

Editorial

Caro(a) leitor(a),

Muitas vezes, nos deparamos com palavras da moda, tais como *co-working*, *coaching*, *agile*, *sprint*, entre outras. No entanto, nesta 4ª edição da Revista Postal Brasil, gostaria de chamar a atenção para uma palavra não tão nova e com um significado enorme: **conhecimento**. Você já parou para refletir sobre o que isso realmente significa?

É possível que você já tenha ouvido por aí o dito popular “conhecimento é poder”. Essa afirmativa nos coloca em uma situação de ambivalência; afinal, o conhecimento expande a consciência e, assim, permite escolhas, decisões e caminhos melhores.

Em sua essência filosófica, o conhecimento é o conjunto de informações adquiridas por meio de um processo de aprendizagem ou experiência. Nesse sentido, conhecimento abrange diversas esferas e está presente nos negócios, nas ciências, na educação, na religião, na política e por aí vai.

Mas, e hoje? Na era da informação, dos algoritmos e do digital, esse “poder” toma diferentes formas. Então, torna-se essencial entender como ele pode pautar suas ações e ajudar você a conquistar melhores resultados.

Na prática, criam-se espaços para compartilhamento de informações, opiniões e experiência, possibilitando um ambiente favorável à inovação e à aprendizagem, elevando, assim, o capital intelectual da organização.

Com essa perspectiva em mente, esta edição da Revista traz diversos temas, desde arte e

arquitetura, processos, liderança até a efetiva utilização de métodos ágeis para a gestão de equipes, com o único objetivo de compartilhar conhecimentos.

O artigo de abertura traz reflexões sobre a importância da arte e da arquitetura para a composição urbanística e o registro de imagem, destacando o valor histórico e corroborando para a necessidade de buscar e criar registros de informações para a preservação do edifício e do painel.

Após uma aula de arte moderna, passamos a discussão para o papel da liderança, identificando os estilos gerenciais que mais se apresentam, de acordo com a percepção das equipes nos Centros de Logística Integrada no Rio de Janeiro. Essas equipes demonstraram que o estilo relacional de liderança prevalece, ou seja, na percepção dos empregados, os gestores confiam em suas equipes, demonstram respeito, são compreensivos, acessíveis, interessam-se pelos sentimentos dos liderados, valorizam a individualidade e enfatizam as relações interpessoais, tais como apoio, orientação e facilitação, mesmo com as dificuldades, como falta de investimento em insumos operacionais e de condições adequadas no ambiente de trabalho.

O terceiro artigo traz a temática da terceirização na administração pública indireta, demonstrando a necessidade da atualização do modelo de negócios frente aos avanços tecnológicos e às possibilidades de diferencial competitivo que podem ser criadas a partir da terceirização. Demonstra também a relevância da gestão do conhecimento, o resguardo da imagem institucional da empresa contratante e o risco de descumprimento de obrigações trabalhistas e previdenciárias do contratado, exigindo a

capacidade de gestão e de fiscalização contratual do agente público.

No quarto artigo, temos a aplicação do *scrum* no trabalho de elaboração de ações de vendas, analisando, ainda, o engajamento da equipe no trabalho. Verificou-se que o método possui elementos que contribuem para as organizações, principalmente pela aplicação dos pilares adaptação, transparência e inspeção, visando o atingimento das metas traçadas pela alta direção.

O crescimento do comércio eletrônico traz como consequência o aumento na quantidade de encomendas destinadas às mais diversas localidades. Assim, o quinto artigo traz uma análise da percepção de clientes em relação às áreas com restrição para entrega no Rio de Janeiro.

O sexto artigo analisa como o uso da tecnologia *Electronic Data Interchange* (EDI) pode contribuir para a melhoria dos processos operacionais e possibilitar a gestão eficaz da informação na prestação de serviços de desembaraço aduaneiro e de entrega de encomendas internacionais, agilizando os processos, reduzindo os custos e aumentando a produtividade.

A logística e suas derivações, vinculadas ao comércio eletrônico, foi a temática abordada no sétimo artigo. A análise sobre as expectativas dos consumidores frente a esses serviços demonstra que a entrega no prazo é um fator decisivo para os clientes.

A diversificação dos meios de distribuição também foi objeto de estudo, tendo em vista o cenário socioeconômico em que o mercado de e-commerce vem alavancando vendas extraordinárias, obrigando empresas especializadas em logística a captar e distribuir os produtos de forma rápida e segura. A alternativa proposta nesse artigo

trata a possibilidade de profissionais autônomos realizarem entregas utilizando veículos próprios por meio de aplicativo específico para realizar as interações entre parceiro, empresa e cliente final com menor custo operacional.

O último artigo apresenta uma proposta para que os Correios explorem negócios por meio de plataforma que estruture o Marketplace com a oferta de serviços agregados de *e-fulfillment* e de distribuição, focado na expectativa dos clientes e na geração de resultados.

Um grande acervo de conhecimento foi gerado nesta edição. A diversidade de conhecimentos apresentados e compartilhados reforça que criatividade, mente aberta, curiosidade, estudo e técnica aprimoraram o desenvolvimento pessoal e profissional e direcionam ações de modo mais assertivo rumo aos objetivos.

Espero que goste! Boa Leitura!

Luciana Monteiro Barbosa Barcelos
Presidente do Conselho Editorial
da Revista Postal Brasil