

LABORATÓRIO DE

HARD CASES

O ENCONTRO ENTRE
ADMINISTRAÇÃO E ONTOPSICOLOGIA:

ESTUDO DA EMPRESA DI PAOLO



ANTONIO MENEGHETTI
FACULDADE



**LABORATÓRIO DE HARD CASES,
O ENCONTRO ENTRE A ADMINISTRAÇÃO E ONTOPSICOLOGIA:
ESTUDO DA EMPRESA DI PAOLO**

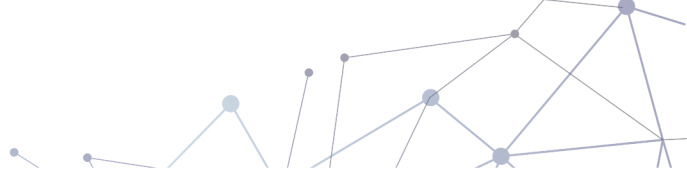
Organizadores:

Prof^a Dra Vonja Engel

Prof^o. Dr. Marcelo Tatsch

Prof^o. Me Kauan Gonçalves

Prof^a Dra. Clarissa Miranda



**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)**

Laboratório de hard cases, o encontro entre administração e ontopsicologia [livro eletrônico] : estudo da empresa Di Paolo / organizadores Vonja Engel...[et al.]- São João do Polêsine, RS : Ed. dos Autores, 2024.
PDF

Outros organizadores: Marcelo Tatsch, Kauan Gonçalves, Clarissa Miranda.
ISBN 97865-00-98132-2

1. Administração de empresa 2. Estudo de casos
I. Engel, Vonja.

24-199649

CDE658.00722

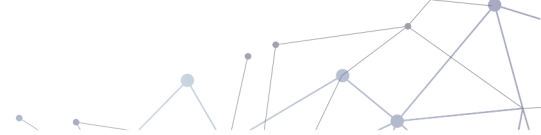
Índices para catálogo sistemático:

1. Administração : Estudo de casos 658.00722

Tábata Alves da Silva Bibliotecária- CRB-8/9253



APRESENTAÇÃO DO E-BOOK



Seja bem-vindo ao universo do "Laboratório de Hard Cases", onde desafios empresariais são enfrentados com uma abordagem única, unindo a expertise da administração com os princípios inovadores da Ontopsicologia. Neste *e-book*, mergulharemos em uma análise profunda e reveladora do estudo de caso da empresa Di Paolo, um verdadeiro exemplo de excelência no setor gastronômico brasileiro.

A Di Paolo não é apenas uma empresa; é um verdadeiro laboratório onde a tradição se encontra com a modernidade, na qual a qualidade se alia à inovação, e onde a autenticidade é a pedra angular de todas as operações. Este estudo nos levará a uma jornada de descoberta, explorando como a empresa navega pelos desafios do mercado contemporâneo, mantendo-se fiel aos seus valores e à sua essência.

Ao longo deste *e-book*, iremos apresentar os bastidores da Di Paolo, analisando como ela utiliza os princípios da Ontopsicologia para otimizar seus processos e promover um ambiente de trabalho mais saudável e produtivo. Através da lente da Ontopsicologia, uma disciplina que explora a dimensão humana no contexto empresarial, investigaremos como a Di Paolo equilibra os desafios da produção artesanal com as demandas do mercado atual.

Analisaremos como a empresa navega pela complexidade da cadeia de suprimentos, mantendo-se fiel aos seus valores e ao seu compromisso com a qualidade, e mantendo a integridade do *fatto à mano* em todas as etapas da produção. Veremos como a empresa se destaca no mercado ao oferecer produtos de alta qualidade, enraizados na tradição italiana, e como ela constrói relacionamentos sólidos com fornecedores e clientes, baseados na confiança e na transparência.

Este *e-book* não se limita a apresentar um estudo de caso; é também uma profunda reflexão sobre os fundamentos da administração e da Ontopsicologia, e sobre como essas duas disciplinas aparentemente distintas podem se entrelaçar de maneira harmoniosa e complementar. Por um lado, a administração fornece as ferramentas e estratégias necessárias para a gestão eficaz das operações empresariais, enquanto a Ontopsicologia traz uma perspectiva única centrada no ser humano, destacando a importância do desenvolvimento pessoal e da realização individual no contexto organizacional.

Nesta jornada de aprendizado e inspiração, vamos analisar como a empresa Di Paolo incorpora esses princípios em sua cultura organizacional, criando um ambiente onde os colaboradores são incentivados a desenvolver todo o seu potencial. Veremos como a empresa promove uma liderança autêntica, baseada na escuta ativa e no respeito mútuo, e como isso se traduz em uma equipe engajada e comprometida com os objetivos da organização. Além disso, vamos explorar como a abordagem da Di Paolo influencia não apenas sua gestão interna, mas também suas relações com a comunidade e o meio ambiente.

Portanto, prepare-se para mergulhar em uma jornada fascinante, na qual os conceitos de Administração e Ontopsicologia se entrelaçam para criar uma visão mais ampla e humana do mundo dos negócios. A empresa Di Paolo será nossa guia nesse fascinante universo, mostrando-nos como é possível construir organizações que não apenas prosperam financeiramente, mas também promovem o bem-estar e a realização pessoal de todos os envolvidos.




Quando do convite para prefaciar essa obra, chegou-me, também, a noção de que seria uma compilação especial, em face da temática! Ao tomar conhecimento dos estudos realizados, tive a certeza da genialidade dos trabalhos e do grande desafio que seria a lavra do prefácio, uma vez que demandava estudos sobre uma ciência *sui generis*, embora existente em meio acadêmico e científico há décadas. Como diversos enfrentamentos e provações têm feito parte de minha caminhada, aceitei o encargo com muita lisonja e, desde já, externo agradecimentos aos coautores e aos organizadores da coletânea, parabenizando-os pelo intento e resultados.

A presente obra é fruto de estudos conjuntos entre discentes e docentes do curso de Administração da Antônio Meneghetti Faculdade (AMF) e versa de modo genérico, sobre a aplicabilidade da Ontopsicologia, ciência de caráter interdisciplinar e de cunho epistêmico (aplicada às mais diversas áreas do conhecimento) em estudos de casos minuciosamente planejados e detalhadamente aplicados. Verdade é que não pode confundir a ciência em foco com a Psicologia, já que é uma ciência autônoma, dotada de método e finalidade que lhes são especiais e particulares. Aliás, apesar de já estar sendo analisada há alguns anos, é novidade, para muitos, quando se trata de aplicação científica e acadêmica. Certo o raciocínio de que os resultados aqui apresentados contribuem (e muito) no assessoramento de decisões, que irão afetar a vida dos cidadãos e dirigentes empresariais, já que poderão utilizar-se dos resultados para avaliações sobre seus produtos e estratégias no transcurso das atividades que já desenvolvem e, também, nas tarefas empresariais a futuro, como ponte estabelecida entre o conhecimento e a técnica.

O grupo formado pelos discentes e docentes da AMF é de excelência, porém, mais que isso, é de enorme responsabilidade para a produção de novos saberes sobre a empresa em foco (Di Paolo) no contexto regional, cunhados na produção conjunta para a otimização dos diagnósticos, prognósticos e resultados gerais.

Nesse contexto, a AMF (Antônio Meneghetti Faculdade), extremamente inovadora e corajosa, desponta como uma das poucas instituições dedicadas à teoria e à prática científicas na área da Ontopsicologia, com fito nos reflexos dessa empreitada junto à sociedade, não só considerando o entorno regional, mas insurgindo-se como referência na temática, avançando a outros territórios. Isso é possível pela determinação do corpo discente que elaborou as análises aqui expostas, capitaneado pelos docentes, *experts* líderes institucionais, o que, por si só, representa honra e orgulho para todos. Essa é, então, uma obra informativa, considerando dados atuais, mas que ainda baseará análises futuras, para além dos limites acadêmicos, já que os resultados obtidos serão eternizados na obra e apresentados aos dirigentes. Isso deve ser aplaudido efusivamente, pois significa o exato entrosamento entre a academia e as empresas, o que é largamente preconizado pelo Ministério da Educação de nosso país, respondendo, positivamente, ao papel fundamental da academia no entorno territorial em que se insere.

Esse *e-book* se constrói, então, sobre dois grandes eixos, que se complementam: *Marketing*, Finanças e Investimentos em segmentos da empresa Di Paolo. Os estudos tiveram como base as informações empresariais, que foram coletadas discutidas e analisadas no



contexto do Laboratório de *Hard Cases*, uma estratégia empregada pelo Curso de Administração da IES, para estimular a aplicação de projetos multidisciplinares conjuntos (professores, egressos e alunos), permitindo novos olhares sobre a gestão de empresas que se diferenciam em suas formas organizacionais e posicionamentos de mercado. Tudo isso, ancorado na Ontopsicologia e na Administração em suas mais diversas áreas.

O primeiro bloco (*Marketing*) foi efetivado à luz da pesquisa qualitativa e do estudo de caso, com análise da estratégia da empresa ao integrar os modelos de negócio tradicional e *express* em seu universo gastronômico, observando a habilidade dos gestores ao preservarem a integridade da marca nos dois modelos *sub análise*, mantendo sua identidade na coexistência dos modelos de negócio, para o fortalecimento da imagem da marca e opção aos consumidores. Tudo isso, sem sacrificar a qualidade dos produtos ofertados e atendendo à expectativa do público. Isso possibilitou a inovação, aliada à compreensão profunda do comportamento do consumidor, o que se mostra essencial para o sucesso contínuo e sustentável no cenário competitivo atual.

Nesse primeiro bloco, tem-se a divisão por capítulos, sendo que no primeiro, evidencia-se “A comunicação da identidade da empresa Di Paolo em dois modelos de negócios distintos: *Tradicional x Express*” e, no segundo Capítulo apresenta-se “O resultado do programa de *endomarketing* para colaboradores da franquia Di Paolo sob o viés da ciência ontopsicológica”. Já no terceiro capítulo, tem-se “O processo de formação de lideranças na empresa Di Paolo, a partir dos conceitos liderísticos da ciência ontopsicológica”.

O segundo bloco da obra foi organizado de tal forma a analisar as Finanças e os Investimentos da empresa, abrigando no quarto capítulo o estudo intitulado “Empreendedor como motor do desenvolvimento econômico: o *case* da empresa Di Paolo”, seguido do quinto capítulo, no qual se volta a atenção à logística de produção, evidenciando-se o *fatto à mano* da empresa Di Paolo. Esse estudo tem como título “Logística de produção: o *fatto à mano* na empresa Di Paolo”. Por último, o sexto capítulo traz à baila as decisões, no que se refere aos investimentos, analisando dois modelos de negócios da Empresa Di Paolo.

A gama de conhecimentos oportunizada pela magistral obra aqui apresentada permite evidenciar o elevado quilate dos envolvidos nas análises, com detalhes que trazem a acurácia nos resultados diferenciados e reforça a importância da IES no contexto territorial em que se insere, conforme já referido. Esses resultados serão ofertados à comunidade acadêmica e, também, aos gestores da empresa. Aquela, será apresentada com modelos para novas empreitadas e aos segundos, oportunizar-se-á a verificação do manejo dos dados disponibilizados, bem como os resultados obtidos.

Em última análise, o diálogo entre a academia e o empresariado local permite o estreitamento entre os atores, como forma de se lograr os melhores resultados possíveis em prol da comunidade, assim como o fortalecimento empresarial, ratificando-se a verdadeira função social da Academia e da Empresa no contexto de suas inserções.

Boa leitura!
Prof. Dra. Josirene Candido Londero
Janeiro de 2024.

SUMÁRIO

Bloco I: Comunicação e Marketing

01

CAPÍTULO

A COMUNICAÇÃO DA IDENTIDADE DA EMPRESA DI PAOLO EM DOIS MODELOS DE NEGÓCIOS DISTINTOS: *TRADICIONAL X EXPRESS*



02

CAPÍTULO

O RESULTADO DO PROGRAMA DE ENDOMARKETING PARA COLABORADORES DA FRANQUIA DIPAOLO SOB O VIÉS DA CIÊNCIA ONTOPSICOLÓGICA



03

CAPÍTULO

O PROCESSO DE FORMAÇÃO DE LIDERANÇAS DENTRO DA EMPRESA DIPAOLO A PARTIR DOS CONCEITOS LIDERÍSTICOS DA CIÊNCIA ONTOPSICOLÓGICA



04

CAPÍTULO

MUDANÇA DE POSICIONAMENTO E DIRECIONAMENTO DE BRANDING DA EMPRESA DI PAOLO – UM ESTUDO A PARTIR DA GENIALIDADE DO LÍDER



Bloco II: Finanças e investimentos

04

CAPÍTULO

EMPREENDEDOR COMO MOTOR DO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO: O CASE DA EMPRESA DI PAOLO



05

CAPÍTULO

LOGÍSTICA DE PRODUÇÃO: O *FATTO À MANO* NA EMPRESA DI PAOLO



06

CAPÍTULO

DECISÕES DE INVESTIMENTO: UMA ANÁLISE DE DOIS MODELOS DE NEGÓCIOS DA EMPRESA DI PAOLO.

