua há quase seis décadas no mercado nacional e internacional. Fundada em 1965, ela desempenhou um papel estratégico no desenvolvimento da infraestrutura brasileira, contribuindo de forma significativa para o avanço dos setores de energia, transportes, saneamento e recursos hídricos.

Ao longo de sua trajetória, a empresa consolidou expertise técnica que a posiciona entre as líderes do segmento. Sua participação em grandes projetos nacionais, especialmente no setor de geração de energia elétrica, é um dos seus maiores diferenciais. Destaca-se a sua presença em cerca de 65% da capacidade instalada de geração hidrelétrica no Brasil, incluindo empreendimentos emblemáticos como as usinas de Itaipu, Tucuruí, Belo Monte e Santo Antônio. Além do setor hidrelétrico, a organização ampliou sua atuação para outras fontes



de energia, incluindo geração térmica, solar, eólica e biomassa, além de projetos de transmissão de energia, reforçando seu papel estratégico na matriz energética brasileira.

No setor de infraestrutura de transportes, a organização tem participação em obras de grande porte, como rodovias, ferrovias, metrô e aeroportos. Também possui importante atuação nos segmentos de saneamento, segurança de barragens, recursos hídricos, mineração, óleo e gás, infraestrutura urbana e indústrias como papel e celulose e siderurgia.

A estrutura organizacional é robusta e multifuncional. Atualmente, a empresa conta com aproximadamente 600 colaboradores em sua estrutura administrativa (backoffice) e cerca de 700 profissionais alocados diretamente em projetos específicos por meio de consórcios. Sua sede administrativa está localizada em Florianópolis (SC), com cerca de 400 colaboradores, enquanto a unidade de Barueri (SP) abriga outros 250 profissionais. Além dessas, a empresa mantém escritórios estratégicos em Brasília, Rio de Janeiro, Curitiba, Salvador e Belo Horizonte, além de presença internacional.

A governança corporativa é formada por um Conselho de Administração e uma Diretoria Executiva, com profissionais altamente qualificados, com experiência nacional e internacional em grandes projetos de engenharia. A estrutura da holding controladora compreende áreas como Governança e Integridade, Finanças, Jurídico, Recursos Humanos, Tecnologia da Informação, Engenharia, Construção, Comercial, Projetos, Gerenciamento e Supervisão, entre outras.

Do ponto de vista de serviços, a organização oferece soluções completas, desde os primeiros estudos de viabilidade, passando pela elaboração de projetos básicos e executivos, até o gerenciamento, supervisão de obras, consultoria especializada, operação e manutenção de empreendimentos. Também atua em serviços de due diligence, instrumentação, monitoramento, inspeções, planos de segurança e emergência, além de projetos de engenharia de retrofit.

A empresa também se destaca por seu forte compromisso com a integridade e a conformidade legal. Após os desdobramentos de investigações do setor, a organização passou por uma profunda reestruturação de seus processos internos e de governança, culminando na assinatura de um Acordo de Leniência em 2019. Desde então, implementou um robusto Programa de Integridade, alinhado a padrões internacionais, que inclui certificações como a ISO 37001 (Sistema de Gestão Antissuborno) e a ISO 37301 (Sistema de Gestão de Compliance). Além disso, mantém certificações ISO 9001

(Qualidade), ISO 14001 (Gestão Ambiental) e ISO 45001 (Segurança e Saúde Ocupacional), demonstrando o compromisso com a excelência operacional, a responsabilidade ambiental e a segurança de seus colaboradores.

A cultura organizacional também valoriza o desenvolvimento de pessoas. Ao longo de sua história, a empresa formou centenas de engenheiros que hoje ocupam posições de destaque no setor de infraestrutura. Essa tradição de capacitação contínua permanece viva, com programas de estágio, parcerias com universidades e foco em treinamento técnico.

Em alinhamento às tendências globais de sustentabilidade, a empresa vem implementando um Programa ESG estruturado, com foco em três grandes eixos: Gestão dos Recursos Naturais, Desenvolvimento e Bem-Estar dos Colaboradores e Integridade nos Negócios. Atualmente, encontra-se em fase avançada de definição de materialidade e integração dos compromissos ESG à sua estratégia corporativa.

Outro aspecto importante é o investimento contínuo em tecnologias e inovação. Entre as soluções implantadas, destacam-se o uso de ferramentas de Business Intelligence (BI), sistemas de gestão documental (DOX Content Management) e a adoção de modelagem de informações da construção (BIM), com mais de 50 profissionais dedicados à área. Essas tecnologias permitem maior integração entre projetos, melhor gestão de dados e maior assertividade nos processos de engenharia. Em 2025, a empresa celebra seus 60 anos de existência, reafirmando seu compromisso com a engenharia nacional, com foco em inovação, sustentabilidade, governança e desenvolvimento social.

Essa base sólida fundamenta a análise estratégica da organização, cujas forças refletem uma trajetória de sucesso e a manutenção de um conhecimento técnico robusto. A reputação e o reconhecimento consolidado tornam a empresa uma referência, gerando confiança junto a clientes e parceiros. Ademais, a inserção estratégica no mercado de investimentos, por meio da aquisição de ativos, permite ao gestor antecipar as "dores" e demandas do mercado, proporcionando vantagem competitiva significativa. A atuação diversificada como construtora amplia o leque de negócios, fortalecendo a sinergia entre as linhas de atuação. Contudo, o diagnóstico identifica fraquezas que requerem atenção, como a limitação de recursos financeiros e humanos, que restringe uma postura mais agressiva frente à concorrência. Episódios passados envolvendo a integridade ainda afetam a percepção da marca, exigindo transparência contínua. Adicionalmente, identificaram-se falhas na comunicação interna do setor de Recursos Humanos e um baixo incentivo à pesquisa científica, o que

limita a capacidade de desenvolver soluções diferenciadas e inovações de menor abrangência.

No ambiente externo, as oportunidades são amplas e podem impulsionar a diversificação. O mercado internacional oferece perspectivas de consolidação da marca, enquanto segmentos como datacenters, hidrelétricas reversíveis e sistemas de armazenamento de energia (BESS) ganham relevância pela demanda sustentável. A possibilidade de firmar parcerias estratégicas com empresas menores e de confiança pode potencializar resultados. No campo tecnológico, a relação entre inteligência artificial e engenharia — evidenciada pelo mapeamento com drones e criação de documentos específicos — configura-se como um campo fértil para a inovação. Por outro lado, a análise revela ameaças críticas, especialmente a desvalorização do serviço de engenharia pela concorrência focada em preços baixos, o que pressiona a qualidade dos projetos. A responsabilidade técnica assume papel crítico perante riscos legais, e o ambiente de contratação pública apresenta vulnerabilidades históricas a fraudes e burocracia complexa. Tais fatores exigem uma governança rigorosa para proteger a sustentabilidade dos contratos contra danos reputacionais e atrasos financeiros. Como síntese deste diagnóstico, a Figura 1 apresenta a Matriz SWOT consolidada.

FORÇAS	- Experiência consolidada e solidez - Reputação e reconhecimento no mercado - Credibilidade junto aos clientes e parceiros - Inserção no mercado de investimentos - Também atua como construtora	OPORTUNIDADES	- Expansão para o Mercado Internacional - Datacenters e hidrelétrica reversível - Uso de novas tecnologias - BESS (armazenamento de energia) - Atividades de mineração - Oportunidades na indústria - Operação e Manutenção (O&M) - Parcerias estratégicas com empresas menores - Uso da inteligência artificial (IA)
	- Falta de recursos financeiros e humanos - Integridade em contextos passados - Falta de comunicação entre os setores - Má adoção de iniciativas internas - Baixo incentivo à pesquisa científica		- Desvalorização do serviço de engenharia - Comparação de preços e não a qualidade - Responsabilidade técnica frente a imprensa - Empresas com preços agressivos - Licitações públicas
FRAQUEZAS		AMEAÇA	

Figura 1. Matriz SWOT da empresa.

A partir da análise diagnóstica realizada, elaborou-se um plano de ação estratégico com o intuito de enfrentar os principais desafios identificados e alinhar as práticas organizacionais aos objetivos institucionais. As ações propostas abrangem melhorias nos processos internos, expansão de mercado, fortalecimento da comunicação interna, estímulo à produção científica, ampliação da competitividade e reposicionamento da imagem institucional. Cada iniciativa contempla responsáveis definidos, prazos estabelecidos e os recursos

necessários para sua execução, conforme detalhado a seguir:

Modernização dos processos internos: Com o propósito de otimizar os fluxos operacionais, foi estabelecida a meta de aprimorar o software de gestão de relacionamento com o cliente (CRM) já existente na organização. A iniciativa será conduzida pelos departamentos de Tecnologia da Informação (TI) e Comercial, com prazo estimado de 90 dias. Serão alocados recursos em tecnologia e capacitação das equipes, visando maior eficiência na gestão de dados e no atendimento às demandas dos clientes.

Ampliação da presença no mercado internacional: Para promover a expansão da atuação organizacional, propõe-se o início da prospecção de novos mercados no exterior, com o apoio de parcerias estratégicas. A responsabilidade recai sobre o setor Comercial, que contará com um profissional dedicado exclusivamente à inserção da empresa no mercado internacional. A implementação está prevista para o prazo de 90 dias.

Melhoria da comunicação interna: Identificou-se a necessidade de fortalecer a comunicação entre as diversas instâncias hierárquicas da empresa. Como medida corretiva, serão instituídas reuniões mensais entre as gerências e a direção executiva (CEO), bem como encontros regulares entre gerentes e suas respectivas equipes. Essa ação, sob coordenação da Diretoria, será implementada em até dois meses, demandando apenas infraestrutura básica e disponibilidade das equipes.

Fomento à iniciação científica e inovação interna: Visando à consolidação de uma cultura de inovação, será criado um programa de incentivo à pesquisa interna e ao estabelecimento de parcerias com universidades. Almeja-se, também, o aumento da produção científica institucional e a ampliação da divulgação de eventos acadêmicos. Os departamentos Comercial, de Recursos Humanos (RH) e do Sistema de Gestão Integrado (SGI) serão responsáveis pela execução, prevista para o período de seis meses. A ação requer investimentos em pesquisa e desenvolvimento (P&D) e articulação com instituições de ensino.

Reforço da competitividade frente a concorrentes com preços mais acessíveis: Considerando a pressão exercida por empresas com estratégias baseadas em preços reduzidos, será adotada uma política de remanejamento de recursos internos e renegociação com fornecedores, de modo a preservar a qualidade dos serviços oferecidos com menor custo. A Coordenação Contratual será responsável por esta iniciativa, que inclui ainda ações de fortalecimento da marca por meio de materiais promocionais e estratégias de branding, ao longo de um período de seis meses.

Redução da dependência de licitações públicas: Como forma de mitigar os riscos associados à oscilação das contratações públicas, propõe-se a diversificação do portfólio da empresa com foco em novos nichos de mercado, tais como data centers e sistemas de energia reversível. A ação será liderada pelos departamentos Comercial e de Engenharia, com execução em até 90 dias, exigindo esforços em pesquisa de mercado e ampliação da rede de contatos estratégicos.

Fortalecimento da imagem institucional do setor de engenharia: Reconhecendo a importância da imagem institucional para a credibilidade e valorização do setor, será iniciada a produção de conteúdos educativos voltados às redes sociais e à imprensa especializada. O setor de Comunicação e Marketing será responsável pela ação, com prazo de 45 dias para a efetivação das primeiras publicações, mediante elaboração de pautas editoriais e mobilização da equipe de mídia.

Rejuvenescimento da cultura organizacional: Por fim, será promovida a capacitação das lideranças com foco em inovação e práticas de gestão contemporâneas. A ação, sob responsabilidade conjunta dos setores de Recursos Humanos e Qualidade, será executada em até 60 dias e contará com cursos, workshops e, se necessário, o apoio de consultorias externas. O objetivo é fomentar uma cultura organizacional mais ágil, colaborativa e alinhada às demandas do mercado atual. O conjunto dessas ações visa não apenas sanar fragilidades internas e externas diagnosticadas, mas também consolidar uma postura estratégica proativa, orientada ao crescimento sustentável, à inovação contínua e à valorização do capital humano.

iniciação científica interna.	de incentivo à pesquisa interna e colaboração com universidades. Além disso, ter mais produções científicas internas e fazer com que a comunicação de eventos seja maior.	RH e SGI.	meses	universidades, orçamento P&D.
Aumentar competitividade frente a empresas com preços mais acessíveis.	Remanejar recursos e buscar fornecedores que mantenham a qualidade com preços menores.	Coordenação contratual.	6 meses	Estratégia de branding, materiais promocionais.
Reduzir impacto de licitações.	Buscar novos nichos de mercado (ex: datacenters, energia reversível), fomentando a carteira de mercados privados.	Comercial e Engenharia.	90 dias.	Pesquisa de mercado, rede de contatos.
Melhorar a imagem da engenharia.	Produzir conteúdo educativo nas redes sociais e na imprensa.	Comunicação e Marketing.	45 dias.	Equipe de marketing, pauta editorial.
Rejuvenescer a cultura organizacional.	Treinar lideranças com foco em inovação e gestão moderna.	RH e Qualidade	60 dias.	Cursos, workshop, consultoria.

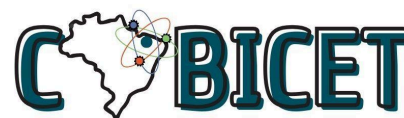
Tabela 1 – Plano de Ação Estratégico

Objetivos Estratégicos	Ação	Depto Responsável	Prazo	Recursos necessários
Modernizar processos internos.	Desenvolver o software já existente na empresa (CRM).	TI e Comercial.	90 dias.	Tecnologia, treinamento.
Ampliar presença no mercado.	Iniciar prospecção internacional com apoio de parcerias estratégicas.	Comercial.	90 dias.	Responsável dedicado ao mercado internacional.
Corrigir falhas na comunicação interna.	Reuniões mensais entre as Gerências e o CEO, assim como uma reunião entre a Gerência e sua equipe.	Diretoria.	2 meses	Disponibilidade das equipes, sala de reuniões.
Fomento à	Criar programa	Comercial,	6	Parcerias com

CONCLUSÃO

Este estudo cumpriu seu objetivo ao realizar um diagnóstico organizacional aprofundado do setor comercial de uma empresa de engenharia consultiva sediada em Florianópolis. Através da aplicação da análise SWOT (Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças) e da coleta de dados por meio de entrevista semiestruturada com o gerente comercial, foi possível obter uma visão abrangente da situação atual da organização.

Os resultados revelaram que a empresa possui forças notáveis, como uma reputação consolidada, credibilidade no mercado e vasta experiência técnica. No entanto, foram identificadas fraquezas importantes, incluindo limitações de recursos, comunicação interna deficiente e uma necessidade clara de maior incentivo à inovação.



Em contrapartida, o ambiente externo apresenta oportunidades estratégicas significativas, como o potencial para expansão internacional, a adoção de tecnologias emergentes e a formação de parcerias inovadoras. As principais ameaças, por sua vez, concentram-se na pressão por preços baixos, na burocracia inerente aos contratos públicos e nos riscos de imagem associados ao setor.

Diante deste diagnóstico, o estudo propôs um plano de ação estratégico focado na modernização de processos, no fortalecimento da comunicação interna, na diversificação de mercados e no incentivo a uma cultura de inovação. Tais proposições visam não apenas mitigar as fraquezas e ameaças identificadas, mas também capitalizar as oportunidades de crescimento e as forças existentes.

O diagnóstico organizacional obtido oferece subsídios relevantes para a tomada de decisões estratégicas e contribui significativamente para o desenvolvimento de práticas gerenciais mais eficazes e sustentáveis na empresa. Esta análise não apenas ilumina o caminho para a melhoria contínua, mas também reforça a importância de uma visão sistêmica para garantir a competitividade e a adaptação em um mercado dinâmico como o da engenharia consultiva.

REFERÊNCIAS

- BARDIN, L. Análise de conteúdo. Edições 70, São Paulo, 2011.
- CHIAVENATO, Idalberto. Administração: teoria, processo e prática. 4. ed. Manole, São Paulo, 2014.
- GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 4. ed. Atlas, São Paulo, 2007.
- GOULART JÚNIOR, E. et al. O diagnóstico organizacional como uma ação estratégica de gestão de pessoas. Caderno de Administração, v. 22, p. 66-83, 2014.
- KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de marketing. 14. ed. Pearson Prentice Hall, São Paulo, 2012.
- MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. Introdução à administração. 9. ed. Atlas, São Paulo, 2012.
- MEDEIROS, M. J. V. et al. Diagnóstico organizacional através da matriz SWOT: a aplicação da ferramenta em um curso de Administração. Research, Society and Development, v. 10, p. e6210111532, 2021.
- MENDONÇA, H.; FERREIRA, M. C.; NEIVA, E. R. Análise e diagnóstico organizacional: teoria e prática. Vetor Editora, São Paulo, 2014.
- MINAYO, Maria Cecília de Souza. O Desafio do Conhecimento: Pesquisa Qualitativa em Saúde. 14. ed. Hucitec, São Paulo, 2014.
- ROBBINS, Stephen P. Comportamento organizacional. Pearson Prentice Hall, São Paulo, 2010.
- SAMPERI, Roberto Hernández; COLLADO, Carlos Fernández; LUCIO, Pilar Baptista. Metodologia de Pesquisa. 5. ed. Penso, Porto Alegre, 2013.
- SARMENTO, J. V. S. et al. Sistema de informação gerencial aplicado à área de vendas de uma empresa de e-commerce. Revista FSA, v. 15, p. 55-77, 2018.
- SEVERINO, Antonio Joaquim. Metodologia do Trabalho Científico. 24. ed. Cortez, São Paulo, 2016.
- TRIVIÑOS, Augusto Nibaldo Silva. Introdução à Pesquisa em Ciências Sociais: A Pesquisa Qualitativa em Educação. Atlas, São Paulo, 1987.
- VALENÇA, A. C. Mediação: método da investigação apreciativa da ação-na-ação – teoria e prática de consultoria reflexiva. Edições Bagaço, Recife, 2007.
- VERGARA, Sylvia Constant. Projetos e relatórios de pesquisa em administração. 10. ed. Atlas, São Paulo, 2009.
- WEISBORD, M. R. Organizational diagnosis: Six places to look for trouble with or without a theory. Group & Organization Studies, v. 1, p. 430-447, 1976.
- YIN, Robert K. Estudo de Caso: Planejamento e Métodos. 5. ed. Bookman, Porto Alegre, 2015.
- ZANELLA, Liane Carly Hermes. Metodologia de estudo e de pesquisa em administração. Departamento de Ciências da Administração/UFSC, Florianópolis, 2006.