

GM GRADUAÇÃO
EM MOVIMENTO
CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS

REDE
UNIFTC **unex**



A INOVAÇÃO COMO ALIADA ORGANIZACIONAL

ORGANIZAÇÃO:
FABRÍCIO PÉREIRA DE OLIVEIRA
JOSÉ RAIMUNDO RIOS DA SILVA
LUCIANO SOUSA DE CASTRO

EDIÇÃO ESPECIAL

CONSELHO ADMINISTRATIVO

Gervásio Oliveira – Presidente
Milena Oliveira – Conselheira
Pedro Daltro – Conselheiro
Vanessa Oliveira – Conselheira

DIRETORIA GERAL

William Oliveira – Presidente

Ihanmarck Damasceno – Vice-presidente Acadêmico, de
Relações Institucionais e Saúde

Cristiano Lôbo – Vice-presidente de Operações

Milena Oliveira – Vice-presidente de Marketing e
Relacionamento

Valdemir Ferreira – Vice-presidente de Finanças

Luciano Sousa de Castro – Gerente dos Cursos de
Humanas e Exatas da Rede UniFTC

EXPEDIENTE

**Coordenação de Pesquisa,
Extensão e Iniciação Científica
Editora-Científica**

Letícia Marostica de Vasconcelos

Editor - Gerente

Makson de Jesus Reis

Comitê Editorial

Helisângela Acris Borges de Araújo
Tatiana Setenta Basso

Editores - Executivos

José Raimundo Rios da Silva

Capa e Diagramação

Equipe UniFTC/Biblioteca

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

H918 Revista Graduação em Movimento – Ciências
Humanas e Sociais – Edição Especial –
A inovação como aliada organizacional –
Rede UniFTC/Unex vol.1, n.2. (Agosto 2024) -
Salvador- BA.

Semestral

ISSN Eletrônico - 2764-4634

ISSN Impresso - 2764-4626

1. Título. II. Humanas e Sociais. III. Periódicos

CDU 300

CDD 100

CRB-5 1926

Os trabalhos assinados são de inteira
responsabilidade de seus autores. Permitida a
reprodução, total ou parcial, desde que citada a fonte.

Solicita-se permuta/*exchanges dedired*.

Atribuição - Compartilha
Igual CC BY-SA



**A revisão, normatização e tradução dos
artigos apresentados são de inteira
responsabilidade dos autores e
colaboradores desse conteúdo.**

NORMAS PARA PUBLICAÇÃO

<https://periodicos.uniftc.edu.br>

Periódico Associado



ORGANIZAÇÃO

Fabício Pereira de Oliveira
José Raimundo Rios da Silva
Luciano Sousa de Castro

**A INOVAÇÃO COMO ALIADA
ORGANIZACIONAL**

Edição Especial

Agosto 2024

Organização do Evento

Fabício Pereira de Oliveira
Julia Maria Fritsch Centurião
Jucicleide das Mercedes Nascimento Santos
Luciano Sousa de Castro
Naan Silva Cardoso

I CONGRESSO DOS CURSOS DE GESTÃO DA REDE UNIFTC: A INOVAÇÃO COMO ALIADA ORGANIZACIONAL

DIA 20/05/2024 - Walter de Freitas Pinheiro - Inovação e sua incidência no contexto das organizações.

DIA 21/05/2024 - Rízia Alves Rios - Educação tributária & startup de impacto.

DIA 22/05/2024 - Pedro Queiró - O Futuro da Inovação.

DIA 23/05/2024 - Ricardo Filgueira - Como a inovação e a transformação mudam as profissões.

DIA 24/05/2024 - Palestrante Daniel Lepikson - OEC IN - O Programa corporativo de Inovação da OEC

DIA 25/05/2024 – Oficinas temáticas e práticas com professores das unidades.

SUMÁRIO

EDITORIAL

Luciano Sousa de Castro

6

CANVAS COMO FERRAMENTA DE INOVAÇÃO

Carlos Alberto Marques de Freitas

Aléssia Cardoso Nolasco Ribeiro

Lorena Silva de Jesus

7

A INOVAÇÃO COMO ALIADA ORGANIZACIONAL

Carlos Alberto Marques de Freitas

Gabriele Conceição França Santos

Jéssica Ferreira Lopes de Sousa da Silva

8

BUSINESS INTELLIGENCE: UMA REVISÃO DE LITERATURA

Carlos Alberto Marques de Freitas

João Pedro Barbosa da Cunha

9

A ESTAGNAÇÃO DE PEQUENAS EMPRESAS PERANTE A INOVAÇÃO

Carlos Alberto Marques de Freitas

Karllyson Lima dos Santos

Mariane Ramos de Oliveira

10

IMPORTÂNCIA DO CANVAS PARA EMPREENDER

Carlos Alberto Marques de Freitas

Maria Clara Gadêlha Soares

Rebeca Reis Silva

11

BENEFÍCIOS DA INOVAÇÃO

Carlos Alberto Marques de Freitas

Priscila Santiago Silva

Reinaldo dos Santos Soares Junior

Vitor Hugo Santos de Jesus

12

INOVAÇÃO: COMO A INOVAÇÃO E A TRANSFORMAÇÃO MUDAM AS PROFISSÕES

Carlos Alberto Marques de Freitas

Rebeca Cailane Queiroz Machado dos Santos

13

EDITORIAL

Editorial - I Congresso dos Cursos de Gestão da Rede UniFTC:

A inovação como aliada organizacional

Apresentamos a nova Edição Especial da Revista Graduação em Movimento – Ciências Humanas e Sociais

Esta publicação reúne trabalhos acadêmicos desenvolvidos pelos estudantes dos cursos de Administração e Ciências Contábeis, pertencentes às unidades de Feira de Santana, Salvador, Jequié, Itabuna e Vitória da Conquista, participantes do **I Congresso dos Cursos de Gestão da Rede UniFTC: a inovação como aliada organizacional**, realizado entre os dias 20 e 25 de maio de 2024.

As publicações contemplam resumos simples desenvolvidos como desdobramentos das palestras remotas e oficinas presenciais que aconteceram durante o congresso, sendo organizadas e conduzidas pelos professores e coordenação dos cursos de Administração e Ciências Contábeis. Esses trabalhos abordam aspectos inerentes ao eixo de inovação dos cursos, associados ao tema do congresso, e estão diretamente relacionados ao proposto nos projetos pedagógicos que fomentam a participação dos estudantes na iniciação científica, dentre outras iniciativas acadêmicas que primam por uma formação crítica e cidadã para os estudantes.

Todos os trabalhos publicados nessa edição especial foram submetidos ao crivo da comissão editorial do congresso, formada por professores do curso e responsável por avaliar os resumos simples, para posterior aprovação. Essas publicações refletem o compromisso da Rede UniFTC na promoção da iniciação científica dos estudantes de graduação desde o início da caminhada acadêmica.

Importante registrar que esse congresso contou com a participação de palestrantes prestigiados na área de Inovação e Empreendedorismo, no qual abordaram temas fundamentais para o desenvolvimento acadêmico de nossos estudantes.

O I Congresso dos Cursos de Gestão serve como importante instrumento institucional para impulsionar a criação de uma cultura de eventos que tenham como característica indispensável o estabelecimento de um fluxo contínuo de publicações em nossas revistas científicas.

Finalizando esse editorial, é importante registrar a grande colaboração oferecida pelo corpo docente e coordenação dos cursos de Administração e Ciências Contábeis da Rede UniFTC, da comissão editorial do evento, do corpo técnico administrativo e em especial da Vice-presidência Acadêmica e de Relações Institucionais, na figura do professor Ihanmarck Damasceno.

**Prof. Luciano Sousa de Castro,
Gerente dos Cursos de Humanas e Exatas da Rede UniFTC.**

CANVAS COMO FERRAMENTA DE INOVAÇÃO

CANVAS AS AN INNOVATION TOOL

Carlos Alberto Marques de Freitas¹

Aléssia Cardoso Nolasco Ribeiro²

Lorena Silva de Jesus³

RESUMO: O Canvas é um recurso visual para utilizarmos no desenvolvimento de modelos de negócios. Essa ferramenta foi criada por Alexander Osterwalder e Yves Pigneur, essa metodologia descomplica o entendimento e inovação das partes principais de uma empresa. Ela é composta por nove quadros: segmentos de clientes, oferta de valor, canais, relacionamento, fontes de receitas, recursos - chaves, atividades – chaves, parcerias – chaves e estrutura de custos. Segmentos de clientes: faça uma segmentação do público e personas que o seu negócio deve atingir. Oferta de valor: o que você deseja entregar a esses clientes. Canais: Definir de qual forma seus produtos e serviços chegarão até seus clientes. Relacionamento: definir estratégias para aumentar as suas vendas e fidelizar clientes. Fontes de receitas: definir como será a entrada do dinheiro no negócio. Recursos chaves: definir os recursos necessários para o seu negócio. Atividades chaves: listar as ações mais importantes. Parcerias chaves: principais parceiros que irão ajudar seu negócio. Estrutura de custos: identificar todos os custos necessários para entregar a proposta de valor. É uma metodologia essencial para gestores e empreendedores que querem inovar. O Canvas é usado em várias fases da estruturação empresarial, desde do início até o processamento do projeto e inovação. Sua facilidade e compreensão visual possibilita que equipes multidisciplinares atuem de modo mais eficiente, assim obtendo uma comunicação e alinhamento estratégico melhor. É uma ferramenta potente para desenvolver negócios e gerenciar. Ao proporcionar essa facilidade enorme de entendimento, ele ajuda a tomar decisões estratégicas e também a se adaptar nas transformações rápidas de mercado.

PALAVRAS-CHAVE: Canvas; inovação; modelos de negócios; oferta de valor.

REFERÊNCIAS

LEAN. **Canvas**. Disponível em: <https://www.nuvemshop.com.br/materiais/ebooks/canvas-para-lojas-virtuais>. Acesso em: 31 mai, 2024.

¹ Docente da Unifite - Salvador, Mestre em Tecnologias Aplicáveis a Bioenergia, Especialista em Gestão Estratégica de Pessoas, Bacharel em Administração com Habilitação em Gestão de Negócios, Licenciado em Pedagogia.

² Discente da UniFTC Salvador.

³ Discente da UniFTC Salvador.

A INOVAÇÃO COMO ALIADA ORGANIZACIONAL

INNOVATION AS AN ORGANIZATIONAL ALLY

Carlos Alberto Marques de Freitas¹

Gabriele Conceição França Santos²

Jéssica Ferreira Lopes de Sousa da Silva³

RESUMO: “A inteligência computacional é o estudo do projeto de agentes inteligentes”, ou seja, a IA é um sistema criado com o intuito de compreender e executar raciocínios lógicos como os seres humanos. Esta tecnologia tem como intenção auxiliar os seres humanos, oferecendo informações e análises para solucionar problemas de forma assertiva, como ou até melhor do que a inteligência humana. Mendonça et al. (2018) esclarece que o uso da IA pode oferecer maior eficácia nos processos, otimizando atividades e melhorando a eficiência. Percebe-se que grande parte das pessoas ainda possui um preconceito quando nos referimos ao uso de IA, entretanto, dentro do ambiente corporativo, a Inteligência artificial serve de grande apoio, principalmente para os gestores que enfrentam constantemente dificuldades com relação aos curtos prazos e grandes demandas. Dentro da gestão se destacam atividades como análise, criação de gráfico e apresentação, plano de ação, ciclo PDCA para solução de conflitos, entre outras demandas. Desta forma, a inteligência artificial, pode oferecer apoio a essas atividades, oferecendo a possibilidade da criação de imagens, gráficos, apresentações, análise de dados, entre outros, e este estudo tem como objetivo, desmistificar alguns conceitos pré-estabelecidos e descrever com a inteligência artificial pode contribuir de maneira positiva dentro das organizações, servindo como aliada em seus processos internos, oferecendo mais competitividade e assertividade nas atividades diárias. A metodologia utilizada no processo de pesquisa foi feita com base em artigos publicados no Google, e em relatos de vivências de alguns gestores de grandes empresas, sobre sua experiência aplicando o uso de IA e os resultados positivos para a gestão. Através deste estudo, buscamos promover o conhecimento, a quebra do preconceito e a implementação deste software que irá revolucionar as corporações, sendo uma grande aliada da inovação organizacional.

PALAVRAS-CHAVE: Inteligência artificial; gestão eficiente; análise de dados; inovação; eficiência e eficácia.

REFERÊNCIAS

REVISTA. **Foco**. Disponível em: <https://ojs.focopublicacoes.com.br/foco/article/download/5190/3732/11848>. Acesso em 31 mai, 2024.

¹ Docente da Unifc - Salvador, Mestre em Tecnologias Aplicáveis a Bioenergia, Especialista em Gestão Estratégica de Pessoas, Bacharel em Administração com Habilitação em Gestão de Negócios, Licenciado em Pedagogia.

² Discente da Unifc - Salvador.

³ Discente da Unifc - Salvador.

BUSINESS INTELLIGENCE: UMA REVISÃO DE LITERATURA

BUSINESS INTELLIGENCE: A LITERATURE REVIEW

Carlos Alberto Marques de Freitas¹

João Pedro Barbosa da Cunha²

RESUMO: O campo de Business Intelligence (BI) tem se destacado como uma área crítica para a análise estratégica e tática nas organizações. Este resumo científico baseia-se no artigo “Business Intelligence: Uma Revisão de Literatura”, que investiga o desafio das organizações em transformar grandes volumes de dados operacionais em inteligência de negócios acionável. O problema de pesquisa identificado é a lacuna existente entre a coleta de dados e a sua utilização efetiva para a tomada de decisão estratégica. O objetivo geral deste estudo é elucidar os benefícios e desafios associados à implementação e uso do BI, enquanto os objetivos específicos focam na análise das tendências atuais, ferramentas e técnicas do BI, e seu impacto na performance organizacional. A hipótese levantada sugere que o BI pode ser um diferencial competitivo, melhorando significativamente a tomada de decisão em todos os níveis da organização. A metodologia empregada envolve uma revisão sistemática da literatura, examinando artigos publicados entre 2012 e 2018 no portal de periódicos da CAPES/MEC. Os resultados esperados corroboram a hipótese e destacam práticas de BI que contribuem para a eficiência e eficácia administrativa, tendo muitas oportunidades a serem exploradas. Apesar do aumento na utilização, existem desafios a serem superados, exigindo das organizações um olhar mais amplo sobre a ferramenta. O BI vai além da recuperação de informações, envolvendo a organização e análise de dados de diversas fontes para identificar tendências e relações significativas que agreguem valor de forma eficiente.

PALAVRAS-CHAVE: Tomada de decisão; análise de dados; estratégia organizacional; eficiência administrativa.

REFERÊNCIAS

ACADEMICA. **Semana**. Disponível em: https://semanaacademica.com.br/system/files/artigos/business_intelligence_uma_revisao_de_literatura.pdf. Acesso em 01 jun, 2024.

¹ Docente da Unifc - Salvador, Mestre em Tecnologias Aplicáveis a Bioenergia, Especialista em Gestão Estratégica de Pessoas, Bacharel em Administração com Habilitação em Gestão de Negócios, Licenciado em Pedagogia.

² Discente da Unifc - Salvador.

A ESTAGNAÇÃO DE PEQUENAS EMPRESAS PERANTE A INOVAÇÃO

THE STAGNATION OF SMALL BUSINESSES IN FACE OF INNOVATION

Carlos Alberto Marques de Freitas¹

Karllyson Lima dos Santos²

Mariane Ramos de Oliveira³

RESUMO: Por que pequenas empresas ficam presas na estagnação de não inovar? É comum que empresas de pequeno porte enfrentem desafios singulares em um mercado que a cada dia se torna mais competitivo. E onde eles mais pecam é na parte da inovação. Elas subestimam como a inovação pode desenvolver um papel importante no crescimento e na ajuda perante a competitividade do mercado, não se trata de um luxo, mas de uma necessidade e um pilar para se manter competitivo no mercado. Esse artigo tem como principal objetivo, destacar os principais motivos pelos quais as pequenas empresas falham por não investir em inovação, demonstrando os impactos negativos que essa ausência pode causar. Analisar quais são os obstáculos que as pequenas empresas enfrentam na hora de investir em inovação, como: medo de mudança, restrição orçamentária e ausência da consciência da importância da inovação. Foi realizada revisão bibliográfica para compreender o cenário da inovação nas pequenas empresas, entender seus desafios para aderir às inovações de mercado e as consequências da falta de investimento. É esperado o aumento da consciência dos gestores de pequenas empresas sobre a suma importância estratégica da inovação para que seja alcançado êxitos de longo prazo. Importante esperar que a contribuição para o desenvolvimento econômico e o impulso ao crescimento, salientando a garantia de permanência a longo prazo no mercado. Em conclusão, torna-se evidente o quão é importante abordar sobre inovação nas pequenas empresas. Enfatiza-se as razões pelas quais muitas empresas fracassam quando tomam a iniciativa de inovar. É importante ressaltar que a falta de investimento em inovação não é, por muitas vezes, uma escolha. Pode ser influenciado por diversos fatores como: restrições financeiras, medo de arriscar, cultura. Importante lembrar que sempre há espaços para melhorias, buscar novas estratégias e melhorias práticas que possam ajudar a prosperar dentro do ambiente. A inovação é o fator essencial para o sucesso das pequenas empresas, porém é um trabalho em conjunto.

PALAVRAS-CHAVE: Inovação; pequenas empresas; iniciativa; necessidade.

REFERÊNCIAS

REVISTA. **Em foco.** Disponível em: <https://portal.unisepe.com.br/unifia/wp-content/uploads/sites/10001/2023/05/Inovac%CC%A7a%CC%83o-em-Micro-e-Pequenas-Empresas-1.pdf>. Acesso em 01 jun, 2024.

¹ Docente da Unifitc - Salvador, Mestre em Tecnologias Aplicáveis a Bioenergia, Especialista em Gestão Estratégica de Pessoas, Bacharel em Administração com Habilitação em Gestão de Negócios, Licenciado em Pedagogia.

² Discente da Unifitc - Salvador.

³ Discente da Unifitc - Salvador.

IMPORTÂNCIA DO CANVAS PARA EMPREENDER

IMPORTANCE OF CANVAS FOR ENTREPRENEURSHIP

Carlos Alberto Marques de Freitas¹

Maria Clara Gadêlha Soares²

Rebeca Reis Silva³

RESUMO: Canvas uma ferramenta eficaz criada com o propósito de organizar e facilitar a visão do modelo de trabalho que possa ser avaliada por todo o time. Diversos empreendedores desconhecem sua existência, aqui traremos informações importantes sobre suas funcionalidades e desempenhos. Cada ponto é devidamente organizado por 9 blocos que precisam estar bem relacionados entre si, e está dividido em duas partes, onde o lado direito corresponde à parte emocional e subjetiva do negócio e o lado esquerdo tem um direcionamento mais racional do negócio. O método Canvas te faz “pensar como um projetista” é uma abordagem que reúne profissionais de diversas capacitações para desenvolver soluções de quaisquer proporções dentro do desenvolvimento do projeto na empresa. Para cada um dos 9 blocos do Canvas existe uma ordem de preenchimento e definição correspondente a: **1- Segmento de clientes:** Informar no modelo qual seu alvo de clientes, em gênero social e suas características; **2- Proposta de valor:** informar os valores dos seus produtos e descrever ao cliente o diferencial da sua mercadoria; **3- Canais:** Informar como seu produto chegará até os clientes, opções como distribuidores, atacados, venda direta, internet e revendedores, é interessante que a opção definida seja a melhor maneira de chegar até o público; **4- Relacionamento com clientes:** Criar laços com o cliente procurando maneiras de conquistá-los e fidelizá-los; **5- Fluxo de receita:** Estabelecer como será a entrada do dinheiro no seu mercado e quanto os seus clientes irão pagar pelo produto ou serviço ofertados; **6- Recursos principais:** Estabelecer quais recursos serão necessários para dar início ao seu negócio tal como: recursos físicos, recursos intelectuais, recursos humanos, recursos financeiros, tudo isso deve ser explicado em detalhes; **7- Atividades principais:** Aqui é possível notar a importância de preencher os blocos anteriores, pois são as principais atividades que darão vida ao seu comércio, então deve se listar todos os tópicos acima; **8- Parcerias principais:** Informar todas as pessoas e/ou empresas que podem te ajudar a transformar seu projeto em realidade. **9- Estrutura de custos:** Revisar os custos diretos e indiretos para formular o valor do seu produto e repassar ao público. A seguir, repasse todo seu Canvas para se certificar de que tudo está finalizado corretamente ou se esqueceu de algo.

PALAVRAS-CHAVE: Canvas; ferramentas; negócios; desenvolvimento.

REFERÊNCIAS

LEAN. **Canvas.** Disponível em: <https://www.nuvemshop.com.br/materiais/ebooks/canvas-para-lojas-virtuais>. Acesso em: 31 mai, 2024.

¹ Docente da Unifc - Salvador, Mestre em Tecnologias Aplicáveis a Bioenergia, Especialista em Gestão Estratégica de Pessoas, Bacharel em Administração com Habilitação em Gestão de Negócios, Licenciado em Pedagogia.

² Discente da Unifc - Salvador.

³ Discente da Unifc - Salvador.

BENEFICIOS DA INOVAÇÃO

BENEFITS OF INNOVATION

Carlos Alberto Marques de Freitas¹

Priscila Santiago Silva²

Reinaldo dos Santos Soares Junior³

Vitor Hugo Santos de Jesus⁴

RESUMO: Inovação no século atual se tornou necessário para que as organizações possam acompanhar o mercado exigente e não fiquem atrás de seus concorrentes. Quando falamos em inovação automaticamente pensamos em tecnologia, mas se trata também em criar algo ou aprimorar o que já existe seja ele no ramo tecnológico, na produção de um produto ou até mesmo em processos dentro de uma empresa. A inovação é algo que deve ser planejado de forma grandiosa, porém deve ser executado de forma cuidadosa. Ser um profissional inovador é um grande diferencial nos tempos modernos, mas para sermos inovadores devemos utilizar as ferramentas e as técnicas a nosso favor, tais como, simplificar processos transformando-os em assertivos e conclusivos, desenvolver soluções para problemas em diversos setores e processos, elaborar situações para atender as demandas do mercado atual, entre vários outros processos internos e externos que podem ser inovados e simplificados. O avanço tecnológico nos proporciona diversos sistemas e metodologias e com isso o profissional deve utilizar a seu favor para que se destaque, mediante aos seus concorrentes diretos e indiretos. As corporações que se mantem estagnadas no tempo executando os mesmos processos de anos com as mesmas soluções deveram procurar formas de se inovar para não perder o espaço que já foi conquistado no exigente mercado, deve-lembrar que inovar também se trata de pequenos processos como por exemplo, formas diferenciadas de atendimento, atendimentos humanizados e personalizados, humanização interna que traz benefícios aos seus colaboradores, entre várias outras formas, o importante é inovar e não ficar para trás.

PALAVRAS-CHAVE: Inovação; mercado de trabalho; tecnologia; profissional.

REFERÊNCIAS

NCS. **Inovação no mercado de trabalho.** Disponível em: <https://www.nsctotal.com.br/noticias/inovacao-no-mercado-de-trabalho-e-tema-do-cbn-carreiras>. Acesso em: 31 mai, 2024.

UNI ACADEMIA. **Como inovar.** Disponível em: <https://www.uniacademia.edu.br/blog/como-inovar>. Acesso em: 31 mai, 2024.

¹ Docente da Unifc - Salvador, Mestre em Tecnologias Aplicáveis a Bioenergia, Especialista em Gestão Estratégica de Pessoas, Bacharel em Administração com Habilitação em Gestão de Negócios, Licenciado em Pedagogia.

² Discente da Unifc - Salvador.

³ Discente da Unifc - Salvador.

⁴ Discente da Unifc - Salvador.

INOVAÇÃO: COMO A INOVAÇÃO E A TRANSFORMAÇÃO MUDAM AS PROFISSÕES

INNOVATION: HOW INNOVATION AND TRANSFORMATION
CHANGE PROFESSIONS

Carlos Alberto Marques de Freitas¹

Rebeca Cailane Queiroz Machado dos Santos²

RESUMO: Neste resumo acadêmico destaca-se a influência da tecnologia no âmbito de carreiras, uma palavra criada introduzida pelo Economista Austríaco Joseph Schumpeter na sua Obra/Livro chamado “Business Cycles”. A importância da utilização adequada da tecnologia nas profissões é fundamental para a evolução e aprimoramento dos seus métodos de ensino, atualmente a tecnologia é uma ferramenta crucial para a utilização no meio acadêmico, por esse viés, de forma a agregar no setor educacional, a tecnologia vem passando por avanços, conhecida como IA (Inteligência Artificial) é o ramo mais atual da área tecnológica, ao investir nessa área, pode-se notar uma modificação positiva nas elaborações de projetos, aperfeiçoamentos dos conteúdos, aprimoramento dos processos contínuos de aprendizagem, construir uma carreira que envolva tecnologia, se adaptando ao novo, construindo seu repertório através de informações e experimentos atualizados podem trazer vantagens compensadoras e competitivas no mercado de trabalho, os resultados esperados através desse resumo é a expansão dos métodos, qualificando-os para melhorias de avanços que é uma vantagem primordial, diante disso, a tecnologia traz seus benefícios em função de construir uma carreira benéfica com aspectos modernos como: eficácia, qualidade na tomada de decisão, inovação, automação, produtividade eficiente e persuasão nos procedimentos acadêmicos.

PALAVRAS-CHAVE: Inovação; profissões; tecnologia.

REFERÊNCIAS

FILGUEIRA RICARDO, **Como a inovação e a transformação podem mudar as profissões**. [Palestra], I Congresso dos Cursos de Gestão - UNIFTC, Salvador, BA. 2024.

¹ Docente da Unifc - Salvador, Mestre em Tecnologias Aplicáveis a Bioenergia, Especialista em Gestão Estratégica de Pessoas, Bacharel em Administração com Habilitação em Gestão de Negócios, Licenciado em Pedagogia.

² Discente da Unifc - Salvador.

GM GRADUAÇÃO EM MOVIMENTO

CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS

I CONGRESSO DOS CURSOS DE GESTÃO DA REDE UNIFTC: A INOVAÇÃO COMO ALIADA ORGANIZACIONAL

DIA 20/05/2024 – Walter de Freitas Pinheiro – Inovação e sua incidência no contexto das organizações.

DIA 21/05/2024 – Rízia Alves Rios – Educação tributária & startup de impacto.

DIA 22/05/2024 – Pedro Queiró – O Futuro da Inovação.

DIA 23/05/2024 – Ricardo Filgueira – Como a inovação e a transformação mudam as profissões.

DIA 24/05/2024 – Daniel Lepikson – OEC IN – O Programa corporativo de Inovação da OEC.

DIA 25/05/2024 – Oficinas temáticas e práticas com professores das unidades.