



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CAMPUS AGRESTE
NÚCLEO DE GESTÃO
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

MARIA LUCIANA SAMARA DE BARROS SILVA

A EMOÇÃO DOS NÚMEROS:
O valor experiencial de um painel de gestão em um laboratório industrial

Caruaru

2025

MARIA LUCIANA SAMARA DE BARROS SILVA

A EMOÇÃO DOS NÚMEROS:

O valor experiencial de um painel de gestão em um laboratório industrial

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Coordenação do Curso de Administração do Centro Acadêmico do Agreste da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), na modalidade de monografia, como requisito parcial para a obtenção do grau de bacharel em Administração.

Área de concentração: Experiência do funcionário.

Orientador (a): Prof. Dr. Rodrigo César Tavares Cavalcanti

Caruaru

2025

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do programa de geração automática do SIB/UFPE

Barros Silva, Maria Luciana Samara de.

A emoção dos números: o valor experiencial de um painel de gestão em um laboratório industrial. / Maria Luciana Samara de Barros Silva. - Caruaru, 2025. 78 p., tab.

Orientador(a): Rodrigo César Tavares Cavalcanti

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal de Pernambuco, Centro Acadêmico do Agreste, Administração, 2025.

Inclui referências, apêndices.

1. Gestão da informação. 2. Experiência dos funcionários. 3. Painel. 4. Tecnologia. 5. Mapeamento do valor experiencial. I. Cavalcanti, Rodrigo César Tavares . (Orientação). II. Título.

600 CDD (22.ed.)

MARIA LUCIANA SAMARA DE BARROS SILVA

A EMOÇÃO DOS NÚMEROS:

O valor experiencial de um painel de gestão em um laboratório industrial

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Coordenação do Curso de Administração do
Centro Acadêmico do Agreste da Universidade
Federal de Pernambuco (UFPE), na modalidade
de monografia, como requisito parcial para a
obtenção do grau de bacharel em
Administração.

Aprovada em: 07/07/2025

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Rodrigo César Tavares Cavalcanti (Orientador)

Universidade Federal de Pernambuco

Profa. M.Sc. Juliette Ione Santana de Siqueira (Examinadora Interna)

Universidade Federal de Pernambuco

Profa. Dr. Luiza Cristina Jordão Braga Vilaça da Rocha (Examinadora Externa)

Centro Universitário do Vale do Ipojuca

Dedico esse trabalho à minha mãe, Lanuza Rosane, e a toda minha família e amigos que se fizeram presentes me apoiando com amor e compreensão para que essa conquista fosse possível.

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer, primeiramente, à minha mãe, Lanuza Rosane. Sem seus esforços e abdições não seria possível chegar até aqui, nunca esquecerei que nos momentos mais difíceis estive comigo, segurando a minha mão ou me segurando em seus braços, essa é mais uma conquista nossa.

Agradeço a toda minha família, em especial meu pai José Luciano e meu Tio Almir, que em muitos momentos que precisei, me levaram até a faculdade. Não poderia deixar de agradecer do fundo do meu coração às minhas tias, Tia Rafaela Samara, por me inspirar a buscar sempre mais, Tia Aretuza, que nunca abre mão de colocar gargalhadas entre os momentos, ainda que sejam os mais difíceis e a minha Tia Ana, que além de sempre me incentivar e me inspirar na vida, ainda me confiou o meu primeiro cargo de voluntária na área administrativa, cargo esse que proporcionou ao meu coração ter muito mais empatia.

Agradeço aos meus professores, que sempre se mostraram prestativos e atenciosos. Em especial ao meu orientador Rodrigo Cavalcanti, que foi paciente e fundamental na construção de todo o trabalho, sendo essencial ouvir suas orientações em todas as etapas.

Aos bons amigos que fiz durante os anos de graduação, agradeço pela parceria e atenção, guardarei no coração todos os momentos especiais que compartilhamos nessa trajetória, incluindo nossas rodas de estudos que faziam parecer que tudo era possível porque simplesmente estivemos ali, ainda que a pandemia tenha nos tirado muitos momentos assim.

Não poderia deixar de agradecer aos entrevistados que participaram ativamente da pesquisa, que são também, meus colegas de trabalho, as informações extraídas de cada entrevista foram únicas e de extrema relevância para o trabalho.

Por fim, mas de maneira nenhuma, menos importante, agradeço a todos aqueles a quem amo profundamente, é necessário ter esse tipo de sensibilidade na vida para não esquecer que nunca lutamos apenas por que lutamos, lutamos por quem precisamos lutar, orgulhar e inspirar. Por vocês, eu nunca me permiti desistir.

“Não há nada tão inútil quanto fazer com grande eficiência algo que não deveria ser feito.”

— Peter Drucker

RESUMO

A gestão da informação possui um papel fundamental dentro das organizações, principalmente no que diz respeito ao ambiente industrial, visto que o quantitativo de dados gerados, assim como a urgência em tomar decisões rápidas exigem ferramentas eficientes. Dentro do contexto industrial, o uso da tecnologia, como *dashboards* em formato de painéis, tem se mostrado como uma importante estratégia para auxiliar na tomada de decisões devido a transparência apresentada através da organização dos dados. Entretanto, a experiência do usuário com essas tecnologias nem sempre são consideradas. Com isso, o presente estudo tem o objetivo de investigar a percepção dos funcionários de uma indústria com o uso de um painel de gestão da informação realizado para centralizar os resultados das análises realizadas por um laboratório industrial. A metodologia adotada foi uma abordagem qualitativa, com uso do mapeamento do valor experiencial (MVE) que é uma metodologia desenvolvida por Cavalcanti (2024), adaptada aqui para o contexto dos funcionários. O MVE foi estruturado a partir de entrevistas com seis funcionários da organização, explorando aspectos positivos e negativos da experiência dos usuários com o painel. Sobre os resultados positivos, o estudo encontrou velocidade no acesso dos dados, centralização das informações, facilidade no uso e melhoria na tomada de decisões. Quanto aos aspectos negativos, foram destacados maior divulgação do painel e superação de dificuldades no uso. Além disso, as reações experienciais variaram entre satisfação, orgulho, nervosismo e frustração. E por fim, a pesquisa contribuiu dentro da gestão da informação enfatizando a importância de considerar a experiência dos usuários durante o desenvolvimento de tecnologias, destacando a criação de ferramentas intuitivas e alinhadas com a necessidade dos funcionários.

Palavras-chave: gestão da informação; experiência dos funcionários; painel; tecnologia; mapeamento do valor experiencial (MVE).

ABSTRACT

Information management plays a fundamental role within organizations, especially in the industrial environment, given the amount of data generated and the urgency to make quick decisions, which require efficient tools. In the industrial context, the use of technology, such as dashboards in panel format, has proven to be an important strategy to assist in decision-making due to the transparency presented through data organization. However, the user experience with these technologies is not always considered. Therefore, this study aims to investigate the perception of employees in an industry regarding the use of an information management panel designed to centralize the results of analyses conducted by an industrial laboratory. The methodology adopted was a qualitative approach, using the experiential value mapping (EVM) developed by Cavalcanti (2024), adapted here to the context of employees. The EVM was structured based on interviews with six employees of the organization, exploring positive and negative aspects of the user experience with the panel. Regarding positive results, the study found speed in data access, centralization of information, ease of use, and improvement in decision-making. As for negative aspects, greater dissemination of the panel and overcoming usage difficulties were highlighted. Additionally, experiential reactions varied between satisfaction, pride, nervousness, and frustration. Finally, the research contributed to information management by emphasizing the importance of considering user experience during the development of technologies, highlighting the creation of intuitive tools aligned with employee needs.

Keywords: information management; employee experience; panel; technology; experiential value mapping (EVM).

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Mapa de Valor Experiencial	23
Quadro 2 - Mapa de Interpretação de Valor (MIV)	23
Quadro 3 - Sujeitos da Pesquisa	28
Quadro 4 - Síntese dos valores indicados pelos usuários e suas reações	30
Quadro 5 - Os 6 elementos do Mapa de Valor Experiencial (MVE)	32
Quadro 6 - Mapa de Valor Experiencial (MVE)	33
Quadro 7 - Mapa de Interpretação De Valor (MIV)	36
Quadro 8 - MIV sobre a categoria de valor de velocidade no acesso à informação.	37
Quadro 9 - MIV sobre a categoria de valor de sempre atualizado	40
Quadro 10 - MIV sobre a categoria de valor	42
Quadro 11 - MIV sobre a categoria de valor de poupa muito tempo	44
Quadro 12 - MIV sobre a categoria de valor de visual apresentável em diversas situações...45	
Quadro 13 - MIV sobre a categoria de valor de comprovar informações	47
Quadro 14 - MIV sobre a categoria de valor de assertividade	48
Quadro 15 - MIV sobre a categoria de valor identificação de problemas	50
Quadro 16 - MIV sobre a categoria de valor evita retrabalhos	51
Quadro 17 - MIV sobre a categoria de valor democratiza informações	53
Quadro 18 - MIV sobre a categoria de valor atendimento ao cliente	55
Quadro 19 - MIV sobre a categoria de valor de inovação	56
Quadro 20 - MIV sobre a categoria de valor de simples de utilizar	57
Quadro 21 - MIV sobre a categoria de valor de divulgação para que mais pessoas tenham acesso	59
Quadro 22 - MIV sobre a categoria de valor de GAPs de usabilidade	60

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

MVE	Mapa de Valor Experiencial
MVI	Mapa de Interpretação de Valor
GI	Gestão da Informação
Rex	Reação Experiencial

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
1.1	CONTEXTUALIZAÇÃO DO PROBLEMA.....	12
1.2	PERGUNTA DA PESQUISA	14
1.3	OBJETIVOS	14
1.3.1	Objetivo Geral	14
1.3.2	Objetivos específicos.....	14
1.4	JUSTIFICATIVA	14
1.5	ESTRUTURA DO TRABALHO	16
2	REFERENCIAL TEÓRICO	17
2.1	GESTÃO DA INFORMAÇÃO	17
2.2	EXPERIÊNCIA DO CONSUMIDOR	18
2.3	EXPERIÊNCIA DO FUNCIONÁRIO.....	19
2.4	VALOR EXPERIENCIAL.....	21
2.5	ELEMENTOS DO MVE.....	22
3	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	25
3.1	ESTRATÉGIAS DE INVESTIGAÇÃO	25
3.2	OBJETO DE ESTUDO	26
3.3	COLETA E REGISTRO DE DADOS	27
3.4	SELEÇÃO DOS SUJEITOS	27
3.5	ANÁLISE DOS DADOS	28
3.6	PAPEL DO PESQUISADOR E CRITÉRIOS DE VALIDADE	29
4	RESULTADOS E DISCUSSÃO	30
4.1	A DESCOBERTA DO VALOR	30
4.2	A CONSTRUÇÃO DOS MIVs.....	36
4.3	APRESENTAÇÃO DOS MIVs	37
4.4	DISCUSSÕES FINAIS SOBRE OS RESULTADOS	61
5	CONCLUSÃO.....	63
	REFERÊNCIAS	65
	APÊNDICE A – MAPAS DE VALOR EXPERIENCIAL (MVEs)	68

1 INTRODUÇÃO

1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DO PROBLEMA

Para as empresas manterem sua competitividade elas vêm buscando aprimoramento através das novas tecnologias, incluindo as atividades que envolvem a informação. Diante disso, trabalhar a inteligência competitiva, evidenciando as necessidades informacionais dos membros da organização, contribui para um melhor desempenho das ações no ambiente corporativo (Santarém e Vitoriano, 2016). Assim, as organizações podem ser descritas como arranjos sociais que possibilitam os indivíduos a desempenharem diversas tarefas, que individualmente não seria possível. A maioria dessas organizações iniciam com pequenos grupos até se transformarem em estruturas maiores como as indústrias (Barbosa, 2020)

Dentro desse contexto, o ambiente organizacional se mostra necessitado de informação, ou seja, a informação se mostra como um recurso fundamental para as empresas. Em razão disso, a informação interage com o ambiente e os membros que dela fazem parte, sejam eles internos ou externos, produzindo, um fluxo informacional com os diferentes públicos. Entretanto, o quantitativo de informações geradas unido ao interesse estratégico do seu uso, colocam a informação como um componente que gera desafios e incertezas (Monteiro e Duarte, 2019).

Diante disso, mesmo que o crescimento da disponibilidade de informação tenha tido um grande avanço, ele também contribuiu para aumentar a sobrecarga de informação, ou seja, a expansão dos instrumentos que dão acesso a informação também gerou uma lacuna entre a disponibilidade da informação e o uso efetivo dela (Barbosa, 2020). Esses fatores aumentam a necessidade de um gerenciamento dessas informações, para que a informação seja gerada na disponibilidade e com o formato necessário para os usuários (Saeger et al., 2016).

Desse modo, o uso da informação de forma estratégica nas organizações precisará passar por um tratamento em seu uso, visto que a informação de maneira organizada facilita seu acesso, recuperação e distribuição, sendo esse processo denominado Gestão da informação (GI) (Saeger et al., 2016). Assim, é necessário realizar o gerenciamento da informação de modo que ela possua um fluxo eficiente, visto que a informação funciona como insumo para a tomada de decisão, possibilitando um melhor planejamento e execução das atividades em curto, médio e longo prazo (Santarém e Vitoriano, 2016).

A GI também pode ser definida como um aglomerado de processos gerenciais que são usados para criar, obter, armazenar e distribuir, ou seja, organizar a informação para um uso eficiente dentro do contexto organizacional e pessoal. A GI é expressa em três atividades essenciais: na tomada de decisão, no momento da criação e mudanças no ambiente interno e no momento da promoção de aprendizagem ocupacional (Barbosa, 2020). Sendo assim, uma maneira de compreender sobre a eficiência da gestão da informação na organização é avaliando a experiência do funcionário com os produtos desenvolvidos para gerir as informações, ou seja, buscar o valor na experiência do funcionário com relação ao conceito do valor no consumo, que está ligado a tudo o que as pessoas buscam em um produto (Cavalcanti, 2024).

Dessa forma, a noção sobre o valor no produto sai apenas de uma visão tradicional e é ampliada por uma perspectiva experiencial, saindo apenas da avaliação dos benefícios tangíveis e usuais, para outra que considera as emoções, fantasias e sentidos. Com isso, a noção de valor de maneira ampliada ajuda a compreender os processos de inovação além dos aspectos funcionais (Cavalcanti, 2024). Entretanto, o mapeamento do valor percebido se apresenta como complexo em vista da sua subjetividade e variação, pois vai de acordo com as experiências, expectativas e necessidades individuais de quem está consumindo o produto (Silva, 2025).

A partir disso, o mapa de valor experiencial (MVE) criado por Cavalcanti (2024), se mostra como eficiente para mapear as diferentes perspectivas dos consumidores em relação ao valor percebido, partindo da interação deles com os produtos ou serviços. O mapeamento do consumo tem como base seis elementos pautados na teoria sobre a inovação e experiência do consumidor, sendo eles: objetivos, cenas, gostar/não gostar, reações experienciais, contexto e quem (características do consumidor). Desse modo, os elementos contidos nesse mapa contribuem para uma visão detalhada dos valores encontrados e auxiliam na criação de estratégias para atender o que os consumidores esperam no produto.

Após a construção do MVE, são realizados os mapas de interpretação de valor (MIV), sendo essa a segunda parte da análise sugerida por Cavalcanti (2024). O MIV tem como objetivo realizar uma interpretação dos valores encontrados no MVE, sendo eles reorganizados através de categorias de valor ou a depender da linha do pesquisador. E assim como o MVE, o MIV é apresentado em forma de quadro.

Mediante o exposto, se configura a necessidade de entender o valor percebido pelos funcionários de um laboratório industrial em relação a um painel de gestão de informações. Para uma melhor compreensão do valor percebido pelos funcionários, o MVE adotado visa explorar a abrangente dimensão do valor atribuído ao painel, desde os aspectos voltados a sua funcionalidade como também os aspectos emocionais e sensoriais. Assim, o MVE se apresenta

como eficiente para investigar os elementos considerados valiosos na experiência com o painel, mostrando mais ideias para inovar e aprimorar o produto.

Logo, o presente estudo tem como característica o método qualitativo com adoção do MVE como estratégia de investigação, por meio de entrevistas semiestruturadas com funcionários de uma indústria.

1.2 PERGUNTA DA PESQUISA

O que há de valioso (ou não) na experiência de stakeholders com um painel desenvolvido para a gestão de informações em um laboratório industrial?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo geral

Analisar o que há de valioso (ou não) na experiência dos funcionários com um painel de gestão de informações em um laboratório industrial através do mapa de valor experiencial (MVE).

1.3.2 Objetivos específicos

- Investigar os elementos: quem, contexto, objetivo, cenas, gostar/ não gostar para geração do MVE;
- Coletar e analisar a experiência dos funcionários com o painel, considerando os elementos “gostar/ não gostar” para produção dos MIVs;
- Descobrir o valor experiência por meio da construção dos MIVs a partir da reorganização e análise dos dados coletados.

1.4 JUSTIFICATIVA

O presente estudo partiu da necessidade de um enfrentamento de um desafio por parte das organizações contemporâneas: a organização e filtragem de dados de forma eficiente e que possa contribuir para uma tomada de decisão. De acordo com Dutra e Barbosa (2020), o problema em questão está ligado ao excesso de informações não gerenciadas e que dificultam a extração de dados relevantes. Mediante esse cenário, é essencial buscar uma melhor compreensão em relação às ferramentas de visualização e análise de dados como o painel em

questão, que é um *dashboard*, para que ele possa auxiliar nos processos decisórios, além de aprimorar a experiência dos funcionários.

Tendo em vista que a GI é um diferencial competitivo, Davenport (1994) destaca que as organizações que obtêm sucesso são as que tratam a informação como uma estratégia essencial, pois gera valor. Mediante isso, o uso de *dashboards*, o qual é usado na GI, ainda apresenta uma lacuna dentro da literatura acadêmica no que diz respeito à experiência dos funcionários, pois os estudos ainda se concentram na experiência do usuário como consumidor final, desconsiderando a aderência por parte dos colaboradores internos e limitando o potencial das ferramentas na rotina organizacional. O autor Cavalcanti (2024) já destaca sobre a necessidade de considerar o valor da experiência dentro do contexto empresarial, agregando dimensões emocionais e simbólicas dentro das estratégias de GI.

Dentro desse contexto, o estudo traz uma contribuição inovadora quando adapta o MVE, que é um instrumento metodológico usado para mapear as experiências de consumidores com produtos e serviços para o contexto dos funcionários. Dessa forma ocorre um avanço na metodologia, possibilitando compreender como os colaboradores percebem, sentem, e atribuem valor nas suas experiências com o painel. Com isso, o mapeamento das experiências de maneira estruturada através do MVE, possibilita a realização de painéis interativos, personalizados e de acordo com as necessidades reais dos funcionários. Os autores Oliveira (2018) e Panigas, Miri e Albé (2023) destacam que a compreensão da experiência do funcionário é fundamental para o desenvolvimento de ambientes de trabalho mais produtivos e motivadores.

Com isso, a presente pesquisa ajuda a preencher uma lacuna teórica quando destaca a importância de compreender sobre a experiência dos funcionários como o painel em questão, visto que é um tema pouco abordado na literatura. Levando em consideração que a maioria das pesquisas focam na experiência do consumidor ou no uso técnico dessas ferramentas, o estudo contribui como crítica às abordagens somente técnicas, além de servir de complemento aos estudos que abordam sobre o ser humano como centro na transformação digital nas organizações. Tudo isso, fortalece uma proposta de uma gestão mais voltada ao ser humano dentro das experiências tecnológicas.

Portanto, esta pesquisa conversa com as áreas da gestão da informação e da *employee experience*, visto que ela propõe um modelo replicável para outras organizações, focando em um exemplo prático e de aprimoramento das experiências dos colaboradores com as tecnologias que suportam a tomada de decisão. Ao aliar a inovação metodológica do MVE com a aplicação nas organizações, o estudo oferece informações valiosas que ajudam a melhorar seus processos ligados à informação e tecnologia, promovendo um ambiente de trabalho mais engajador,

orientado por dados e centrado nas pessoas, como abordam Choo (2006) e Davenport e Prusak (1998).

1.5 ESTRUTURA DO TRABALHO

O trabalho inicia com uma seção introdutória, contextualizando o tema e apresentando os objetivos da pesquisa. Posteriormente, o referencial teórico aborda os sobre a gestão da informação, experiência do consumidor e do funcionário, valor experiencial e o Mapa de Valor Experiencial (MVE), fundamentando toda a análise da pesquisa.

Logo após na seção da metodologia é apresentada as estratégias de investigação da pesquisa, objeto de estudo, no caso o painel, os procedimentos usados na coleta de dados, a seleção dos participantes, os métodos de análise e o papel do pesquisador no processo da pesquisa. Depois dos procedimentos metodológicos, os resultados foram discutidos de acordo com o referencial teórico, e concluída com a abordagem das considerações finais.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Esta seção tem como objetivo apresentar o referencial teórico que embasa a pesquisa, dividindo-se em subseções que abordam a gestão da informação, experiência do consumidor e do funcionário, valor experiencial, elementos do MVE e painel de gestão da informação. Cada subseção visa contextualizar a pesquisa dentro do campo de estudo, destacando teorias, conceitos e estudos que sustentam a investigação.

2.1 GESTÃO DA INFORMAÇÃO

O quantitativo de informações geradas na sociedade atual facilita ao mesmo tempo que desafia as organizações. Um desses desafios é a falta de padronização em vista da quantidade excessiva e diversificada dessas informações disponíveis. Nesse sentido, os usuários que necessitam dessas informações para tomar decisões, precisam que estejam disponíveis os conteúdos relevantes, ou seja, precisam que os dados estejam filtrados. Por isso as informações precisam passar por uma medição da sua qualidade, com o propósito de atender bem os interessados (Dutra e Barbosa, 2020).

De acordo com Spinola (2013) só nos anos 80 a informação passou a ser vista como uma ferramenta de controle e gerenciamento para as organizações e já nos anos 90 ela passou a ser usada de forma estratégica e como vantagem competitiva para qualquer organização. Assim, Dutra e Barbosa (2020), aborda que a informação dentro do viés econômico para as organizações se apresenta cada dia com um papel mais claro, facilitando o desenvolvimento de produtos, levantamento de capital, expertise de mercado e colaborando para a sobrevivência das empresas. Dessa forma, a competência em coletar, organizar, e analisar as informações determina a excelência das corporações, levando esse processo o nome de gestão da informação.

Nos anos 2000, a gestão da informação passou a se apresentar dentro de um novo ambiente: o digital. Isso se deu devido a gestão da informação está ligada às áreas de tecnologia e de administração de empresas, passando a ser usada como uma ferramenta necessária para aumentar a eficácia dos sistemas das organizações. Assim, considerando o ambiente digital, a gestão da informação passa a ser trabalhada com dados em suporte virtual, na automação, *database*, e sistema de coleta de dados. Com isso, a evolução da gestão da informação na contemporaneidade contribui para o pensar além da informação agregando valor para as empresas (Monteiro e Duarte, 2019).

Dentro desse contexto, a gestão da informação é um campo essencial para a eficiência e inovação em ambientes industriais. Segundo Spinola (2013, p. 17), “A gestão da informação ganhou ainda mais importância com o aumento da demanda e da gama de informações gerada pelos avanços tecnológicos e pela globalização [...]”. Desse modo, o aumento na quantidade de informações disponíveis exige que as organizações adotem práticas eficazes de gestão da informação para garantir que os dados sejam utilizados de maneira eficiente e segura, como afirmam Davenport e Prusak (1998, p. 5), “a gestão da informação é o processo de coletar, gerenciar e disseminar informações de maneira eficiente e eficaz”.

Segundo Choo (2006), “a gestão da informação envolve a criação de valor a partir da informação, transformando dados em conhecimento útil para a tomada de decisões” (CHOO, 2006, p. 12). A presente pesquisa realizada se encaixa como um estudo de gestão da informação, ao desenvolver um painel que busca centralizar e atualizar dados em tempo real, o que pode facilitar o acesso e a verificação de informações. Em vista disso, o painel contribui para a melhoria da tomada de decisões e a identificação de problemas, que são elementos cruciais para a gestão eficaz da informação.

2.2 EXPERIÊNCIA DO CONSUMIDOR

Diante de um cenário competitivo entre as empresas as ofertas de produtos e serviços se apresentam na maioria das vezes de forma similar. Sendo assim, o autor Borges (2012) retrata que está cada vez mais difícil para as organizações conquistar a preferência dos consumidores. Considerando esse fato, os benefícios e as ofertas não se mostram suficientes quando se trata de sustentar esse cenário competitivo, sendo necessário ir além e entregar ao consumidor experiências diferenciadas de consumo.

Quando se trata de definir o termo “experiência” o autor Borges (2012) descreve como sendo algo vivido em algum determinado evento que acarreta em expertise ou conhecimento. Com relação ao termo para as ciências sociais Hopner et. al (2016) descreve como sendo um momento subjetivo que contribui para a construção e transformação do indivíduo considerando suas emoções e sentidos durante a vivência, mas que diferente disso, para o marketing a experiência deve ser algo muito significativo e inesquecível considerando o consumidor que está imerso na experiência.

Assim, a experiência do consumidor é definida como conjuntos delimitados de ações e espontâneas reações humanas conexas quando em contato com o mundo e que são formadoras de estados existenciais; nisso inclui-se tudo que pode auxiliar as organizações a compreender o

consumo e/ou otimizar seu desempenho (Cavalcanti, 2024). Com isso, a experiência do consumo se apresenta com complexidade e relacionada com outras variáveis sendo elas humanas, situacionais e tecnológicas, dificultando a previsibilidade para as empresas e acarretando em surpresas positivas e negativas (Hopner et. al., 2016).

Dentro desse contexto, de acordo com Hopner et. al. (2016), falar de experiência do consumo é falar sobre a experiência com um produto, serviço ou momento vivenciado não se restringindo apenas às atividades comerciais. Desse modo, Hopner et. al (2016) aborda que falar de experiência de consumo é envolver o cliente em uma visão ampliada do termo em vários níveis, seja ele racional, emocional, sensorial, físico ou espiritual.

Com isso, é notório que quando se trata de experiência as discussões iniciais foram sob a ótica dos clientes, com a abordagem de *customer experience*, entretanto junto a essa abordagem a experiência dos funcionários também passou a ganhar destaque. Assim, a mesma lógica sobre a experiência do consumidor é aplicada ao funcionário, sendo descrita como *employee experience*, tendo como definição a visão que os funcionários possuem sobre suas interações com as organizações que atuam (Oliveira, 2018).

2.3 EXPERIÊNCIA DO FUNCIONÁRIO

No que diz respeito ao funcionário, o autor Oliveira (2018) destaca que o compromisso do colaborador está atrelado a diversas variáveis, como qualidade de vida, condições de trabalho, o clima da organização, assim como as práticas ligadas à gestão de pessoas. Essas variáveis se apresentam como uma forma de demonstrar cuidado com os funcionários, o que afeta diretamente o sucesso da própria organização. Panigas, Miri e Albé (2023) evidenciam que tão necessário quanto entender sobre o consumidor é entender sobre o funcionário.

O presente estudo usa a experiência do consumidor como referência para explicar e destacar sobre a experiência do funcionário. Dentro desse contexto, Fiorentino (2018) aborda que, criar estratégias para valorizar o consumidor precisa que primeiro a organização invista e valorize seus próprios colaboradores, de modo que eles por se sentirem importantes em suas atividades se preocupem em entregar boas experiências para os seus clientes.

Diante disso, Oliveira (2018) aborda que a empresa de tecnologia PWC retrata que para ela, a experiência dos funcionários está ligada em um ecossistema de relações e interações de dentro e de fora das organizações, que resultam em um acumulado de ações, percepções e emoções que são proporcionadas de acordo com a infraestrutura tecnológica e a cultural das organizações. O autor Fiorentino (2018) também apresenta uma definição para esse termo,

como sendo a percepção holística do colaborador sobre o relacionamento com o seu ambiente de trabalho advindo da jornada de trabalho ao longo do tempo.

Nesse sentido, Panigas, Miri e Albé (2023) abordam que as organizações que focam em entender e melhorar a experiência do seu público interno precisam ter uma visão holística para identificar as variáveis que impactam na sua satisfação. Panigas, Miri e Albé (2023) ainda mencionam que o bem estar e o engajamento dos colaboradores se dão pelas boas experiências que eles vivenciam durante o tempo vivido na organização.

Desse modo, Fiorentino (2018) descreve que a experiência do funcionário possui princípios que precisam ser aplicados dentro do ambiente de trabalho com os colaboradores, sendo eles, seis princípios:

1. Entendimento profundo da necessidade das pessoas: buscar respeitar a individualidade dos indivíduos e grupos estabelecendo uma relação personalizada para cada um.
2. Adoção de pensamento holístico e expansivo: olhar para o colaborador como um ser multifatorial, considerando seus aspectos múltiplos, sendo eles emocionais, sociais, políticos, econômicos, cognitivos e físicos.
3. Transformar o intangível em tangível: um exemplo é em como explicar ao colaborador sobre um tema abstrato como “engajamento”. Nesse caso a empresa precisa usar de mapas e diagramas que representem a jornada do funcionário.
4. Insistir em participação ampla: não usar o desenvolvimento de estratégias de engajamento apenas com os líderes, mas envolver um grande número de participantes para engajar mais colaboradores no processo.
5. Refazer e experimentar: respeitar o dinamismo do processo, visto que a lógica do *employee experience* é considerar que ao longo da implementação novas coisas são descobertas e novas percepções são agregadas, contribuindo para o constante aprimoramento.
6. Confiar e apreciar o processo: é entender que o processo precisa ser valorizado e experimentado continuamente de modo que os anseios dos colaboradores sejam adaptados e ocorra melhorias no percurso.

Considerando a lógica da experiência do cliente que apresenta um certo grau de complexidade e adaptando a experiência do funcionário, Oliveira (2018) aborda que o desafio e a complexidade em proporcionar uma boa experiência aos empregados está em proporcionar uma mudança cultural nas organizações, considerando de modo estratégico a perspectiva dos empregados. E dentro dessa perspectiva, Panigas, Miri e Albé (2023) falam sobre a

identificação da necessidade de um esforço da parte das organizações em alinhar entre o que elas esperam para o alcance dos seus objetivos e o que as pessoas estão buscando nas organizações que desejam trabalhar.

Portanto, para evidenciar esse contexto, Fiorentino (2018, p.21) deixa o seguinte questionamento: “como esperar que os clientes criem envolvimento emocional com as marcas, se os próprios funcionários não o fizerem?”. Assim, fica clara a importância do investimento na experiência dos funcionários de modo que os resultados da organização para com os seus clientes sejam positivos. Nesse sentido, Panigas, Miri e Albé (2023, p. 3) cita “As organizações focam na busca contínua de resultados, para isso, precisam de uma base forte, que sustente o processo, ou seja, necessitam de profissionais com habilidades, competências e comprometimento com suas atividades.”

2.4 VALOR EXPERIENCIAL

De acordo com Sarturi (2015) quando se retrata do *stakeholder*, o termo valor é definido como aquilo que o *stakeholder* recebe por mérito dele. Além disso, Sarturi (2015) ainda aborda que o valor pode ser repassado de várias formas como pagamento salarial elevado, garantia de melhores vantagens para os funcionários, oferta de melhores condições para os fornecedores, preços inferiores, serviços sociais, serviços mais proveitosos para os clientes.

Dessa forma, Sarturi, Seravalli e Boaventura (2015) descrevem que é percebido que as organizações possuem uma natureza dupla, pois ao passo que produzem valor, também distribuem valor entre os *stakeholders* que trabalharam para produzir os fatores da produção. Assim, os autores ainda descrevem que:

Se, por um lado, os stakeholders fornecem os recursos necessários para a sobrevivência e prosperidade da empresa (como capital, trabalho, matéria-prima, serviços etc.), por outro lado, eles recebem recompensas intrínsecas e extrínsecas (como dinheiro, poder etc.). Essas recompensas correspondem a uma distribuição parcial do valor produzido pela empresa. Nesse contexto, a sobrevivência e o desenvolvimento da empresa dependem da sua capacidade de produzir e distribuir valor suficiente para satisfazer os interesses de cada grupo de stakeholders (Sarturi, Seravalli e Boaventura, 2015, p. 2).

Dentro desse contexto, no atual cenário, as grandes organizações vêm investindo na cultura organizacional de modo que o *stakeholder* funcionário aumente sua percepção de valor. O nome que se dá às ações para o engajamento dos colaboradores é chamado de *Employee Value Proposition*, entretanto para que haja geração de valor nesse processo, se deve aprender o que realmente engaja as pessoas (Watanabe e Sato 2020). Dessa forma, os autores Silva, Lima e

Costa (2015), mencionam que tudo de valor que é produzido por uma organização é o resultado de processos complexos que as adeptas ao *lean* chamam de fluxo de valor.

Quando se aborda sobre valor do ponto de vista experiencial Hopner et. al. (2016, p. 9) descreve que: “o valor é formado a partir das experiências e visa complementar e enriquecer a visão dos clientes como tomadores de decisão lógica.” e o autor ainda aborda que:

Entendendo o valor como uma forma de avaliação do serviço, não se pode negar o caráter experiencial da relação de prestação de serviço, uma vez que “o valor surge através de processos mentais e comportamentais de clientes quando clientes interpretam experiências e reconstroem uma realidade acumulada do cliente, onde o valor é incorporado” (Hopner et. al. 2016, p. 9).

Assim, Hopner et. al. (2016, p. 9) retrata que o valor dentro da abordagem experiencial diz respeito às questões internas ao sujeito, ou seja, é individual a partir da construção social e vivências de contextos específicos que estão ligados a experiências anteriores e anseios futuros.

Portanto, quando se trata do valor experiencial para o funcionário, a definição é adaptada a partir do valor experiencial do cliente. Dessa forma, de acordo com Cavalcanti (2024) o conhecimento existente sobre valor na experiência tem origem nos estudos sobre experiência do consumidor. Isso engloba todas as expectativas que os consumidores buscam em um produto ou serviço, levando em conta a experiência das pessoas de forma integral, como seus sentimentos, ações, pensamentos e experiências anteriores. O que da mesma forma ocorre com o funcionário para com suas experiências vivenciadas na organização em que atua sob a percepção de valor.

2.5 ELEMENTOS DO MVE

O Mapa de Valor Experiência (MVE) foi uma forma prática criada por Cavalcanti (2024) para mapear o valor experiencial, seu modelo se apresenta no quadro 1. O mapeamento tem como base seis elementos que são fundamentados na teoria sobre inovação e experiência do consumidor (Cavalcanti, 2024). Os elementos são:

- Objetivos: são as razões que fazem os consumidores procurarem por uma solução de acordo com as demandas de suas vidas, ou seja, é o motivo que acarretou na experiência do consumidor;
- Cenas: aqui fica contido todos os acontecimentos na experiência dividida em partes, pode ser definido também como os desdobramentos dos objetivos;
- Gostar/Não gostar: é tudo aquilo que ocorreu durante a experiência que os consumidores gostaram e o que não gostaram;

- Reações experienciais: são os desdobramentos do contato do consumidor com as representações de valor, que engloba as expressões de todas as reações possíveis do indivíduo quando se relaciona com o consumo;
- Contexto: diz respeito às experiências do próprio consumidor que geram influência de maneira direta ou indireta no consumo.
- Quem: característica do consumidor que pode influenciar em como vive a experiência e em como percebe o valor relacionado.

Quadro 1 - Mapa de Valor Experiencial

Experiência:		
Quem	Contexto	
Objetivo		
Cenas	Gostou/não gostou	R.Ex.

Fonte: Adaptado de Cavalcanti (2024)

Dentro do quadro do MVE criado por Cavalcanti (2024) as experiências são mapeadas e organizadas seguindo uma ordem cronológica, nas quais o valor fica em evidência dentro dos elementos “gostar/ não gostar”. Posterior a elaboração do MVE de acordo com as análises descritas, são construídos os Mapas de Interpretação de Valor (MVI) os quais contêm grupamentos de valores semelhantes, ou seja, o MVI é uma forma de reorganização do MVE que segmenta os valores de acordo com o tipo de consumidor, que no caso do presente estudo será adaptado ao tipo de funcionário. O MVI também se apresenta em forma de quadro como representado no quadro 2.

Quadro 2 - Mapa de Interpretação de Valor (MIV)

Título
Descrição sobre a categoria de Valor

Código	Valor	R.Ex.	Relação com a vida	Possíveis influenciadores

Fonte: Autoria própria baseado em Cavalcanti (2024)

2.6 PAINEL DE GESTÃO DA INFORMAÇÃO

A definição de painel se dá como algo que é usado nas empresas para apresentar informações através de interfaces gráficas e textuais em BI (*Business Intelligence*). Quando as informações se dão de formas textuais, se recebe o nome de relatórios analíticos. Os relatórios são utilizados de maneira gerencial para acompanhamento dos indicadores que suportam os processos e contribuem para tomada de decisão. E quando se trata de BI, os painéis de indicadores e *dashboards* são seus principais produtos (Silva, 2023).

O BI de acordo com Santos (2021) é um guarda-chuva que possui uma infraestrutura que incorpora diversas ferramentas e aplicações para preparar, prover e analisar dados. Dessa forma, o BI é uma ferramenta utilizada que contribui para gestão da informação colaborando para o gerenciamento estratégico, assim como para o gerenciamento de desempenho ou performance dentro das organizações.

Os *dashboards* como sendo um dos produtos do BI, tem como finalidade oferecer soluções para o excesso de informações, contribuindo para uma melhor atividade da gestão de dados. Um *dashboard* permite o monitoramento de desempenho, além de auxiliar no planejamento dos objetivos estratégicos e abordar informações com stakeholders importantes para o negócio (Constantin, Berreta e Camargo, 2024).

Portanto, os painéis gerenciais são um conjunto de gráficos e indicadores, suportados por painéis analíticos que auxiliará na investigação mais profunda de questões levantadas (Silva, 2023). Dentro desse contexto, o painel do presente estudo se apresenta em forma de *dashboards* contendo informações que contribuem para a gestão da informação em um laboratório industrial.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A seção dos procedimentos metodológicos tem o objetivo de expor o percurso realizado para o desenvolvimento da pesquisa. Com isso, a presente seção busca descrever as estratégias de investigação da pesquisa, explicar sobre o objeto estudado, sobre a coleta de dados e a seleção dos sujeitos, assim como sobre a análise dos dados. Além disso, a seção enfatiza o papel do pesquisador e os critérios de validade da pesquisa.

3.1 ESTRATÉGIAS DE INVESTIGAÇÃO

A presente pesquisa possui uma abordagem qualitativa, a qual por definição se caracteriza por buscar entender um fenômeno específico em profundidade. Assim, ao invés do uso estatístico, regras e quantidades, a pesquisa qualitativa faz uso de descrições, comparações, análise de significados e comparações, gerando a possibilidade investigar valores, hábitos, crenças, ações e opiniões de indivíduos ou grupos (Botelho e Cruz, 2013).

Diante disso, o estudo possui características qualitativas em vista da busca por entender como se dá a experiência dos funcionários com um painel que contribui para a melhoria da tomada de decisões e a identificação de problemas em um contexto específico, de acordo com o conceito de Creswell (2010) para pesquisas qualitativas.

Quanto ao objetivo da pesquisa, ela apresenta um caráter descritivo. As pesquisas assim denominadas, têm o objetivo de descrever as características de determinada população ou fenômeno, além de serem pesquisas que estudam atuação prática e são as mais solicitadas pelas organizações (Gil, 2008). Em relação a presente pesquisa, o objetivo é entender o que os funcionários de uma organização consideram valioso ou não na experiência com um painel de gestão da informação.

A estratégia de investigação utilizada foi a partir do uso do Mapeamento do Valor Experiencial (MVE). Esse método foi desenvolvido por Cavalcanti (2024) e tem como base a investigação de experiências de consumo de forma a mapear o valor gerado nessas experiências.

Para a pesquisa em questão, houve uma adaptação do método em vista que ele foi desenvolvido com foco nos consumidores, e para esse estudo, o alvo são os funcionários. Diante disso, ao apresentar um detalhamento nas investigações sobre o valor na experiência, ele contribuiu para investigar o valor presente na experiência dos funcionários em relação ao painel analisado nesta pesquisa e responder ao seguinte questionamento: “o que há de valioso (ou não) na experiência de stakeholders com um painel desenvolvido para a gestão de informações em um laboratório industrial?”

3.2 OBJETO DE ESTUDO

O objeto de estudo é a experiência com o painel desenvolvido para a gestão de informações em um laboratório industrial. A grande quantidade de informações geradas pelo laboratório onde o painel é utilizado atualmente, tornava algumas atividades mais difíceis, acarretando em um gasto elevado de tempo com retrabalhos na busca por informações.

O painel foi desenvolvido com a intenção de centralizar todas as informações pertinentes para avaliar a qualidade e o desempenho dos produtos ao longo do tempo, tornando a gestão de informações mais eficiente. Assim, o painel é uma ferramenta que tem como objetivo otimizar a tomada de decisões com o fornecimento de dados de maneira organizada e com um fácil acesso.

O painel foi elaborado através do *Power BI* e tem o formato de *dashboard*, sua base de dados está alocada em uma única planilha, agrupando todos os resultados pertinentes ao produto. O mesmo, é composto por diferentes páginas com a apresentação de resultados de forma detalhada das amostras, as quais são testadas em laboratório, gerando os resultados fornecidos aos clientes através do painel. Com isso, as análises são especificadas de acordo com os filtros selecionados pelo usuário. Suas principais funcionalidades são:

- Página com média de resultados de teste padrão especificado por norma: exibe a média anual, mensal, e os resultados individuais das amostras que são testadas, e são vistas a partir do filtro aplicado pelo usuário.
- Página de média de outro teste padrão especificado por norma: apresenta a média anual, mensal e os resultados individuais de acordo com os testes das amostras, e também são vistas de acordo com o filtro selecionado.
- Página de quantidade de amostras testadas: fornece a quantidade total de amostras testadas de acordo com o ano e o mês a depender do filtro escolhido.

Desse modo, a estrutura do painel organizada nesse formato, contribui para um acesso fácil e imediato dos resultados tanto dos testes realizados recentemente quanto do histórico dos testes de períodos anteriores. E com isso, fica possível identificar as tendências e variações no desempenho das amostras testadas ao longo do tempo.

Além disso, o painel colabora com o processo de entrega dos resultados de forma mais rápida, contribuindo com a transparência das análises e envolvendo todos os colaboradores para que consigam ter acesso rápido e fácil das informações necessárias para ajudar nas suas decisões.

3.3 COLETA E REGISTRO DE DADOS

A coleta de dados se deu através da realização de entrevistas. A entrevista é uma técnica usada com o objetivo da obtenção de informações e que pode ser estruturada ou semiestruturada (Castilho, Borges e Pereira, 2011). O autor Creswell (2010) descreve que a entrevista semiestruturada faz uma combinação de perguntas predefinidas, mas com a flexibilidade de acrescentar outras se necessário, gerando a possibilidade de uma compreensão mais profunda das experiências.

Para a pesquisa em questão foi usado o modelo de entrevista semiestruturada, em que foram entrevistados 6 participantes da organização de modo presencial e online através de vídeo chamada, as quais foram gravadas com o consentimento do entrevistado. Dentro das 6 entrevistas, houve uma entrevista com a própria pesquisadora de forma adaptada, em que o MVE serviu como uma orientação à reflexão de como preenchê-lo, facilitando na orientação com as demais entrevistas realizadas com o público escolhido, todas as respostas foram registradas em texto, além de que todas as demais entrevistas foram transcritas posteriormente para facilitar a organização dos dados no MVE.

O MVE propõe um formato semiestruturado para as entrevistas permitindo uma conversa flexível enquanto extrai as informações pertinentes aos seus seis elementos. Inicialmente se faz uma apresentação do pesquisador, se esclarece questões éticas como a confidencialidade dos dados e o pedido de consentimento para realizar a entrevista, além de que se dá uma breve explicação sobre o foco da pesquisa a qual busca entender o valor experiencial atribuído ao funcionário e o que motiva ele na experiência (Cavalcanti, 2024).

Em relação a entrevista, ela é organizada obedecendo uma cronologia levando em consideração as fases antes, durante e depois da experiência feita. Cada episódio ocorrido durante a experiência é narrado de acordo com as perguntas que levam o funcionário a dizer se gostou ou não gostou e quais foram suas reações emocionais ou comportamentais despertadas pela experiência em questão. Além disso, é levado em consideração o perfil do funcionário e o contexto que ocorreu a experiência (Cavalcanti, 2024).

3.4 SELEÇÃO DOS SUJEITOS

Os sujeitos selecionados foram intencionalmente escolhidos mediante apresentação de comportamento de uso do painel desenvolvido. Como destaca Minayo (2014, p. 21) "a seleção dos sujeitos deve ser feita de forma intencional, visando garantir a representatividade das diferentes funções e níveis hierárquicos dentro da organização". Além disso, a seleção foi feita

para garantir a diversidade de perfis e a representatividade das diferentes funções dentro da indústria, já que Candau e Leite (2003, p. 951) afirmam que "a escolha dos sujeitos participantes deve considerar a diversidade de perfis para obter uma visão abrangente das diferentes perspectivas e experiências"

O grupo de entrevistados foi composto por 5 homens e 1 mulher, totalizando 6 sujeitos, sendo 1, auto entrevistado. O quadro a seguir contém as informações dos perfis participantes.

Quadro 3 - Sujeitos da Pesquisa

Entrevistados	Gênero	Idade	Profissão
Entrevistado A	Masculino	37	Supervisor de laboratório
Entrevistado B	Masculino	33	Coordenador da engenharia de produto
Entrevistado C	Feminino	26	Assistente administrativo
Entrevistado D	Masculino	40	Engenheiro de engenharia de produto
Entrevistado E	Masculino	31	Analista de engenharia de produto
Entrevistado F	Masculino	27	Analista de processo

Fonte: Autoria própria (2025)

3.5 ANÁLISE DOS DADOS

Após a realização das entrevistas, foi gerado um material robusto da pesquisa para que fosse aplicada a 1º etapa do MVE criado por Cavalcanti (2024). O modelo oferecido pelo autor tem o objetivo de identificar, através das entrevistas realizadas, os seis elementos do modelo: quem, contexto, objetivo, cenas, gostar/ não gostar e as reações experienciais. Assim, o modelo contribuiu para analisar o antes, durante e depois da experiência dos funcionários em relação ao painel.

Com relação a “quem” esse elemento diz respeito às características dos entrevistados, no caso dos funcionários, levando em consideração a idade, profissão, aspectos pessoais, e o “contexto” em que ocorreu a experiência vivenciada, de modo que conseguiu obter os aspectos situacionais que moldaram a percepção de valor. Os objetivos abordam sobre o que motivou o funcionário a vivenciar aquela experiência, mostrando as causas que estão intrínsecas por trás do que foi vivenciado em relação ao painel.

No que diz respeito às entrevistas as cenas da experiência foram identificadas com base no que os funcionários relataram em ordem cronológica. As narrativas dos entrevistados são

associadas às questões positivas ou negativas, o que diz respeito aos elementos “gostar/ não gostar”. Dessa forma, foi possível levantar o que o painel apresentou de valioso ou não para a gestão das informações contidas nele.

Posterior a geração do MVE, foram produzidos os Mapas de Interpretação de Valor (MIV). De acordo com Cavalcanti (2024) o MIV é a segunda fase do mapeamento do valor experiencial. Nessa fase, os elementos “gostar/ não gostar” são reorganizados de modo que se encontre propriedades semelhantes entre eles e sendo assim identificados, os valores são organizados em “categorias de valor”. A partir disso, foi extraído e destacado o que os funcionários consideraram valioso ou não na experiência com o produto.

3.6 PAPEL DO PESQUISADOR E CRITÉRIOS DE VALIDADE

Como critério de validade e maior confiabilidade em relação a pesquisa, foi usada a triangulação entre pesquisadores, ou seja, o envolvimento com mais de um pesquisador no processo, acompanhando o processo da pesquisa e as conclusões do estudo (Júnior, Leão e Mello, 2011). O MVE proporcionou uma ampliação das percepções dos funcionários, analisando de diferentes formas o valor gerado na experiência através das entrevistas semiestruturadas, contribuindo para um entendimento mais robusto quanto a utilidade do painel na gestão dos dados da organização.

Na presente pesquisa, o investigador teve participação ativa na construção do painel, utilizando como base as entrevistas, o que contribuiu para uma maior familiarização com o tema. A proximidade com o tema, embora pudesse ter influência na análise, mas foi mantida uma conduta objetiva no direcionamento das entrevistas, assim como na interpretação do que foi relatado, contribuindo para uma percepção legítima dos funcionários, sem interferências. O autor Creswell (2010), aborda que nesse tipo de pesquisa, sendo de uma abordagem qualitativa o pesquisador colabora de forma ativa das interpretações numa experiência.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A presente seção tem como objetivo apresentar os resultados da pesquisa e discutir como eles respondem à pergunta de pesquisa. Para isso, está dividida em 5 subseções descritas a seguir: A descoberta do valor, que apresenta a pergunta de pesquisa e como ela foi respondida de forma estruturada e resumida; A construção dos MVEs, contendo uma breve explicação do que é um MVE, como foi construído e como lê-lo, possui também um dos MVEs utilizados na pesquisa; A construção dos MIVs, contendo explicações de como os MIVs foram construídos e exemplificando; Apresentação dos MIVs, onde se encontram todos os MIVs elaborados para a pesquisa e Discussões finais sobre os resultados, em que alguns pontos da pesquisa são esclarecidos.

4.1 A DESCOBERTA DO VALOR

A pesquisa em questão, foi norteadada a partir do seguinte questionamento: “O que há de valioso (ou não) na experiência de stakeholders com um painel desenvolvido para a gestão de informações em um laboratório industrial?”. Logo, os resultados que serão apresentados a partir da visão dos usuários entrevistados para a pesquisa, denotam os valores indicados pelos mesmos.

O quadro 4 sintetiza os resultados coletados através do estudo e dois tipos de valores podem ser identificados nas experiências: valores positivos e valores negativos. Os valores positivos estão dispostos no quadro em ações no presente e os negativos no futuro do pretérito do indicativo. Sendo os valores positivos separados no quadro como “a experiência com o painel é valiosa porque...” e os negativos como “a experiência com o painel poderia ser mais valiosa se...”. Nota-se também, que ao lado de cada valor (positivo ou negativo), há também as reações experienciais relatadas nos valores encontrados, nas colunas “e por despertar...” para os valores positivos e “e se amenizar...” para os valores negativos. Adiante, mais detalhes acerca dos resultados serão descritos.

Quadro 4 - Síntese dos valores indicados pelos usuários e suas reações

A experiência com o painel é valiosa porque...	E por despertar...
oferece velocidade no acesso à informação	Sensações de satisfação, nervosismo, dever cumprido, ansiedade, felicidade, além de ações de verificação constante e espera na conexão da rede.

ele está sempre atualizado	Sensações de orgulho, satisfação, confiança, além de ações de alinhamentos com o desenvolvedor e conferência da base de dados.
centraliza informações	Sensações de satisfação, alívio, surpresa, tranquilidade, confiança, além dos pensamentos sobre a possibilidade de comparação entre os anos.
poupa muito tempo	Sensações de satisfação, confiança, alegria, além de sugestões dos usuários e levar ao pensamento de comparação de como era o processo de antes da ferramenta ser desenvolvida.
possui um visual apresentável em diversas situações	Sensações de satisfação, orgulho, ter suas necessidades atendidas, além do pensamento de que a ferramenta proporciona comodismo aos usuários,
comprova informações	Sensações de orgulho, satisfação e felicidade.
proporciona assertividade	Sensações de nervosismo, confiança, além de existir possibilidade de alinhamentos com o desenvolvedor.
auxilia na identificação de problemas	Sensações de desejo, satisfação, além da possibilidade de análise do produto e do pensamento de que houve uma anomalia que só foi identificada após o uso da ferramenta.
evita retrabalhos	Sensações de tranquilidade, surpresa, alegria, tranquilidade, além dos pensamentos de que a ferramenta é cômoda para os usuários e de como o processo exigiria solicitação, coleta e análise de muitos dados se não houvesse a ferramenta.
democratiza informações	Sensações de confiança e satisfação.
torna o atendimento ao cliente satisfatório	Sensações de felicidade, dever cumprido, satisfação, ter sido bem atendido, além do pensamento de que a ferramenta é muito importante para as análises.
inova	Sensação de orgulho, além de gerar inovação dentro do setor.
é simples de utilizar	Sensações de satisfação, gostar da praticidade, além de

	proporcionar a abertura do portal em abas do navegador.
A experiência com o painel poderia ser mais valiosa se...	E se amenizar...
fosse mais divulgada para que mais pessoas tivessem acesso	Sensações de frustração, preocupação, além do pensamento de que o painel poderia ser mais democrático.
a ferramenta não apresentasse GAPs de usabilidade	Sensação de nervosismo, além do pensamento de que faltava simplicidade.

Fonte: Autoria própria (2025)

4.2 A CONSTRUÇÃO DOS MVEs

Para estruturação da pesquisa, foi utilizado um método para identificação dos valores presentes nas experiências, tal qual, foi desenvolvido por Cavalcanti (2024). Conhecido como Mapa de Valor Experiencial (MVE), o método é composto por 6 elementos, sendo eles, os apresentados a seguir, no quadro 5.

Quadro 5 - Os 6 elementos do Mapa de Valor Experiencial (MVE)

Objetivo:	É o que motiva o consumidor a buscar experiências para sanar suas necessidades;
Cenas:	São a história da experiência dividida em partes;
Gostar/Não gostar:	São, de certa forma, as opiniões dos consumidores a respeito de cada uma das cenas vividas durante a experiência e podem ser positivas ou negativas.
Reações experienciais (R.Ex.):	São as expressões humanas identificadas nas cenas por meio de emoções, ações e pensamentos a partir do consumo;
Contexto:	Corresponde aos cenários e influências do ambiente em que a experiência estava sendo vivenciada;

Características do consumidor (Quem)	Conjunto de características dos consumidores que podem ter influência na forma como experienciam algo.
---	--

Fonte: Autoria própria (2025)

O quadro a seguir é um exemplo de MVE que foi construído para o presente trabalho. As informações contidas no MVE abaixo, se deram a partir de uma entrevista sobre o uso do painel, em que a situação é descrita logo na primeira linha. Em sequência, estão as características desse consumidor (Entrevistado B), no espaço definido como “Quem”, essas informações podem ser identificadas no trecho da entrevista em que o entrevistado respondeu a pergunta sobre quem ele era, suas características e como as pessoas o viam.

Eu acho que a gente pode falar em uma pessoa extrovertida, a gente pode falar em uma pessoa direta, uma pessoa... Como é que eu posso dizer? Uma pessoa que não tem travas, eu acho que uma pessoa fácil de lidar e uma pessoa direta, acho que esse é um ponto (Entrevistado B).

Já ao lado, pode-se identificar o “Contexto”, que diz respeito ao momento da vida do consumidor em que ele precisou utilizar o painel, é formado pelas informações contidas também no “Objetivo”, já que quando questionado sobre sua motivação para utilização do painel, o entrevistado apresentou em sua fala, características determinantes para ambos, já que o objetivo é o que norteia o uso da ferramenta para cada usuário, como o trecho a seguir demonstra.

[...] o fórum que eu fui demandado para apresentar uma atualização dos resultados, demandava uma apresentação estratégica. [...] foi justamente nessa reunião estratégica, que me pediram (a diretoria), chegou logo: “você precisa levar para a reunião tal, uma atualização dos cenários [...]” (Entrevistado B).

Logo abaixo do objetivo, estão fragmentadas em 3 colunas, as “Cenas”, que são as principais partes que compõem a história da experiência, elencadas de modo temporal, “Gostar ou não” que são advindas do que os usuários identificaram de valor (ou não) em cada cena e as “R.Ex.”, que são as emoções, ações ou pensamentos originados a partir dos valores citados por quem vivenciou as experiências. A primeira cena do MVE (Receber demanda para a reunião estratégica) pode ser identificada no trecho a seguir da entrevista com o stakeholder

[...] foi justamente nessa reunião estratégica, me pediram (a diretoria), chegou logo: você precisa levar para a reunião tal, uma atualização dos cenários do C20. [...]eu pensei, então eu vou lá, porque lá deve estar atualizado, deve estar parametrizado e deve estar com todas as informações (Entrevistado B).

Alguns usuários evidenciaram mais de um “gostar ou não”, como pode-se identificar logo na primeira cena do MVE evidenciado (Quadro 6), podendo ser identificados no trecho a

seguir: “Esse é o principal ponto, de eu saber que tem a ferramenta e confiar que ela esteja atualizada.” (Entrevistado B).

Cada valor possui uma identificação, à exemplo o valor identificado como “BV1” essa nomenclatura é estruturada da seguinte forma: “B” identificando o “Entrevistado B”; “V” de valor e “1” que representa a ordem dos valores em cada MVE.

O entrevistado em questão, foi questionado sobre os momentos antes, durante e depois do uso da ferramenta e a cada cena relatada, foi questionado sobre o que gostou ou não em cada uma, para que as R.Ex. também pudessem ser evidenciadas, o questionamento sobre o que ele sentiu em cada valor citado era reforçado.

Na última cena (Analisar e discutir as pautas levantadas na reunião), 2 valores (Gostar/Não gostar) foram destacados, ambos, identificados como explicado anteriormente, sendo eles: “BV8 Todos elogiaram a ferramenta. (+)” e “BV9 Melhoria contínua (+)”. As emoções expressadas pelo entrevistado (R.Ex.) foram “Orgulho do time (E)” e “Sente que não se deve parar por aqui, a ferramenta deve ser aprimorada. (E)” correspondendo de forma respectiva, aos valores citados anteriormente. Tais quais, podem ser identificados no trecho a seguir.

Gostaram da agilidade, da versatilidade. E fizeram um cumprimento de parabenização da ferramenta. Foi muito positivo também e um sentimento disso é um sentimento de melhoria, um sentimento que a gente pode fazer mais para não parar por aí. Eu me senti orgulhoso, mas já depois eu já senti naquele um sentimento de, como é que eu posso dizer? Um sentimento de dever a cumprir, sabe? Eu sei que é, orgulhoso do time, foi o durante e continuo, mas eu acho que um dos sentimentos que foi provocado foi o de melhoria contínua (Entrevistado B).

Quadro 6 - Mapa de Valor Experiencial (MVE).

Experiência: Uso do painel em fórum estratégico de atualização de resultados da performance dos produtos - Entrevista B.	
Quem	Contexto
Homem de 33 anos, coordenador da engenharia de produto, extrovertido, direto, alguém fácil de lidar e sem travas.	Reunião estratégica agendada, em que foi solicitado à diretoria que fosse demonstrado na reunião uma atualização dos cenários da performance dos produtos diante dos testes aos quais foram submetidos.
Objetivo	
Apresentar no painel as performances da bateria em relação à capacidade dos produtos.	

Cenas	Gostar ou não	R.Ex.
Receber demanda para a reunião estratégica.	BV1 Saber que tem a ferramenta (+)	Se sente grato pois lembra de como o processo de coleta e tratamento dos dados, era trabalhoso sem a ferramenta (E)
	BV2 Confiar que a ferramenta esteja atualizada. (+)	Se sente orgulhoso do time. (E)
Verificar se a ferramenta está funcionando normalmente.	BV3 Nem sempre a ferramenta funciona de forma plena. (-)	Nervosismo porque conta com a ferramenta funcionando normalmente, mas às vezes acontecem falhas na rede. (E)
Deixar o painel aberto e já filtrado.	BV4 Possibilidade de drill down para ver detalhes ou drill up para obter dados de resumo. (+)	Se sentiu aliviado por estar tudo certo, pois antes se entender o funcionamento da ferramenta, acreditava que era uma falha (E)
Alterar filtro no painel para verificar os resultados de outro modelo do produto.	BV5 Ter os resultados de forma rápida no painel e com assertividade. (+)	Se sentiu um pouco nervoso com a possibilidade de algum bug (E)
	BV6 Solução All-in-one (+)	Satisfação (E)
	BV7 Poupa muito tempo (+)	Antes de ter o painel disponível as ferramentas eram mais trabalhosas e não entregavam assertividade, havia um gasto de tempo na busca pela atualização das informações dispostas em diversas tabelas. Hoje com o painel, temos esses dados atualizados em um só local e com muita assertividade (P)
Analisar e discutir as pautas levantadas na reunião.	BV8 Todos elogiaram a ferramenta. (+)	Orgulho do time (E)

	BV9 Melhoria contínua. (+)	Sente que não se deve parar por aqui, a ferramenta deve ser aprimorada. (E)
--	----------------------------	---

Fonte: Autoria própria (2024)

Com o MVE, é possível estruturar as entrevistas realizadas com os consumidores, de modo a conseguir segmentar os valores citados pelos mesmos e em seguida, estruturar cada MIV com os valores que consigam explicitar a mesma ideia. O MVE é a primeira estrutura para as análises do presente trabalho, sendo ele, o facilitador na criação dos MIVs, que serão explorados mais adiante.

4.3 A CONSTRUÇÃO DOS MIVS

Os MIVs são estruturas que possibilitam a categorização dos valores encontrados nos MVEs. De modo a direcionar os valores que se relacionem, para construção de mapas individuais, como demonstra o Quadro 7. O MIV abaixo (Quadro 7), foi construído por valores encontrados entre as experiências dos usuários que possuíam como característica em comum, a “inovação”, tal característica, pode ser identificada logo na primeira linha nos MIVs, sendo ela, quem intitula o mapa de interpretação de valor.

Logo abaixo do título, encontra-se uma breve descrição da categoria de valor encontrada. Em seguida, o MIV é dividido em 5 colunas: Código; Valor; R.Ex.; Relação com a vida do Stakeholder e Possíveis influenciadores.

A coluna “Código”, diz respeito à identificação dos valores já apresentada nos MVEs, trazendo ao lado a coluna de “Valor” que apresenta o “Gostar ou não” de mesma categoria encontrados nos MVEs. A coluna “R.Ex.” corresponde às reações experienciais de cada valor, também evidenciadas nos MVEs, já a coluna “Relação com a vida do Stakeholder” é uma junção dos elementos contidos nas “Cenas” e no “Objetivo” dos MVEs e por fim, na coluna “Possíveis influenciadores”, se encontram os elementos correspondentes a “Quem” e o “Contexto” presentes também nos MVEs e que podem ter influência no modo como os usuários experienciaram a ferramenta.

Quadro 7 - Mapa de Interpretação De Valor (MIV)

A experiência com o painel é valiosa porque inova
Esta categoria de valor indica que os processos estão sendo feitos de forma inovadora, fomentando a utilização

de ferramentas digitais para proporcionar melhorias nas organizações.				
Cód.	Valor	R.Ex.	Relação com a vida do Stakeholder	Possíveis influenciadores
AV9	AV9 Melhorias com ênfase na inovação (+)	Orgulhoso por conseguir entregar os resultados dentro da proposta digital, algo que a organização vem buscando trazer com mais frequência para todos os setores (E)	Apresentar os resultados de forma clara e assertiva na reunião que foi agendada. Entrega dos resultados.	Formado em administração, supervisor de laboratório. Pessoa organizada. Foi solicitado ao usuário, que encontrasse uma forma de apresentar esses resultados em formato de histórico.
AV10	AV10 O digital como ferramenta para soluções em gestão da informação (+)	Inovou dentro do setor. (A)	Apresentar os resultados de forma clara e assertiva na reunião que foi agendada. Entrega dos resultados.	Formado em administração, supervisor de laboratório. Pessoa organizada, Foi solicitado ao usuário, que encontrasse uma forma de apresentar esses resultados em formato de histórico.

Fonte: Autoria própria (2024)

4.4 APRESENTAÇÃO DOS MIVS

A seguir, serão apresentados os MIV’s encontrados durante a pesquisa e uma breve descrição relacionada a cada categoria.

O quadro 8, apresenta o MIV sobre velocidade no acesso à informação, nele estão compiladas as informações segundo os usuários, que comprovam a notoriedade do painel no acesso rápido a informações pelos stakeholders.

Quadro 8 - MIV sobre a categoria de valor de velocidade no acesso à informação.

A experiência com o painel é valiosa porque oferece velocidade no acesso à informação

Esta categoria de valor se refere à rapidez que o painel oferece para as operações dos seus usuários. Essa rapidez proporciona ao usuário agilidade na obtenção de informações para análise de diversos processos fabris.				
Cód.	Valor	R.Ex.	Relação com a vida do Stakeholder	Possíveis influenciadores
AV7	AV7 Sabendo como utilizar devidamente os filtros do painel, os resultados foram localizados em segundos. (+)	Satisfação (E)	Apresentar painel alterado na reunião técnica, apresentar os resultados de forma clara e assertiva na reunião que foi agendada.	Formado em administração, supervisor de laboratório. Pessoa organizada. Foi solicitado ao usuário, que encontrasse uma forma de apresentar esses resultados em formato de histórico
AV6	AV6 Apresentar de forma bem mais clara e rápida, as performances do grupo de produtos testados em laboratório. (+)	Satisfação (E)	Apresentar painel alterado na reunião técnica, apresentar os resultados de forma clara e assertiva na reunião que foi agendada.	Formado em administração, supervisor de laboratório. Pessoa organizada, foi solicitado ao usuário, que encontrasse uma forma de apresentar esses resultados em formato de histórico
BV5	BV5 Ter os resultados de forma rápida no painel e com assertividade. (+)	Se sentiu um pouco nervoso com a possibilidade de algum bug (E)	Demonstrar em reunião uma atualização dos cenários da performance dos produtos diante dos testes aos quais foram submetidos.	Coordenador da engenharia de produto, direto.
CV6	CV6 Agilidade na entrega de resultados que antes demandava muito tempo. (+)	Sensação de dever cumprido (E)	Receber solicitação de um cliente que não tinha acesso ao portal utilizado pela empresa para análise de resultados para a auditoria.	Assistente administrativa de um laboratório físico em uma indústria de acumuladores de energia, um pouco impaciente. Criadora e usuária da ferramenta. Gerencia as informações e dissemina de forma rápida quando solicitado.

CV9	CV9 O processo de busca é muito rápido e prático (+)	Satisfação (E)	Receber solicitação de um cliente que não tinha acesso ao portal utilizado pela empresa para análise de resultados para a auditoria.	Assistente administrativa de um laboratório físico em uma indústria de acumuladores de energia, um pouco impaciente. Criadora e usuária da ferramenta.
DV9	DV9 Rapidez na obtenção das informações junto ao laboratório (+)	Satisfação (E)	Analisar se os resultados das performances estavam conforme o especificado para produtos que foram para o mercado.	Engenheiro de engenharia de produto, gosta de ouvir sempre os dois lados de uma história.
EV1	EV1 Análise da qualidade dos produtos antes das reuniões de forma rápida (+)	Ansiedade (E)	Analisar a qualidade do produto nacional para comparar com um produto internacional em reunião.	Pessoa que planeja pouco, ansioso, alguém que aprecia a celeridade. Profissional do setor de engenharia de produto. Reunião de abertura, em que diversos fatores sobre garantia de produtos são apontados.
EV8	EV8 Acesso rápido às informações (+)	Aguardou a conexão da rede (A)	Analisar a qualidade do produto nacional para comparar com um produto internacional em reunião.	Pessoa que planeja pouco, ansioso, alguém que aprecia a celeridade. Profissional do setor de engenharia de produto. Reunião de abertura, em que diversos fatores sobre garantia de produtos são apontados.
FV1	FV1 Verificar e analisar o andamento dos projetos finalizados e em andamento de forma rápida. (+)	Verifica sempre que necessário e em tempo real a performance dos produtos. (A)	Alterações que podem afetar a capacidade do produto foram feitas. Voltar das férias e se atualizar sobre o andamento de alguns projetos.	Profissional do setor de qualidade, o usuário estava voltando de férias. Metódico e que não gosta de retrabalhos.

FV6	FV6 Conseguir identificar isso de forma rápida com os indicadores chave do painel. (+)	Satisfação (E)	Se certificar de que as alterações feitas no produto não tiveram efeito significativo na qualidade dos produtos analisados.	Profissional do setor de qualidade, o usuário estava voltando de férias. Metódico e que não gosta de retrabalhos.
EV4	EV4 Um contra argumento com base sólida de dados de forma imediata (+)	Ficou feliz por ter os resultados de forma imediata (E)	Comparar resultados internacionais com os nacionais utilizando o painel.	Pessoa que planeja pouco, ansioso, alguém que aprecia a celeridade. Profissional do setor de engenharia de produto. Reunião de abertura, em que diversos fatores sobre garantia de produtos são apontados.

Fonte: Autoria própria (2024)

O quadro 9, corresponde a um MIV que apresenta os valores que constroem a categoria de valor sobre o painel estar sempre atualizado, sendo esta, uma categoria elaborada apenas com valores positivos citados nos MVEs.

Quadro 9 - MIV sobre a categoria de valor de sempre atualizado

A experiência com o painel é valiosa porque ele está sempre atualizado				
Esta categoria de valor demonstra que as informações inseridas no painel estão sempre atualizadas.				
Cód.	Valor	R.Ex.	Relação com a vida do Stakeholder	Possíveis influenciadores
AV8	AV8 Comprovar que o controle laboratorial estava sendo feito e que a atualização da ferramenta era feita rapidamente. (+)	Orgulho por conseguir mostrar o controle sobre a gestão das informações do laboratório. (E)	Apresentar os resultados de forma clara e assertiva na reunião que foi agendada. Apresentar painel alterado na reunião técnica.	Formado em administração, supervisor de laboratório. Pessoa organizada, foi solicitado ao usuário, que encontrasse uma forma de apresentar esses resultados em formato de histórico.
AV3	AV3 Sabia que tinha as informações necessárias no painel e	Procurar alinhar as necessidades com o desenvolvedor (A)	Receber a demanda de apresentar os resultados dos testes ao	Formado em administração, supervisor de laboratório. Pessoa organizada. Foi

	que desse modo seria mais fácil atingir o objetivo. (+)		longo dos anos de forma mais clara.	solicitado ao usuário, que encontrasse uma forma de apresentar esses resultados em formato de histórico.
BV2	BV2 Confiar que a ferramenta esteja atualizada. (+)	Se sente orgulhoso do time. (E)	Apresentar no painel as performances da bateria em relação à capacidade dos produtos. Receber demanda para a reunião estratégica.	Coordenador da engenharia de produto, direto.
CV2	CV2 A base de dados está sempre atualizada, só seria necessário conferir. (+)	Conferir a base de dados (A)	Gerenciar as informações, de modo a conseguir disseminar aos clientes que não possuem acesso direto ao painel. Ser questionada sobre atualização dos dados referentes ao grupo de produtos auditados.	Graduanda em administração, assistente administrativa de um laboratório físico em uma indústria de acumuladores de energia. Criadora e usuária da ferramenta.
CV5	CV5 A base estar atualizada poupou muito tempo (+)	Satisfação (E)	Gerenciar as informações, de modo a conseguir disseminar aos clientes que não possuem acesso direto ao painel. Informar que todos os dados estavam atualizados e já inseridos no painel de forma automática.	Graduanda em administração, assistente administrativa de um laboratório físico em uma indústria de acumuladores de energia. Criadora e usuária da ferramenta. Cordial e um pouco impaciente.
DV2	DV2 O usuário tinha certeza de que os relatórios estavam atualizados. (+)	Confiança no trabalho dos outros colaboradores. (E)	Solicitar ao laboratório o histórico de resultados dos testes feitos no produto. Analisar se os resultados das	Engenheiro de engenharia de produto. Uma pessoa paciente e que gosta de ouvir sempre os dois lados de uma história. Demanda urgente da gerência para ter

			performances estavam conforme o especificado para produtos que foram para o mercado.	conhecimento sobre a performance de um produto.
--	--	--	--	---

Fonte: Autoria própria (2024)

O quadro 10 traz a categoria de valor sobre a centralização das informações contidas no painel, em que são apresentados apenas valores positivos a respeito do tema, já que antes do painel ser elaborado, os Stakeholders precisavam acessar diversos arquivos para encontrar as informações que hoje, estão dispostas em um só local, trazendo comodidade para o processo.

Quadro 10 - MIV sobre a categoria de valor

A experiência com o painel é valiosa porque centraliza informações				
Esta categoria de valor se refere a forma como o aplicativo entrega as informações aos usuários, contando com solução all-in-one, poupando o usuário de utilizar mais de uma forma de busca.				
Cód.	Valor	R.Ex.	Relação com a vida do Stakeholder	Possíveis influenciadores
BV6	BV6 Solução All-in-one (+)	Satisfação (E)	Apresentar no painel as performances da bateria em relação à capacidade dos produtos. Alterar filtro no painel para verificar os resultados de outro modelo do produto.	Coordenador da engenharia de produto, direto, alguém fácil de lidar e sem travas. Foi solicitado à diretoria que fosse demonstrado na reunião uma atualização dos cenários da performance dos produtos
CV10	CV10 Todas as informações estavam centralizadas (+)	Alívio por não ser necessário buscar em mais fontes (E)	Gerenciar as informações, de modo a conseguir disseminar aos clientes que não possuem acesso direto ao painel. Utilizar os filtros necessários.	Graduanda em administração, assistente administrativa de um laboratório físico em uma indústria de acumuladores de energia, é cordial e um pouco impaciente. Criadora e usuária da ferramenta.
DV4	DV4 Não precisaria acessar vários	Surpreso pois não contava com tal	Ser informado sobre a existência do histórico	Engenheiro de engenharia de produto. Uma pessoa

	arquivos, apenas o painel. (+)	facilidade (E)	compilado em formato de painel no Power BI. Analisar se os resultados das performances estavam conforme o especificado para produtos que foram para o mercado.	paciente e que gosta de ouvir sempre os dois lados de uma história. Demanda urgente da gerência para ter conhecimento sobre a performance de um produto.
DV6	DV6 O usuário gostou que havia mais informação do que o esperado e todas estavam centralizadas (+)	Achou muito positivo ao comparar com o cenário de 2022 (P)	Acessar o painel pela primeira vez para verificar se as informações que eram necessárias estavam inseridas no painel. Analisar se os resultados das performances estavam conforme o especificado para produtos que foram para o mercado.	Engenheiro de engenharia de produto. Uma pessoa paciente e que gosta de ouvir sempre os dois lados de uma história. Demanda urgente da gerência para ter conhecimento sobre a performance de um produto.
EV2	EV2 Praticidade dos históricos dos resultados inseridos em apenas um local. (+)	Se sentiu tranquilo e confiante ao pensar que poderia precisar dos resultados que já possui na ferramenta (P)	Análise da qualidade dos produtos antes da reunião. Analisar a qualidade do produto nacional para comparar com um produto internacional.	Pessoa que planeja pouco, ansioso, alguém que aprecia a celeridade. Profissional do setor de engenharia de produto. Reunião de abertura, em que diversos fatores sobre garantia de produtos são apontados.
FV2	FV2 Evitar retrabalhos e demora na centralização das informações. (+)	Tranquilidade em relação a não precisar gastar muito tempo coletando informações (E)	Atender demandas da gerência utilizando o painel com o histórico dos produtos necessários. Acompanhar e verificar os resultados	Profissional do setor de qualidade, o usuário estava voltando de férias. Metódico e que não gosta de retrabalhos.

			dos testes feitos em laboratório do produto modificado para analisar se houveram alterações na performance do produto.	
--	--	--	--	--

Fonte: Autoria própria (2024)

O quadro 11 apresenta a categoria de valor sobre o tempo poupado nos processos graças ao painel. Nota-se algumas comparações com o modo como o processo era feito antes do painel ser desenvolvido, em que fica clara a satisfação de quem faz o uso do mesmo.

Quadro 11 - MIV sobre a categoria de valor de poupa muito tempo

A experiência com o painel é valiosa porque poupa muito tempo				
Esta categoria de valor se refere ao que a ferramenta proporciona ao usuário em relação ao cenário do passado, em que muito tempo era exigido para obter todas as informações necessárias, tornando o processo de tomada de decisões mais lento.				
Cód.	Valor	R.Ex.	Relação com a vida do Stakeholder	Possíveis influenciadores
BV7	BV7 Poupa muito tempo (+)	Antes de ter o painel disponível as ferramentas eram mais trabalhosas e não entregavam assertividade, havia um gasto de tempo... (P)	Apresentar no painel as performances da bateria em relação à capacidade dos produtos. Alterar filtro no painel para verificar os resultados de outro modelo do produto.	Coordenador da engenharia de produto, direto, alguém fácil de lidar e sem travas.
CV5	CV5 A base estar atualizada poupou muito tempo (+)	Satisfação (E)	Gerenciar as informações, de modo a conseguir disseminar aos clientes que não possuem acesso direto ao painel. Informar que todos os dados estavam atualizados e já inseridos no painel	Graduanda em administração, assistente administrativa de um laboratório físico em uma indústria de acumuladores de energia, é cordial e um pouco impaciente. Criadora e usuária da ferramenta.

			de forma automática.	
EV9	EV9 Ganho de tempo de engenharia (+)	O usuário sugeriu que outros painéis similares fossem desenvolvidos (A)	Analisar a qualidade do produto nacional para comparar com um produto internacional. Comparar resultados internacionais com os nacionais utilizando o painel.	Pessoa que planeja pouco, ansioso, alguém que aprecia a celeridade. Profissional do setor de engenharia de produto. Reunião de abertura, em que diversos fatores sobre garantia de produtos são apontados.
EV10	EV10 Agilidade na tomada de decisões. (+)	Confiança no trabalho do time (E)	Comparar resultados internacionais com os nacionais utilizando o painel.	Pessoa que planeja pouco, ansioso, alguém que aprecia a celeridade. Profissional do setor de engenharia de produto. Reunião de abertura, em que diversos fatores sobre garantia de produtos são apontados.
EV13	EV13 Finalizar a pauta em apenas uma reunião (+)	Alegria por não precisar marcar uma nova reunião para tratativas relacionadas ao mesmo tema. (E)	Comparar resultados internacionais com os nacionais utilizando o painel.	Pessoa que planeja pouco, ansioso, alguém que aprecia a celeridade. Profissional do setor de engenharia de produto. Reunião de abertura, em que diversos fatores sobre garantia de produtos são apontados.

Fonte: Autoria própria (2024)

A seguir, o quadro 12 apresenta o MIV de categoria de valor que diz respeito a versatilidade do painel, sendo ele apresentável em diversas situações. Os usuários conseguem utilizar o próprio painel como apresentação em reuniões ou até capturas de tela do próprio para complementar alguma apresentação que demande a apresentação dos resultados contidos nele.

Quadro 12 - MIV sobre a categoria de valor de visual apresentável em diversas situações

A experiência com o painel é valiosa porque possui um visual apresentável em diversas situações
Esta categoria de valor se refere ao visual apresentado pelo painel, que pode ser utilizado em reuniões, compartilhamento de resultados e nas apresentações institucionais.

Cód.	Valor	R.Ex.	Relação com a vida do Stakeholder	Possíveis influenciadores
AV6	AV6 Apresentar de forma bem mais clara e rápida, as performances do grupo de produtos testados em laboratório. (+)	Satisfação (E)	Apresentar os resultados de forma clara e assertiva na reunião que foi agendada. Apresentar painel alterado na reunião técnica.	Formado em administração, supervisor de laboratório. Pessoa organizada, foi solicitado ao usuário, que encontrasse uma forma de apresentar esses resultados em formato de histórico.
CV11	CV11 O solicitante utilizar a própria visualização do painel. (+)	Orgulho da ferramenta cumprir com o que promete (E)	Gerenciar as informações, de modo a conseguir disseminar aos clientes que não possuem acesso direto ao painel. Fazer print das telas para envio ao solicitante.	Graduanda em administração, assistente administrativa de um laboratório físico em uma indústria de acumuladores de energia, é cordial e um pouco impaciente. Criadora e usuária da ferramenta.
CV12	CV12 O painel pode ser utilizado em diversos cenários. (+)	Satisfação (E)	Gerenciar as informações, de modo a conseguir disseminar aos clientes que não possuem acesso direto ao painel. Fazer print das telas para envio ao solicitante.	Graduanda em administração, assistente administrativa de um laboratório físico em uma indústria de acumuladores de energia, é cordial e um pouco impaciente. Criadora e usuária da ferramenta.
DV10	DV10 O visual do painel é muito apresentável (+)	Sentiu que suas necessidades foram atendidas (E)	Enviar print das informações de modo apresentável para a gerência. Demanda urgente da gerência para ter conhecimento sobre a performance de um produto.	Engenheiro de engenharia de produto. Uma pessoa paciente e que gosta de ouvir sempre os dois lados de uma história. Demanda urgente da gerência para ter conhecimento sobre a performance de um produto.
DV11	DV11 Não foi necessário ele mesmo preparar uma	Achou cômodo, pois não precisaria ele mesmo ter esse	Enviar print das informações de modo apresentável para a	Engenheiro de engenharia de produto. Uma pessoa paciente e que gosta de ouvir

	apresentação, já tinha tudo pronto (+)	trabalho. (P)	gerência. Demanda urgente da gerência para ter conhecimento sobre a performance de um produto.	sempre os dois lados de uma história. Demanda urgente da gerência para ter conhecimento sobre a performance de um produto.
--	--	---------------	--	--

Fonte: Autoria própria (2024)

O MIV a seguir (Quadro 13), exhibe a categoria de valor sobre como o painel consegue comprovar informações, podendo ser utilizado até na contra argumentação caso algum processo fabril seja questionado.

Quadro 13 - MIV sobre a categoria de valor de comprovar informações

A experiência com o painel é valiosa porque comprova informações				
Esta categoria de valor demonstra que os usuários conseguem utilizar o painel para comprovar informações, utilizando o painel como contra argumento em questionamentos sobre processos fabris.				
Cód.	Valor	R.Ex.	Relação com a vida do Stakeholder	Possíveis influenciadores
AV8	AV8 Comprovar que o controle laboratorial estava sendo feito e que a atualização da ferramenta era feita rapidamente. (+)	Orgulho por conseguir mostrar o controle sobre a gestão das informações do laboratório. (E)	Alguns produtos estavam apresentando baixa performance nos testes e era necessário avaliar se era algo pontual ou comum nesse modelo do produto. Apresentar os resultados de forma clara e assertiva na reunião que foi agendada. Apresentar painel alterado na reunião técnica.	Formado em administração, supervisor de laboratório. Pessoa organizada, foi solicitado ao usuário, que encontrasse uma forma de apresentar esses resultados em formato de histórico.
EV7	EV7 O painel demonstrava a performance do produto ao longo dos anos, incluindo o ano do incidente em	Satisfação (E)	Comparar resultados internacionais com os nacionais utilizando o painel.	Pessoa que planeja pouco, ansioso, alguém que aprecia a celeridade. Profissional do setor de engenharia de

	análise. (+)			produto. Reunião de abertura, em que diversos fatores sobre garantia de produtos são apontados.
EV4	EV4 Um contra argumento com base sólida de dados de forma imediata (+)	Ficou feliz por ter os resultados de forma imediata (E)	Comparar resultados internacionais com os nacionais utilizando o painel.	Pessoa que planeja pouco, ansioso, alguém que aprecia a celeridade. Profissional do setor de engenharia de produto. Reunião de abertura, em que diversos fatores sobre garantia de produtos são apontados.

Fonte: Autoria própria (2024)

O próximo MIV (Quadro 14), demonstra uma categoria de valor associada a assertividade do painel para os stakeholders, que fazem uso do mesmo, podendo afirmar assim, que a ferramenta consegue ser objetiva, clara, transparente e que as informações contidas nele são seguras, segundo os usuários.

Quadro 14 - MIV sobre a categoria de valor de assertividade

A experiência com o painel é valiosa porque proporciona assertividade				
Esta categoria de valor está atrelada a confiabilidade dos usuários no painel, que utilizam os indicadores gerados pelo mesmo para criar argumentações assertivas em reuniões e discussões relacionadas a processos fabris.				
Cód.	Valor	R.Ex.	Relação com a vida do Stakeholder	Possíveis influenciadores
AV3	AV3 Sabia que tinha as informações necessárias no painel e que desse modo seria mais fácil atingir o objetivo. (+)	Procurar alinhar as necessidades com o desenvolvedor (A)	Apresentar os resultados de forma clara e assertiva na reunião que foi agendada. Apresentar painel alterado na reunião técnica.	Formado em administração, supervisor de laboratório. Pessoa organizada, foi solicitado ao usuário, que encontrasse uma forma de apresentar

				esses resultados em formato de histórico.
BV5	BV5 Ter os resultados de forma rápida no painel e com assertividade. (+)	Se sentiu um pouco nervoso com a possibilidade de algum bug (E)	Apresentar no painel as performances da bateria em relação à capacidade dos produtos. Alterar filtro no painel para verificar os resultados de outro modelo do produto	Coordenador da engenharia de produto, direto, alguém fácil de lidar e sem travas.
EV11	EV11 Saída da reunião com mais assertividade (+)	Confiança (E)	Analisar a qualidade do produto nacional para comparar com um produto internacional. Finalização na reunião.	Pessoa que planeja pouco, ansioso, alguém que aprecia a celeridade. Profissional do setor de engenharia de produto. Reunião de abertura, em que diversos fatores sobre garantia de produtos são apontados.
FV8	FV8 Argumentação assertiva com os resultados visualizados na ferramenta (+)	Confiança (E)	Acompanhar e verificar os resultados dos testes feitos em laboratório do produto modificado para analisar se houveram alterações na performance do produto. Embasar as respostas para os questionamentos em reuniões utilizando o painel.	Profissional do setor de qualidade, o usuário estava voltando de férias. Metódico e que não gosta de retrabalhos.

Fonte: Autoria própria (2024)

O quadro 15 a seguir, aborda a categoria de valor que consegue mostrar a relevância do painel na identificação de problemas, não apenas de problemas recentes, mas também erros que não teriam sido encontrados sem que a ferramenta tivesse sido utilizada.

Quadro 15 - MIV sobre a categoria de valor identificação de problemas

A experiência com o painel é valiosa porque auxilia na identificação de problemas				
Esta categoria de valor está relacionada às análises dos dados apresentados pelo painel, que gera indicadores relevantes sobre a qualidade dos produtos ao longo dos anos.				
Cód.	Valor	R.Ex.	Relação com a vida do Stakeholder	Possíveis influenciadores
EV5	EV5 Crucial na identificação do problema (+)	Análise do produto (A)	Comparar resultados internacionais com os nacionais utilizando o painel.	Pessoa que planeja pouco, ansioso, alguém que aprecia a celeridade. Profissional do setor de engenharia de produto. Reunião de abertura, em que diversos fatores sobre garantia de produtos são apontados.
EV6	EV6 O problema não estava no produto nacional (+)	Desejou que houvesse resultados dos modelos internacionais do produto no mesmo painel. (E)	Comparar resultados internacionais com os nacionais utilizando o painel.	Pessoa que planeja pouco, ansioso, alguém que aprecia a celeridade. Profissional do setor de engenharia de produto. Reunião de abertura, em que diversos fatores sobre garantia de produtos são apontados.
EV7	EV7 O painel demonstrava a performance do	Satisfação (E)	Comparar resultados internacionais com os nacionais utilizando o	Pessoa que planeja pouco, ansioso, alguém que aprecia a

	produto ao longo dos anos, incluindo o ano do incidente em análise. (+)		painel.	celeridade. Profissional do setor de engenharia de produto. Reunião de abertura, em que diversos fatores sobre garantia de produtos são apontados.
FV6	FV6 Conseguir identificar isso de forma rápida com os indicadores chave do painel. (+)	Satisfação (E)	Discutir sobre os resultados para se certificar de que as alterações feitas no produto não tiveram efeito significativo na qualidade dos produtos analisados.	Profissional do setor de qualidade, o usuário estava voltando de férias. Metódico e que não gosta de retrabalhos.
FV7	FV7 Possibilidade de identificar anomalias (caso haja alguma) nos indicadores internos de qualidade com o painel (+)	Lembrou de situações em que uma anomalia só foi identificada após o uso da ferramenta. (P)	Discutir sobre os resultados para se certificar de que as alterações feitas no produto não tiveram efeito significativo na qualidade dos produtos analisados.	Profissional do setor de qualidade, o usuário estava voltando de férias. Metódico e que não gosta de retrabalhos.

Fonte: Autoria própria (2024)

O MIV a seguir (Quadro 16), descreve a categoria de valor de evitar retrabalhos, descrevendo como foi importante para usuários utilizarem a ferramenta no dia a dia para realizarem suas atividades com uma maior eficiência.

Quadro 16 - MIV sobre a categoria de valor evita retrabalhos

A experiência com o painel é valiosa porque evita retrabalhos				
Esta categoria de valor indica como a ferramenta auxilia os usuários a realizarem suas atividades de forma mais eficiente em relação a antes da existência da ferramenta, evitando retrabalhos.				
Cód.	Valor	R.Ex.	Relação com a vida do Stakeholder	Possíveis influenciadores

CV14	CV14 Não precisei abdicar de outras tarefas do dia, já que a informação estava pronta (+)	Tranquilidade (E)	Gerenciar as informações, de modo a conseguir disseminar aos clientes que não possuem acesso direto ao painel. Retorno às atividades do dia.	Graduanda em administração, assistente administrativa de um laboratório físico em uma indústria de acumuladores de energia, é cordial e um pouco impaciente. Criadora e usuária da ferramenta.
DV4	DV4 Não precisaria acessar vários arquivos, apenas o painel. (+)	Surpreso pois não contava com tal facilidade (E)	Ser informado sobre a existência do histórico compilado em formato de painel no Power BI. Analisar se os resultados das performances estavam conforme o especificado para produtos que foram para o mercado.	Engenheiro de engenharia de produto. Uma pessoa paciente e que gosta de ouvir sempre os dois lados de uma história. Demanda urgente da gerência para ter conhecimento sobre a performance de um produto.
DV11	DV11 Não foi necessário ele mesmo preparar uma apresentação, já tinha tudo pronto (+)	Achou cômodo, pois não precisaria ele mesmo ter esse trabalho. (P)	Enviar print das informações de modo apresentável para a gerência. Analisar se os resultados das performances estavam conforme o especificado para produtos que foram para o mercado.	Engenheiro de engenharia de produto. Uma pessoa paciente e que gosta de ouvir sempre os dois lados de uma história. Demanda urgente da gerência para ter conhecimento sobre a performance de um produto.
EV12	EV12 Evita retrabalhos. (+)	O usuário lembra de como o processo seria antes da ferramenta, havendo a necessidade	Finalização na reunião. Analisar a qualidade do produto nacional para comparar com um	Pessoa que planeja pouco, ansioso, alguém que aprecia a celeridade.

		de solicitações, coletas e análises de muitos dados. (P)	produto internacional.	Profissional do setor de engenharia de produto. Reunião de abertura, em que diversos fatores sobre garantia de produtos são apontados.
EV13	EV13 Finalizar a pauta em apenas uma reunião (+)	Alegria por não precisar marcar uma nova reunião para tratativas relacionadas ao mesmo tema. (E)	Finalização na reunião. Analisar a qualidade do produto nacional para comparar com um produto internacional.	Pessoa que planeja pouco, ansioso, alguém que aprecia a celeridade. Profissional do setor de engenharia de produto. Reunião de abertura, em que diversos fatores sobre garantia de produtos são apontados.
FV2	FV2 Evitar retrabalhos e demora na centralização das informações. (+)	Tranquilidade em relação a não precisar gastar muito tempo coletando informações (E)	Atender demandas da gerência utilizando o painel com o histórico dos produtos necessários. Acompanhar e verificar os resultados dos testes feitos em laboratório do produto modificado para analisar se houveram alterações na performance do produto.	Profissional do setor de qualidade, o usuário estava voltando de férias. Metódico e que não gosta de retrabalhos.

Fonte: Autoria própria (2024)

O quadro 17 descreve um MIV com uma categoria de valor sobre como o painel consegue democratizar informações, diferente de como o processo acontecia no passado.

Quadro 17 - MIV sobre a categoria de valor democratiza informações

A experiência com o painel é valiosa porque democratiza informações				
Esta categoria de valor demonstra a percepção de usuários de que hoje as informações estão à disposição dos usuários que precisam delas, sem a necessidade de solicitações.				
Cód.	Valor	R.Ex.	Relação com a vida do Stakeholder	Possíveis influenciadores
FV4	FV4 Consultar resultados de testes em produtos pouco convencionais sem burocracia (+)	Se sentiu confiante por ter a informação de “bate e pronto” (E)	Acompanhar e verificar os resultados dos testes feitos em laboratório do produto modificado para analisar se houveram alterações na performance do produto. Verificar se houveram alterações na performance de um produto pouco testado pelo setor.	Profissional do setor de qualidade, o usuário estava voltando de férias. Metódico e que não gosta de retrabalhos.
FV5	FV5 O painel é mais democrático quanto à entrega de resultados da performance dos produtos. (+)	Satisfação (E)	Acompanhar e verificar os resultados dos testes feitos em laboratório do produto modificado para analisar se houveram alterações na performance do produto. Verificar se houveram alterações na performance de um produto pouco testado pelo setor.	Profissional do setor de qualidade, o usuário estava voltando de férias. Metódico e que não gosta de retrabalhos.

Fonte: Autoria própria (2024)

O MIV sobre a categoria de valor “atendimento ao cliente satisfatório”, é apresentado no quadro 18 a seguir, os usuários conseguiram evidenciar que através do uso da ferramenta, o atendimento ao cliente gera maior satisfação nos processos envolvendo inter-relacionamento.

Quadro 18 - MIV sobre a categoria de valor atendimento ao cliente

A experiência com o painel é valiosa porque torna o atendimento ao cliente satisfatório.				
Esta categoria de valor indica que o atendimento ao cliente consegue ser efetivado em tempo ágil, tornando o processo mais eficiente e gerando mais satisfação em relação às entregas feitas pelo setor.				
Cód.	Valor	R.Ex.	Relação com a vida do Stakeholder	Possíveis influenciadores
CV6	CV6 Agilidade na entrega de resultados que antes demandava muito tempo. (+)	Sensação de dever cumprido (E)	Receber solicitação de um cliente que não tinha acesso ao portal utilizado pela empresa. Gerenciar as informações, de modo a conseguir disseminar aos clientes que não possuem acesso direto ao painel.	Graduanda em administração, assistente administrativa de um laboratório físico em uma indústria de acumuladores de energia, é cordial e um pouco impaciente. Criadora e usuária da ferramenta.
CV13	CV13 Satisfação do cliente em receber os resultados em tempo ágil (+)	Felicidade por conseguir contribuir com a eficiência dos projetos. (E)	Enviar imagens para o solicitante. Gerenciar as informações, de modo a conseguir disseminar aos clientes que não possuem acesso direto ao painel.	Graduanda em administração, assistente administrativa de um laboratório físico em uma indústria de acumuladores de energia, é cordial e um pouco impaciente. Criadora e usuária da ferramenta.
DV5	DV5 Acesso liberado na mesma hora (+)	Satisfação (E)	Analisar se os resultados das performances estavam conforme o especificado para produtos que foram para o mercado. Solicitar acesso	Engenheiro de engenharia de produto. Uma pessoa paciente e que gosta de ouvir sempre os dois lados de uma história. Demanda urgente da gerência para ter conhecimento

			imediate a ferramenta.	sobre a performance de um produto.
DV7	DV7 Disponibilidade do pessoal para explicar as funcionalidades do painel (+)	Se sentiu bem atendido pelo setor (E)	Analisar se os resultados das performances estavam conforme o especificado para produtos que foram para o mercado. Receber instruções sobre a usabilidade da ferramenta.	Engenheiro de engenharia de produto. Uma pessoa paciente e que gosta de ouvir sempre os dois lados de uma história. Demanda urgente da gerência para ter conhecimento sobre a performance de um produto.
DV9	DV9 Rapidez na obtenção das informações junto ao laboratório (+)	Satisfação (E)	Analisar se os resultados das performances estavam conforme o especificado para produtos que foram para o mercado. Checar a veracidade das informações.	Engenheiro de engenharia de produto. Uma pessoa paciente e que gosta de ouvir sempre os dois lados de uma história. Demanda urgente da gerência para ter conhecimento sobre a performance de um produto.
DV12	DV12 Eficiência da ferramenta (+)	Achou a ferramenta muito importante para as análises (P)	Analisar se os resultados das performances estavam conforme o especificado para produtos que foram para o mercado. Receber feedback positivo da gerência.	Engenheiro de engenharia de produto. Uma pessoa paciente e que gosta de ouvir sempre os dois lados de uma história. Demanda urgente da gerência para ter conhecimento sobre a performance de um produto.

Fonte: Autoria própria (2024)

O MIV a seguir (Quadro 19), já apresentado anteriormente na subseção de construção dos MIVs, apresenta a categoria de valor sobre inovação. Abarcando os valores expostos pelos stakeholders em suas entrevistas.

Quadro 19 - MIV sobre a categoria de valor de inovação

A experiência com o painel é valiosa porque inova				
Esta categoria de valor indica que os processos estão sendo feitos de forma inovadora, fomentando a utilização de ferramentas digitais para proporcionar melhorias nas organizações.				
Cód.	Valor	R.Ex.	Relação com a vida do Stakeholder	Possíveis influenciadores
AV9	AV9 Melhorias com ênfase na inovação (+)	Orgulhoso por conseguir entregar os resultados dentro da proposta digital, algo que a organização vem buscando trazer com mais frequência para todos os setores (E)	Apresentar os resultados de forma clara e assertiva na reunião que foi agendada. Entrega dos resultados.	Formado em administração, supervisor de laboratório. Pessoa organizada, Foi solicitado ao usuário, que encontrasse uma forma de apresentar esses resultados em formato de histórico
AV10	AV10 O digital como ferramenta para soluções em gestão da informação (+)	Inovou dentro do setor. (A)	Apresentar os resultados de forma clara e assertiva na reunião que foi agendada. Entrega dos resultados.	Formado em administração, supervisor de laboratório. Pessoa organizada, foi solicitado ao usuário, que encontrasse uma forma de apresentar esses resultados em formato de histórico

Fonte: Autoria própria (2024)

O quadro 20, apresenta o MIV de categoria de valor sobre a simplicidade de utilização do painel desenvolvido, tanto na busca por obtenção de resultados como também de acesso.

Quadro 20 - MIV sobre a categoria de valor de simples de utilizar

A experiência com o painel é valiosa porque é simples de utilizar				
Esta categoria de valor indica que a ferramenta é simples de ser utilizada, tanto o processo de busca quanto o de acesso.				
Cód.	Valor	R.Ex.	Relação com a vida do Stakeholder	Possíveis influenciadores

AV7	AV7 Sabendo como utilizar devidamente os filtros do painel, os resultados foram localizados em segundos. (+)	Satisfação (E)	Apresentar os resultados de forma clara e assertiva na reunião que foi agendada. Apresentar painel alterado na reunião técnica.	Formado em administração, supervisor de laboratório. Pessoa organizada, Foi solicitado ao usuário, que encontrasse uma forma de apresentar esses resultados em formato de histórico
CV8	CV8 O acesso a ferramenta é muito simples (+)	Abrir o portal em abas do navegador (A)	Gerenciar as informações, de modo a conseguir disseminar aos clientes que não possuem acesso direto ao painel. Acessar a ferramenta.	Assistente administrativa de um laboratório físico em uma indústria de acumuladores de energia, um pouco impaciente. Criadora e usuária da ferramenta. Gerencia as informações e dissemina de forma rápida quando solicitado.
CV9	CV9 O processo de busca é muito rápido e prático (+)	Satisfação (E)	Gerenciar as informações, de modo a conseguir disseminar aos clientes que não possuem acesso direto ao painel. Utilizar os filtros necessários.	Assistente administrativa de um laboratório físico em uma indústria de acumuladores de energia, um pouco impaciente. Criadora e usuária da ferramenta. Gerencia as informações e dissemina de forma rápida quando solicitado.
DV8	DV8 Fácil de utilizar	Gostou da praticidade	Analisar se os	Engenheiro de

	(+)	(E)	resultados das performances estavam conforme o especificado para produtos que foram para o mercado. Receber instruções sobre a usabilidade da ferramenta.	engenharia de produto, gosta de ouvir sempre os dois lados de uma história.
--	-----	-----	---	---

Fonte: Autoria própria (2024)

O quadro 21, apresenta um MIV de categoria de valor negativa, neste caso, de como a experiência com o painel poderia ser mais valiosa se fosse mais divulgada para que mais pessoas tivessem acesso.

Quadro 21 - MIV sobre a categoria de valor de divulgação para que mais pessoas tenham acesso

A experiência com o painel poderia ser mais valiosa se fosse mais divulgada para que mais pessoas tivessem acesso.				
Essa categoria enfatiza a relevância da ferramenta para os setores fabris, havendo demanda pela ferramenta para colaboradores que ainda não tem conhecimento da mesma.				
Cód.	Valor	R.Ex.	Relação com a vida do Stakeholder	Possíveis influenciadores
AV1	AV1 Não tinha os resultados na hora em que foi questionado e precisaria apresentar na próxima reunião. (-)	Se sentiu frustrado por ser questionado sobre algo que não tinha como mostrar de forma rápida, sendo ele, o dono do negócio em questão. (E)	Comparecer a reunião técnica semanal para discutir a respeito de resultados insatisfatórios em testes realizados pelo laboratório. Apresentar os resultados de forma clara e assertiva na reunião que foi agendada.	Formado em administração, supervisor de laboratório. Pessoa organizada. Foi solicitado ao usuário, que encontrasse uma forma de apresentar esses resultados em formato de histórico.
CV7	CV7 Nem todas as pessoas da organização podem ter acesso. (-)	Poderia ser mais democrático para	Gerenciar as informações, de modo a conseguir disseminar	Assistente administrativa de um laboratório físico em

		maior autonomia dos colaboradores (P).	aos clientes que não possuem acesso direto ao painel, mas que precisam das informações contidas nele, de forma rápida quando solicitado. Receber solicitação de um cliente que não tinha acesso ao portal utilizado pela empresa.	uma indústria de acumuladores de energia, um pouco impaciente. Criadora e usuária da ferramenta. Gerencia as informações e dissemina de forma rápida quando solicitado.
DV1	DV1 Necessidade de coletar as informações de forma rápida, mas não tinha conhecimento da ferramenta. (-)	Preocupado por saber que poderia demorar para obter os resultados que precisava (E)	Analisar se os resultados das performances estavam conforme o especificado para produtos que foram para o mercado. Receber demanda para verificação da performance de um produto que já estava no mercado.	Engenheiro de engenharia de produto, gosta de ouvir sempre os dois lados de uma história.

Fonte: Autoria própria (2024)

O quadro 22, apresenta um MIV de categoria de valor negativa, neste caso, de como a experiência com o painel poderia ser mais valiosa se não apresentasse GAPs de usabilidade.

Quadro 22 - MIV sobre a categoria de valor de GAPs de usabilidade

A experiência com o painel poderia ser mais valiosa se a ferramenta não apresentasse GAPs de usabilidade.				
Essa categoria demonstra que para alguns usuários, a ferramenta apresentou, em algum momento, falhas de usabilidade				
Cód.	Valor	R.Ex.	Relação com a vida do Stakeholder	Possíveis influenciadores
AV4	AV4 O painel possuía GAPs de usabilidade (-)	Faltava simplicidade para que os usuários	Apresentar os resultados de forma	Formado em administração,

	)	conseguissem compreender o que estava sendo visto, havia filtros que a depender do setor, nem todos os usuários conseguiriam utilizar por utilizarem termos muito específicos que precisariam do auxílio do desenvolvedor para compreender os visuais. (P)	clara e assertiva na reunião que foi agendada. Acessar a ferramenta.	supervisor de laboratório. Pessoa organizada. Foi solicitado ao usuário, que encontrasse uma forma de apresentar esses resultados em formato de histórico.
BV3	BV3 Nem sempre a ferramenta funciona de forma plena. (-)	Nervosismo porque conta com a ferramenta funcionando normalmente, mas às vezes acontecem falhas na rede. (E)	Apresentar no painel as performances da bateria em relação à capacidade dos produtos. Verificar se a ferramenta está funcionando normalmente.	Coordenador da engenharia de produto, direto.

Fonte: Autoria própria (2024)

4.4 DISCUSSÕES FINAIS SOBRE OS RESULTADOS

As experiências estudadas, evidenciam valores não apenas relacionados a usabilidade do painel para os stakeholders, mas também como o presente trabalho pode servir de parâmetro para outras experiências que envolvam inovações similares. A ferramenta é considerada valiosa pelos stakeholders devido a diversos fatores positivos, como velocidade no acesso à informação, estar sempre atualizado, centralização de informações, economia de tempo, visual apresentável, verificação de informações, assertividade, identificação de problemas, evitar retrabalhos, democratização de informações, satisfação do cliente, inovação e facilidade de uso. Os valores negativos indicaram melhorias, como a necessidade de maior divulgação do painel e a eliminação de GAPs de usabilidade, embora o painel tenha sido bem recebido, há espaço para melhorias na usabilidade e na divulgação para garantir que mais pessoas tenham acesso e possam usufruir dos benefícios da ferramenta.

Um ponto que merece ser destacado, é o MIV apresentado no quadro 19, que contém o valor: “AV10 O digital como ferramenta para soluções em gestão da informação (+)”. Sendo esse valor, a resposta para o questionamento que levou a existência dessa pesquisa.

Outro ponto muito citado pelos entrevistados, é de que as ferramentas anteriores eram mais complexas e menos intuitivas, sendo dificultosa a localização das informações em tempo ágil, a análise de dados era mais demorada e menos assertiva e era necessário compilar informações de diversas fontes, o que aumentava o risco de inconsistências e erros. Isso pode ser observado nos valores: “CV6 Agilidade na entrega de resultados que antes demandava muito tempo. (+)” e “DV4 Não precisaria acessar vários arquivos, apenas o painel. (+)”.

5 CONCLUSÃO

De modo conclusivo, o presente estudo engloba as principais percepções com relação à experiência dos *stakeholders* usando a ferramenta do MVE, destacando os aspectos valiosos e não valiosos do painel analisado. As respostas obtidas da análise mostram que os valores atribuídos ao painel vão além da sua funcionalidade, demonstrando a importância da criação de uma jornada para os funcionários que considera além da usabilidade, mas também agrega a experiência vivenciada com os produtos desenvolvidos, gerando uma inovação na gestão da informação.

Dessa forma, a pesquisa buscou responder ao seguinte questionamento: “O que há de valioso (ou não) na experiência de stakeholders com um painel desenvolvido para a gestão de informações em um laboratório industrial?”. Com o emprego do MVE, a investigação extraiu de forma detalhada as percepções dos funcionários, revelando que os fatores positivos foram a velocidade no acesso, atualizações constantes, centralização de dados, economia de tempo, visual apresentável democratização do acesso, identificação de problemas, prevenção de retrabalhos, democratização do acesso à informação, satisfação do cliente, inovação e facilidade de uso. Além disso, também foi recorrente na fala dos entrevistados uma comparação com as ferramentas usadas anteriormente ditas como mais complexas e menos intuitivas.

Com relação aos aspectos abordados que precisam de melhoria, os entrevistados elencaram a necessidade de maior divulgação do painel e a eliminação dos GAPs de uso. Assim, o estudo conseguiu detectar que o painel foi bem aceito, mas que pode ser melhorado de modo a aumentar seu alcance, beneficiando mais usuários. Portanto, a análise traz como reforço a importância de considerar os usuários durante o desenvolvimento de ferramentas como essa, o que favorece a criação de um produto mais alinhado às necessidades dos envolvidos. Além disso, produtos mais assertivos também contribuem na tomada de decisão dentro das organizações.

Com relação, às reações experienciais que corresponde a coluna “R.Ex.” dos MIVs, os fatores positivos foram orgulho por conseguir entregar resultados dentro do digital, inovação, satisfação, sensação de dever cumprido, verificação em tempo real sobre a performance dos produtos, orgulho do time, alívio por não buscar os resultados em outras fontes, diminuição de reunião sobre o tema, orgulho da ferramenta. Algumas reações negativas também foram elencadas, sendo elas: nervosismo com receio de bug na plataforma, ansiedade, frustração, falta de conhecimento da plataforma.

Desse modo, o estudo apresenta limitações, sendo elas a amostra reduzida de participantes e o tempo de uso da ferramenta. Essas limitações podem ter causado influência com relação às percepções dos usuários. Todavia, a pesquisa conseguiu responder a sua pergunta central com base em dados consistentes e trazendo reflexões relevantes para o campo de estudo, apresentando contribuições significativas, tanto teóricas quanto práticas, no que diz respeito a experiência de funcionários com uma ferramenta de gestão da informação em um ambiente industrial.

Por fim, ao considerar as percepções dos *stakeholders*, a pesquisa contribui para um aprimoramento de soluções tecnológicas mais acessíveis, eficientes e intuitivas, servindo como base para outras inovações em contextos parecidos. Com isso, é sugerido pesquisas com amostras maiores e mais diversificadas para obtenção de mais respostas e oportunidades de melhorias, assim como investigações que busquem novas funcionalidades para o painel, de modo a obter mais impactos positivos com relação às ferramentas digitais no ambiente organizacional.

REFERÊNCIAS

- BARBOSA, Ricardo Rodrigues. Gestão da informação e gestão do conhecimento: evolução e conexões. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 25, n. 1, p. 168–186, 2020.
- BORGES, Fabio Roberto Ferreira. **Web analytics e gestão da experiência do cliente no comércio eletrônico: inter-relação entre os temas e utilização de um método experimental**. 2012. 150 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Centro de Pós-graduação e Pesquisa em Administração, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2012.
- BOTELHO, Joacy Machado; CRUZ, Vilma Aparecida Gimenes da. **Metodologia científica**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2013.
- COSTANTIN, Valesca; BERRETA, Márcia dos Santos Ramos; CAMARGO, Guilherme. Elaboração da ferramenta Painel das Águas para facilitar a gestão de informações hídricas na bacia hidrográfica Taquari-Antas/RS. **Boletim Geográfico do Rio Grande do Sul**, Porto Alegre, v. 43, n. 1, p. 105-116, 2024.
- CRESWELL, John W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2010.
- CASTILHO, Auriluce Pereira; BORGES, Nara Rúbia Martins; PEREIRA, Vânia Tanús (orgs.). **Manual de metodologia científica do ILES Itumbiara/GO**. Itumbiara: ILES/ULBRA, 2011.
- CAVALCANTI, Rodrigo. **O que é experiência do consumidor? Investigando a vida no consumo**. Recife, 2024. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.11262634>
- CAVALCANTI, Rodrigo. **O que os consumidores querem? Mapeando o valor experiencial**. Recife, 2024. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.13171535>
- CHOO, Chun Wei. A organização do conhecimento. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 46, n. 3, p. 10-20, 2006.
- CANDAU, V. M.; LEITE, M. I. A formação de professores: questões e dilemas. **Educação e Pesquisa**, v. 29, n. 3, p. 949-962, 2003.
- DUTRA, Frederico Giffoni de Carvalho; BARBOSA, Ricardo Rodrigues. Modelos e etapas para a gestão da informação: uma revisão sistemática de literatura. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 26, n. 2, p. 106–131, maio/ago. 2020. DOI: 10.19132/1808-5245262.106-131.
- DAVENPORT, Thomas H.; PRUSAK, Laurence. Conhecimento empresarial: como as organizações gerenciam o seu capital intelectual. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1998.
- GOMES DE PAIVA JÚNIOR, Fernando; MARANHÃO DE SOUZA LEÃO, André Luiz; CARVALHO BENÍCIO DE MELLO, Sérgio. Validade e confiabilidade na pesquisa qualitativa em administração. **Revista de Ciências da Administração**, v. 13, n. 31, p. 190-209, maio/ago. 2011.
- FIorentino, Maria Fernanda Fróes del. **Experiência do funcionário: uma análise empírica no varejo**. 2018. 55 f. Dissertação (Mestrado Profissional em Gestão para a

Competitividade) – Escola de Administração de Empresas de São Paulo, Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2018.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

HÖPNER, Aline; MARTINS, João Paulo; SOARES, Mauren de Couto; BRASIL, Vinícius Sittoni. Conceito de valor na experiência de consumo: uma discussão teórica. **Revista ESPACIOS**, Caracas, v. 37, n. 30, p. 1-13, 2016.

MONTEIRO, Samuel Alves; DUARTE, Emeide Nóbrega. Bases teóricas da gestão da informação: Da gênese às relações interdisciplinares. InCID: **Revista de Ciência da Informação e Documentação**, v. 9, n. 2, p. 89-106, 2019. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.2178-2075.v9i2p89-106>

MINAYO, M. C. S. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. 14. ed. São Paulo: Hucitec, 2014.

OLIVEIRA, Vinícius Riqueto de. Employee experience: a complexidade da experiência dos funcionários em ambientes organizacionais. In: VI CONGRESSO INTERNACIONAL DE COMUNICAÇÃO E CULTURA, 6, 2018, São Paulo. **Anais do VI Congresso Internacional de Comunicação e Cultura**. São Paulo, 2018.

PANIGAS, Caroline; MIRI, Daniel Hank; ALBÉ, Jussania de Fátima. Da atração à retenção: a importância do endomarketing na experiência do funcionário. In: XXIII Mostra De Iniciação Científica, Pós-Graduação, Pesquisa e Extensão, 23, 2023. *Anais*, Universidade de Caxias do Sul, 2023, p. 1-15

SAEGER, Márcia Maria de Medeiros Travassos; de Oliveira, Maria Lívia Pacheco; de Pinho Neto, Júlio Afonso Sá; Neves, Dulce Amélia de Brito. Organização, acesso e uso da informação: componentes essenciais ao processo de gestão da informação nas organizações. **Páginas A&B: arquivos e bibliotecas**, p. 52-64, 2016. DOI: [10.21747/21836671/pag6a4](https://doi.org/10.21747/21836671/pag6a4)

SANTARÉM, Vinícius; VITORIANO, Márcia Cristina de Carvalho Pazin. Gestão da informação, fluxos informacionais e memória organizacional como elementos da inteligência competitiva. **Perspectivas em Gestão & Conhecimento**, João Pessoa, v. 5, n. 1, p. 158–170, jan, 2016.

SANTOS, Benedito Palheta dos. **Estruturação de um ambiente de business intelligence (BI) para gestão da informação em saúde: a experiência da Secretaria Municipal de Saúde de Palmeirópolis**. 2021. 125 f. Dissertação (Mestrado Profissional em Gestão de Políticas Públicas) – Programa de Pós-Graduação em Gestão de Políticas Públicas, Universidade Federal do Tocantins, Palmas, 2021.

SARTURI, Greici. Distribuição de valor para o stakeholder funcionário e o desempenho empresarial. In: XVIII SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO – SEMEAD, 18., 2015, São Paulo. **Anais do XVIII SEMEAD – Seminários em Administração**. São Paulo: FEA/USP, 2015.

SARTURI, Greici; SERAVALLI, Cecília; BOAVENTURA, João Maurício Gama. Afinal, o que é distribuir valor para os stakeholders? Uma análise bibliográfica sobre o tema. **Revista de Administração da UFSM**, Santa Maria, v. 8, p. 1-23, 2015. DOI: 10.5902/1983465916556.

SATO, Alice Setsuko Watanabe; VIDEIRA, Caroline Rogante; MARTINS, Letícia Navarro Forte; CARVALHO, Luara Tagliacoli de; ANJOS, Thauane Rosa dos. Criação de valor para funcionários de diferentes gerações em uma multinacional da área da saúde. **Revista Linceu Online**, São Paulo, v. 10, n. 2, p. 103-117, jul./dez. 2020.

SILVA, Gledson Arnaldo Lopes Feliciano da. **EM BUSCA DA COMPRA PERFEITA: Mapeando o valor experiencial no aplicativo de *m-commerce* da Amazon**. 2025. 112 f. Trabalho de Conclusão de Curso – (Bacharelado em administração), Centro Acadêmico do Agreste, Universidade Federal de Pernambuco, 2025.

SILVA, Jose Gabriel Cardoso da. **Desenvolvimento e implantação de painel gerencial para melhoria dos serviços comerciais em uma distribuidora de energia elétrica**. 2023. 67 f. Monografia (Bacharelado em Engenharia de Produção) – Centro de Tecnologia, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2023.

SPINOLA, Leandro Henrique de Oliveira. **Gestão da Informação: Conceitos, aplicabilidade, desafios e perspectivas da área—a ótica do bibliotecário**. 2013. 69 f. Trabalho de conclusão de curso (Graduação - Curso de Biblioteconomia) –Faculdade de Ciência da Informação, Universidade de Brasília, Brasília, 2013.

SILVA, Elias Hans Dener Ribeiro da; LIMA, Edson Pinheiro de; COSTA, Sérgio Eduardo Gouvêa da. Qual o significado de valor? Uma abordagem baseada em diferentes perspectivas. **Revista Produção Online**, Florianópolis, v. 15, n. 4, p. 1326-1350, 2015.

TOUTAIN, Lídia Maria Batista Brandão (org.). **Para entender a Ciência da Informação**. Salvador: EDUFBA, 2007.

APÊNDICE A – MAPAS DE VALOR EXPERIENCIAL (MVEs)

Usuário: A

Experiência: Uso do painel no acompanhamento da qualidade dos produtos testados em laboratório.		
Quem		Contexto
Homem de 37 anos, formado em administração, supervisor de laboratório. Pessoa organizada, gosta de momentos de lazer com a família, comunicativo embora se considere uma pessoa reservada.		Alguns produtos estavam apresentando baixa performance nos testes e era necessário avaliar se era algo pontual ou comum nesse modelo do produto. Foi solicitado ao usuário, que encontrasse uma forma de apresentar esses resultados em formato de histórico. Seria necessário compilar diversas informações.
Objetivo		
O objetivo era apresentar os resultados de forma clara e assertiva na reunião que foi agendada.		
Cenas	Gostar ou não	R.Ex.
Comparecer à reunião técnica semanal para discutir a respeito de resultados insatisfatórios em testes realizados pelo laboratório.	AV1 Não tinha os resultados na hora em que foi questionado e precisaria apresentar na próxima reunião. (-)	Se sentiu frustrado por ser questionado sobre algo que não tinha como mostrar de forma rápida, sendo ele, o dono do negócio em questão. (E)
	AV2 Sabia que já havia sido desenvolvida uma ferramenta que poderia ser útil. (+)	Buscou se informar sobre como a ferramenta funcionava. Entrando em contato com os responsáveis pela ferramenta e solicitando orientação (A)
Receber a demanda de apresentar os resultados dos testes ao longo dos anos de forma mais clara.	AV3 Sabia que tinha as informações necessárias no painel e que desse modo seria mais fácil atingir o objetivo. (+)	Procurar alinhar as necessidades com o desenvolvedor (A)
Acessar a ferramenta.	AV4 O painel possuía GAPs de usabilidade (-)	Faltava simplicidade para que os usuários conseguissem compreender o que estava sendo visto, havia filtros que à depender do setor, nem todos os usuários conseguiriam utilizar por utilizarem termos muito

		específicos que precisariam do auxílio do desenvolvedor para compreender os visuais. (P)
Sugerir melhorias ao desenvolvedor.	AV4 O desenvolvedor fez as alterações rapidamente (+)	Satisfação (E)
Apresentar painel alterado na reunião técnica.	AV6 Apresentar de forma bem mais clara e rápida, as performances do grupo de produtos testados em laboratório. (+)	Satisfação (E)
	AV7 Sabendo como utilizar devidamente os filtros do painel, os resultados foram localizados em segundos. (+)	Satisfação (E)
	AV8 Comprovar que o controle laboratorial estava sendo feito e que a atualização da ferramenta era feita rapidamente. (+)	Orgulho por conseguir mostrar o controle sobre a gestão das informações do laboratório. (E)
Entrega dos resultados.	AV9 Melhorias com ênfase na inovação (+)	Orgulhoso por conseguir entregar os resultados dentro da proposta digital, algo que a organização vem buscando trazer com mais frequência para todos os setores (E)
	AV10 O digital como ferramenta para soluções em gestão da informação (+)	Inovou dentro do setor. (A)
	AV11 A ferramenta foi elogiada na reunião. (+)	Satisfação (E)

	AV12 Muitas solicitações de acesso à ferramenta. (+)	A confirmação de que o painel era necessário e benéfico para a empresa. (P)
--	---	---

Usuário: B

Experiência: Uso do painel em fórum estratégico de atualização de resultados da performance dos produtos.		
Quem	Contexto	
Homem de 33 anos, coordenador da engenharia de produto, extrovertido, direto, alguém fácil de lidar e sem travas.	Reunião estratégica agendada, em que foi solicitado à diretoria que fosse demonstrado na reunião uma atualização dos cenários da performance dos produtos diante dos testes aos quais foram submetidos.	
Objetivo		
Apresentar no painel as performances da bateria em relação à capacidade dos produtos.		
Cenas	Gostar ou não	R.Ex.
Receber demanda para a reunião estratégica.	BV1 Saber que tem a ferramenta (+)	Se sente grato pois lembra de como o processo de coleta e tratamento dos dados, era trabalhoso sem a ferramenta (E)
	BV2 Confiar que a ferramenta esteja atualizada. (+)	Se sente orgulhoso do time. (E)
Verificar se a ferramenta está funcionando normalmente.	BV3 Nem sempre a ferramenta funciona de forma plena. (-)	Nervosismo porque conta com a ferramenta funcionando normalmente, mas às vezes acontecem falhas na rede. (E)
Deixar o painel aberto e já filtrado.	BV4 Possibilidade de drill-down para ver detalhes ou drill-up para obter dados de resumo. (+)	Se sentiu aliviado por estar tudo certo, pois antes se entender o funcionamento da ferramenta, acreditava que era uma falha (E)
	BV5 Ter os resultados de forma rápida no	Se sentiu um pouco nervoso com a possibilidade de algum bug (E)

Alterar filtro no painel para verificar os resultados de outro modelo do produto.	painel e com assertividade. (+)	
	BV6 Solução All-in-one (+)	Satisfação (E)
	BV7 Poupa muito tempo (+)	Antes de ter o painel disponível as ferramentas eram mais trabalhosas e não entregavam assertividade, havia um gasto de tempo na busca pela atualização das informações dispostas em diversas tabelas. Hoje com o painel, temos esses dados atualizados em um só local e com muita assertividade (P)
Analisar e discutir as pautas levantadas na reunião.	BV8 Todos elogiaram a ferramenta. (+)	Orgulho do time (E)
	BV9 Melhoria contínua. (+)	Sente que não se deve parar por aqui, a ferramenta deve ser aprimorada. (E)

Usuário: C

Experiência: Uso do painel na entrega do histórico de testes ao cliente que não tem acesso direto ao painel para que ele possa verificar e analisar os resultados dos testes ao longo dos anos.		
Quem		Contexto
Mulher de 26 anos, graduanda em administração, assistente administrativa de um laboratório físico em uma indústria de acumuladores de energia, criativa, assume riscos, é cordial e um pouco impaciente. Criadora e usuária da ferramenta.		Auditoria anual, em que diversos produtos passam por uma avaliação mais aprofundada pelos auditores externos.
Objetivo		
Gerenciar as informações, de modo a conseguir disseminar aos clientes que não possuem acesso direto ao painel, mas que precisam das informações contidas nele, de forma rápida quando solicitado.		
Cenas	Gostar ou não	R.Ex.

Chegar na empresa e perceber que era dia de auditoria.	CV1 Tornou o dia mais dinâmico. (+)	Curiosa para saber do que se tratava (E)
Ser questionada sobre atualização dos dados referentes ao grupo de produtos auditados.	CV2 A base de dados está sempre atualizada, só seria necessário conferir. (+)	Conferir a base de dados (A)
Ser avisada que em algum momento os históricos de resultados dos testes vinculados à acreditação Inmetro seriam solicitados.	CV3 Saber que a ferramenta está a disposição em casos de urgência (+)	Tranquilidade (E)
Informar que todos os dados estavam atualizados e já inseridos no painel de forma automática.	CV4 Não houve necessidade de tratar os dados brutos para inserir na base de dados. (+)	Orgulho do time que se comprometeu a manter a base de dados viva (E)
	CV5 A base estar atualizada poupou muito tempo (+)	Satisfação (E)
Receber solicitação de um cliente que não tinha acesso ao portal utilizado pela empresa.	CV6 Agilidade na entrega de resultados que antes demandava muito tempo. (+)	Sensação de dever cumprido (E)
	CV7 Nem todas as pessoas da organização podem ter acesso. (-)	Poderia ser mais democrático para maior autonomia dos colaboradores (P).
Acessar a ferramenta.	CV8 O acesso a ferramenta é muito simples (+)	Abrir o portal em abas do navegador (A)
Utilizar os filtros necessários.	CV9 O processo de busca é muito rápido e prático (+)	Satisfação (E)
	CV10 Todas as informações estavam centralizadas (+)	Alívio por não ser necessário buscar em mais fontes (E)

Fazer print das telas para envio ao solicitante.	CV11 O solicitante utilizar a própria visualização do painel. (+)	Orgulho de a ferramenta cumprir com o que promete (E)
	CV12 O painel pode ser utilizado em diversos cenários. (+)	Satisfação (E)
Enviar imagens para o solicitante.	CV13 Satisfação do cliente em receber os resultados em tempo ágil (+)	Felicidade por conseguir contribuir com a eficiência dos projetos. (E)
Retorno às atividades do dia.	CV14 Não precisei abdicar de outras tarefas do dia, já que a informação estava pronta (+)	Tranquilidade (E)
	CV15 Gestão da informação eficiente (+)	Sensação de dever cumprido (E)

Usuário: D

Experiência: Uso do painel na obtenção de informações de forma rápida em uma necessidade da gerência de engenharia de produto.		
Quem	Contexto	
Engenheiro eletricista, tem 18 anos de empresa e atualmente é engenheiro de engenharia de produto. Uma pessoa paciente e que gosta de ouvir sempre os dois lados de uma história.	Demanda urgente da gerência para ter conhecimento sobre a performance de um produto para comparar com a performance apresentada nos produtos que já estão no mercado.	
Objetivo		
Analisar se os resultados das performances estavam conforme o especificado para produtos que foram para o mercado.		
Cenas	Gostar ou não	R.Ex.

Receber demanda para verificação da performance de um produto que já estava no mercado.	DV1 Necessidade de coletar as informações de forma rápida, mas não tinha conhecimento da ferramenta. (-)	Preocupado por saber que poderia demorar para obter os resultados que precisava (E)
Solicitar ao laboratório o histórico de resultados dos testes feitos no produto.	DV2 O usuário tinha certeza de que os relatórios estavam atualizados. (+)	Confiança no trabalho dos outros colaboradores. (E)
Ser informado sobre a existência do histórico compilado em formato de painel no Power BI.	DV3 Saber que a ferramenta existia (+)	Entusiasmo (E)
	DV4 Não precisaria acessar vários arquivos, apenas o painel. (+)	Surpreso pois não contava com tal facilidade (E)
Solicitar acesso imediato a ferramenta	DV5 Acesso liberado na mesma hora (+)	Satisfação (E)
Acessar o painel pela primeira vez para verificar se as informações que eram necessárias estavam inseridas no painel.	DV6 O usuário gostou que havia mais informação do que o esperado e todas estavam centralizadas (+)	Achou muito positivo ao comparar com o cenário de 2022 (P)
Receber instruções sobre a usabilidade da ferramenta.	DV7 Disponibilidade do pessoal para explicar as funcionalidades do painel (+)	Se sentiu bem atendido pelo setor (E)
	DV8 Fácil de utilizar (+)	Gostou da praticidade (P)
Checar a veracidade das informações.	DV9 Rapidez na obtenção das informações junto ao laboratório (+)	Satisfação (E)
Enviar print das informações de modo apresentável para a gerência.	DV10 O visual do painel é muito apresentável (+)	Sentiu que suas necessidades foram atendidas (E)
	DV11 Não foi necessário ele mesmo preparar uma apresentação, já tinha tudo pronto (+)	Achou cômodo, pois não precisaria ele mesmo ter esse trabalho. (P)

Receber feedback positivo da gerência.	DV12 Eficiência da ferramenta (+)	Achou a ferramenta muito importante para as análises (P)
--	-----------------------------------	--

Usuário: E

Experiência: Uso do painel na comparação da performance dos produtos em auditorias de garantia.		
Quem		Contexto
Profissional do setor de engenharia de produto, 31 anos, sexo masculino. Curioso, pessoa que planeja pouco, ansioso, alguém que aprecia a celeridade. Alguém que se molda ao ambiente onde está.		Reunião de abertura, em que diversos fatores sobre garantia de produtos são apontados.
Objetivo		
O objetivo do usuário na situação em questão, era analisar a qualidade do produto nacional para comparar com um produto internacional.		
Cenas	Gostar ou não	R.Ex.
Análise da qualidade dos produtos antes da reunião.	EV1 Análise da qualidade dos produtos antes das reuniões de forma rápida (+)	Ansiedade (E)
	EV2 Praticidade dos históricos dos resultados inseridos em apenas um local. (+)	Se sentiu tranquilo e confiante ao pensar que poderia precisar dos resultados que já possui na ferramenta (E)
Reunião com diretores de outras unidades fabris.	EV3 Suspeita de baixa qualidade no produto nacional (-)	Se sentiu preocupado por pensar na possibilidade de uma baixa performance no produto nacional (E)
Comparar resultados internacionais com os nacionais utilizando o painel.	EV4 Um contra argumento com base sólida de dados de forma imediata (+)	Ficou feliz por ter os resultados de forma imediata (E)
	EV5 Crucial na identificação do problema (+)	Análise do produto (A)

	EV6 O problema não estava no produto nacional (+)	Desejou que houvesse resultados dos modelos internacionais do produto no mesmo painel. (E)
	EV7 O painel demonstrava a performance do produto ao longo dos anos, incluindo o ano do incidente em análise. (+)	Satisfação (E)
	EV8 Acesso rápido às informações (+)	Aguardou a conexão da rede (A)
	EV9 Ganho de tempo de engenharia (+)	O usuário sugeriu que outros painéis similares fossem desenvolvidos (P)
	EV10 Agilidade na tomada de decisões. (+)	Confiança no trabalho do time (E)
Finalização na reunião.	EV11 Saída da reunião com mais assertividade (+)	Confiança (E)
	EV12 Evita retrabalhos. (+)	O usuário lembra de como o processo seria antes da ferramenta, havendo a necessidade de solicitações, coletas e análises de muitos dados. (P)
	EV13 Finalizar a pauta em apenas uma reunião (+)	Alegria por não precisar marcar uma nova reunião para tratativas relacionadas ao mesmo tema. (E)
Viagem para análise nas instalações fabris internacionais.	EV14 Gasto elevado de tempo (-)	O produto precisou ser aberto para análise, em um processo conhecido como Teardown (A)

Usuário: F

Experiência: Uso do painel na verificação e acompanhamento de comportamento dos produtos alterados durante a formação, alterando componentes que poderiam ou não afetar na performance do produto final.

Quem		Contexto
Profissional do setor de qualidade, analista de processo formado em engenharia química, amigável, tímido, tranquilo, metódico e que não gosta de retrabalhos. O entrevistado tem 27 anos e mudou de estado algumas vezes com a família, ele se considera paraibano.		Alterações que podem afetar a capacidade do produto foram feitas, o usuário estava voltando de férias e lhe foi solicitado que verificasse o desempenho deste produto após as alterações feitas e testes realizados em laboratório.
Objetivo		
O objetivo era acompanhar e verificar os resultados dos testes feitos em laboratório do produto modificado para analisar se houveram alterações na performance do produto.		
Cenas	Gostar ou não	R.Ex.
Voltar das férias e se atualizar sobre o andamento de alguns projetos.	FV1 Verificar e analisar o andamento dos projetos finalizados e em andamento de forma rápida. (+)	Verifica sempre que necessário e em tempo real a performance dos produtos. (A)
Atender demandas da gerência utilizando o painel com o histórico dos produtos necessários.	FV2 Evitar retrabalhos e demora na centralização das informações. (+)	Tranquilidade em relação a não precisar gastar muito tempo coletando informações (E)
	FV3 Divulgar mais o BI para que mais pessoas tenham acesso e não precisem pedir pela informação (-)	Pensou em como seria ainda mais eficiente se mais pessoas tivessem acesso ao painel (P)
Verificar se houveram alterações na performance de um produto pouco testado pelo setor.	FV4 Consultar resultados de testes em produtos pouco convencionais sem burocracia (+)	Se sentiu confiante por ter a informação de “bate e pronto” (E)
	FV5 O painel é mais democrático quanto à entrega de resultados da performance dos produtos. (+)	Satisfação (E)

Discutir sobre os resultados para se certificar de que as alterações feitas no produto não tiveram efeito significativo na qualidade dos produtos analisados.	FV6 Conseguir identificar isso de forma rápida com os indicadores chave do painel. (+)	Satisfação (E)
	FV7 Possibilidade de identificar anomalias (caso haja alguma) nos indicadores internos de qualidade com o painel (+)	Lembrou de situações em que uma anomalia só foi identificada após o uso da ferramenta. (P)
Embasar as respostas para os questionamentos em reuniões utilizando o painel.	FV8 Argumentação assertiva com os resultados visualizados na ferramenta (+)	Confiança (E)