



FEPEG

FÓRUM DE ENSINO,
PESQUISA, EXTENSÃO
E GESTÃO

TRABALHOS CIENTÍFICOS APRESENTAÇÕES ARTÍSTICAS E CULTURAIS DEBATES MINICURSOS E PALESTRAS

23 A 26 SETEMBRO DE 2015
Campus Universitário Professor Darcy Ribeiro

ISSN 1806-549X

A HUMANIZAÇÃO NA CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO

REALIZAÇÃO



APOIO



INTERAÇÃO INSTITUTO FEDERAL – EMPRESA – GOVERNO

Autor(es): Delane Ribeiro Matos

Objetivo: Diante das constantes mudanças dos desejos e necessidades dos clientes internos (funcionários), mistos (fornecedores) e externos (consumidores), o produto ou serviço desejado atualmente por esses clientes podem não ser os mesmos a longo prazo. Deste modo, as empresas veem-se na necessidade de responder a esta realidade mutável e focar em gerar análises e informações eficazes para o mercado que atuam de formas a responder às mudanças constantes desenvolvidas que poderá haver minimização de riscos de investimentos. Essa capacidade é designada por estudos sobre orientação para o mercado que é definido, de acordo com Kohli e Jaworski (1990), como a disposição de uma empresa em coletar, disseminar e utilizar as informações dos clientes internos e externos para responder rapidamente a oportunidades de mercado ou mudar as necessidades dos clientes. O motivo da integração dessas três bases (Instituto Federal – Empresa – Governo) está relacionado na grande maioria dessas empresas não adotarem ou reconhecerem ferramentas da administração contemporânea. **Metodologia:** O método de investigação realizado foi o Grounded Theory, uma teoria indutiva baseada na análise sistemática dos dados. **Resultados:** Como resultado da análise dos dados obtidos pela pesquisa, constatou-se que as organizações investem em inovação individualmente, porém não possuem uma relação entre inovações da orientação para o mercado perante as três bases. A interação entre as três bases, gerou uma intensa discussão acadêmica. **Conclusão:** Devido ao fato da pesquisa ser realizada utilizando-se de três bases essenciais para o sucesso da mesma, o presente estudo justifica-se pelo fato dessa interação. No âmbito acadêmico gerando o conhecimento para os universitários. No âmbito social possibilitou a contribuição para movimentar a economia local. No âmbito empresarial, a troca de conhecimento dos empresários e universitários, e também contribuiu para maximização financeira das empresas. Diante das argumentações é importante salientar que orientação para o mercado em uma organização oferece um melhor desempenho nos negócios.