

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

CAMILA BACIC GEHRING

**CONSTRUÇÃO DE UMA ESCALA DE PERCEPÇÃO DE VALOR SOBRE O
PEOPLE ANALYTICS**

CURITIBA

2023

CAMILA BACIC GEHRING

**CONSTRUÇÃO DE UMA ESCALA DE PERCEPÇÃO DE VALOR SOBRE O
PEOPLE ANALYTICS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de especialização MBA em Gestão de Talentos e Comportamento Humano, do Setor de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial à Obtenção do Título de especialista em Gestão de Talentos e Comportamento Humano.

Orientador: Prof. Ms. Bruno Eduardo Slongo Garcia

CURITIBA

2023

RESUMO

O objetivo do trabalho foi construir uma escala de percepção de valor sobre o People Analytics para aferir a percepção quanto à valorização sobre a importância e utilidade do uso de dados e análises na gestão de pessoas nas organizações. A construção da escala foi baseada em perguntas indiretas que buscavam compreender a percepção sobre a relevância do People Analytics em diferentes aspectos da gestão de pessoas. O método abrangeu a construção da escala e a análise teórica dos itens. A pesquisa permitiu apresentar um instrumento contendo quinze questões acerca dos constructos apresentados neste estudo. Três questões ligadas diretamente ao constructo percepção de valor, e doze questões ao constructo people analytics que foi subdividido em PA Descritivo, PA Preditivo, PA Prescritivo. O estudo contribui com a produção científica na área de gestão de pessoas e correlatas, uma vez que a escala possibilita a avaliação da eficácia da implementação do people analytics pelas empresas, o que pode ser de grande utilidade na tomada de decisões.

Palavras-chave: Escala; construção; percepção de valor; people analytics.

ABSTRACT

The objective of the work was to build a scale of perception of value on People Analytics to assess the perception regarding the appreciation of the importance and usefulness of the use of data and analysis in the management of people in organizations. The construction of the scale was based on indirect questions that sought to understand the perception of the relevance of People Analytics in different aspects of people management. The method covered the construction of the scale and the theoretical analysis of the items. The research allowed presenting an instrument containing fifteen questions about the constructs presented in this study. Three questions directly linked to the value perception construct, and twelve questions to the people analytics construct, which was subdivided into Descriptive PA, Predictive PA, Prescriptive PA. The study contributes to the scientific production in the area of people management and related matters, since the scale makes it possible to assess the effectiveness of the implementation of people analytics by companies, which can be of great use in decision-making.

Key words: Scale; Construction; Value perception; People Analytics.

1. INTRODUÇÃO

A área de gestão de pessoas também tem sido impactada pelas mudanças decorrentes da revolução digital. Diante dessas mudanças, surge a necessidade de estabelecer estratégias eficazes para gerenciar o capital humano. Tais estratégias são vistas como planos elaborados pelos gestores para alcançar metas que estejam em sintonia com a missão e objetivos da organização. Nesse contexto, a análise de dados tem se mostrado uma ferramenta cada vez mais importante para o desenvolvimento de procedimentos eficazes de gestão de recursos humanos (WRIGHT et al., 1997).

O uso efetivo de informações para gerenciar talentos é amplamente conhecido como *people analytics*. Essa abordagem envolve a aplicação de *big data* à gestão de pessoas, permitindo a identificação de comportamentos e condições que levam a maior satisfação e motivação dos colaboradores, para incentivar e replicar essas práticas. O *people analytics* oferece aos gestores da empresa abordagens orientadas por dados para responder a perguntas relacionadas aos colaboradores, que podem influenciar decisões estratégicas e destacar a gestão de pessoas como uma atividade-chave na organização (PIRES, 2019).

No entanto, embora muitas empresas já estejam utilizando o *people analytics*, ainda pode haver muita variação em relação à percepção do valor dessa ferramenta. Por isso, a construção de uma escala de percepção de valor pode ser útil para entender melhor como as pessoas enxergam o uso do *people analytics* e identificar pontos de melhoria. Diante disso, o objetivo deste trabalho é elaborar uma escala de percepção de valor sobre o *people analytics* na área de gestão de pessoas, a fim de contribuir para uma melhor compreensão dos benefícios dessa ferramenta para a gestão de recursos humanos.

Este estudo justifica-se pela contribuição para a área de gestão de pessoas para que as empresas possam avaliar sua própria eficácia na implementação do *people analytics*. Uma vez que a escala seja criada, ela pode ser aplicada a colaboradores, líderes e gestores de diversas áreas da empresa, permitindo que a organização avalie sua própria efetividade em relação ao uso do *people analytics*.

Por fim, a construção de uma escala de percepção de valor pode ser útil para pesquisadores interessados em estudar o impacto do *people analytics* nas organizações. Ao coletar dados utilizando essa escala, pesquisadores podem avaliar a eficácia do uso

do people analytics em diferentes empresas e setores, bem como identificar possíveis fatores que afetam a percepção do valor do people analytics.

Em resumo, a construção de uma escala de percepção de valor sobre o people analytics é uma iniciativa importante para entender melhor como as pessoas enxergam essa ferramenta e identificar pontos de melhoria, além de ajudar as empresas a avaliarem sua própria eficácia na implementação do people analytics e possibilitar pesquisas para entender o impacto do uso do people analytics nas organizações.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. BREVE DESCRIÇÃO A RESPEITO DE PERCEPÇÃO DE VALOR

Existe uma diversidade de conceitos sobre valor percebido, mas Woodruff (1997) conseguiu sintetizar os principais conceitos existentes acerca de percepção de valor em três linhas que convergem: a) vinculam a percepção de valor ao uso do produto ou serviço, b) estabelecem como foco a percepção do cliente final (usuário) e c) compreendem a ideia de permuta de benefícios por custos (sacrifícios). Segundo Veludo-de-Oliveira e Ikeda (2005), no âmbito do marketing, a análise do comportamento dos públicos-alvo visa compreender a interligação entre os seus valores pessoais e a sua avaliação dos produtos. Assim, o valor atribuído pelo cliente (usuário) é um conceito relevante, mas sua definição é largamente subjetiva.

Já para Sheth, Newman e Gross (1991) desenvolvem um modelo de valor para o consumo que engloba diversas dimensões de valor atribuídas a um produto ou serviço. Em suas pesquisas, os autores abrangem cinco dimensões de valor percebido para o consumo: valor funcional (utilidade percebida no desempenho funcional, utilitário ou físico); valor social (utilidade percebida em relação a um ou mais grupos sociais); valor emocional (capacidade do produto ou serviço de evocar sentimentos ou estados afetivos, positivos ou negativos); valor epistêmico (utilidade percebida quando o produto desperta curiosidade, traz inovação ou satisfaz o desejo de conhecimento) e valor condicional (percepção que ocorre em situações específicas). De acordo com esses autores, a decisão de compra ou utilização se baseia em uma rede complexa de valores, onde as diferentes dimensões de valor percebido são manifestadas com diferentes ênfases em diferentes situações, e onde essas dimensões de valor são independentes umas das outras.

Para avaliar a percepção, ou seja, a forma como as pessoas interpretam e atribuem significado aos estímulos do ambiente, é comum utilizar escalas de atitude. Essas escalas permitem medir o grau de concordância ou discordância com relação a um determinado item, utilizando uma série de categorias que vão desde a mais favorável até a mais desfavorável. Algumas das escalas de atitude mais conhecidas e utilizadas são a Escala de Intervalos Aparentemente Iguais de Thurstone (1928), as Escalas de Likert (1932) e a Escala de Diferencial Semântico de Osgood (1957). Na Escala de Intervalos Aparentemente Iguais de Thurstone, por exemplo, o respondente é apresentado a uma série de afirmações e deve avaliar o quão favoráveis ou desfavoráveis elas são, utilizando uma escala que varia de -3 a +3. Já nas Escalas de Likert, as pessoas são solicitadas a indicar o seu grau de concordância com uma determinada afirmação, geralmente em uma escala que varia de "discordo totalmente" a "concordo totalmente" (Brandalise, 2005).

2.2. PEOPLE ANALYTICS NA ÁREA DE GESTÃO DE PESSOAS

No atual cenário empresarial do século XXI, a dinamicidade e competitividade são cada vez mais evidentes, o que faz com que as organizações estejam sempre em constante evolução para se manterem atualizadas diante das mudanças provocadas pelos avanços tecnológicos. Dessa forma, para aproveitar as novas Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs), é necessário reposicionar as diferentes áreas organizacionais a fim de adotar abordagens estratégicas que possam trazer vantagens significativas e competitivas para o negócio (Sousa, 2019).

Os avanços tecnológicos impõem grandes desafios para a área de recursos humanos, que requer dos colaboradores habilidades, conhecimentos e competências específicas para lidar efetivamente com as mudanças disruptivas do ambiente corporativo. Isso significa que a gestão de pessoas precisa se adaptar e desempenhar um papel estratégico na organização, a fim de atender às necessidades emergentes (Campos; Silva e Salles, 2021).

Esses avanços tecnológicos e da informação tem levado as empresas a adotarem novos padrões mais flexíveis, gerando oportunidades de crescimento sustentável. De acordo com Roza (2017), a riqueza das organizações é gerada a partir do seu capital humano e intelectual. Em consequência disso, o modelo de gestão estratégica de pessoas tem evoluído e passado a dar mais importância ao capital humano, reconhecendo as pessoas como ativos valiosos e parceiros importantes no negócio.

Este cenário informacional e tecnológico está diretamente relacionado com a implementação da inteligência artificial e o crescimento da ciência de dados no mundo corporativo. Com o avanço dessas tecnologias, os processos tradicionais de recursos humanos também têm evoluído significativamente, aproveitando os novos recursos e fluxos de dados disponíveis para melhor atender aos clientes e consumidores. A inteligência artificial e a ciência de dados têm proporcionado inúmeras possibilidades no âmbito empresarial, tais como a análise de grandes quantidades de informações em tempo real, a identificação de tendências de mercado, a previsão de demanda e a melhoria da eficiência operacional. Além disso, essas tecnologias têm contribuído para a criação de soluções mais personalizadas, adaptadas às necessidades específicas de cada cliente. Diante disso, é possível afirmar que a implementação da inteligência artificial e a ciência de dados são fatores-chave para o sucesso das empresas na atualidade. Aqueles que conseguem aproveitar essas tecnologias da forma mais eficiente possível têm grandes chances de se destacar em um mercado cada vez mais competitivo (Campos; Silva E Salles, 2021)

O termo People Analytics, ou também conhecido como "HR Analytics", ou "workforce analytics" ou "talent analytics", representa uma abordagem inovadora para a gestão de pessoas na área de Recursos Humanos das empresas. Essa nova forma de gerenciar talentos promete ajudar as organizações a entender melhor seus funcionários por meio do monitoramento de uma ampla variedade de indicadores. Com a ajuda de análises estatísticas, inteligência artificial e a aplicação de business intelligence (BI), as empresas podem automatizar o processo de coleta e análise de dados para extrair insights valiosos sobre seus talentos. Esses insights podem ajudar as empresas a tomar decisões informadas sobre recrutamento, seleção, treinamento, desenvolvimento e outras áreas importantes da gestão de recursos humanos (Aizhan Tursunbayeva et al., 2018).

O People Analytics utiliza dados e análises para entender a dinâmica do trabalho e o desempenho dos colaboradores, a fim de fornecer insights valiosos para a gestão de pessoas e tomada de decisão estratégica. Além das análises tradicionais que buscam compreender o que aconteceu, é possível incluir análises preditivas que antecipem o que irá ocorrer ou o que é provável de ocorrer. Essas análises preditivas são possíveis graças ao uso de tecnologias avançadas, como machine learning e inteligência artificial, que permitem a análise de grandes volumes de dados de maneira rápida e eficiente. Dessa forma, o People Analytics pode ser um grande aliado do RH no que se refere à prática, pesquisa e inovação em gestão de pessoas. Com os insights gerados pelo People

Analytics, é possível otimizar processos e ações, gerando resultados positivos para a organização e possibilitando o desenvolvimento de novas habilidades tecnológicas para os colaboradores. Além disso, esses insights podem ser utilizados para compreender melhor o capital humano da organização e identificar talentos e potenciais gaps de habilidades. Em resumo, o People Analytics é uma abordagem que oferece uma visão mais completa e precisa sobre a dinâmica do trabalho e o desempenho dos colaboradores, fornecendo insights acionáveis para a gestão de pessoas e possibilitando a tomada de decisões mais estratégicas e efetivas (Aizhan Tursunbayeva et al., 2018).

Existem diferentes níveis de análise de dados quando falamos de People Analytics, cada um com um grau crescente de sofisticação e complexidade. Esses níveis são *descritivo*, *preditivo* e *prescritivo*. No nível descritivo, o objetivo principal é fornecer insights para os líderes de negócios, recursos humanos e gerentes sobre o que está acontecendo na organização em relação aos seus funcionários. Esses insights podem ser usados para identificar tendências, áreas de preocupação, oportunidades de melhoria e áreas em que a organização está se saindo bem. Os insights obtidos a partir do people analytics descritivo podem ser usados para uma variedade de fins, incluindo planejamento de sucessão, gerenciamento de talentos, planejamento de recursos humanos, avaliação de desempenho e desenvolvimento de liderança, taxa de rotatividade, absenteísmo, satisfação no trabalho, tempo de resposta para preencher posições em aberto e desempenho no trabalho. Eles podem ajudar as organizações a tomar decisões informadas sobre como alocar recursos e gerenciar sua força de trabalho de forma eficaz.

No nível prescritivo, as análises desenvolvem opções de decisão sobre os possíveis resultados preditivos, atuando em soluções preventivas e cautelosas para que o cenário previsto não venha a acontecer. Nesse nível, a empresa utiliza análises sofisticadas para tomar decisões estratégicas e se preparar para diferentes cenários. As análises prescritivas são úteis para gerar recomendações de ação, permitindo que a empresa tome decisões baseadas em dados e minimize os riscos. No nível prescritivo, as análises superam as previsões e descrevem as opções de decisão e otimização dos colaboradores na organização; é usado para analisar dados complexos, para prever resultados, proporcionar opções de decisão e mostrar diferentes impactos nas organizações.” (FRANCISCO, QUEVELLIN ALVES DOS SANTOS et al, 2019, p. 226, apud, WABER, 2013.)

Em resumo, a análise de dados é uma ferramenta poderosa para as empresas obterem insights valiosos sobre seu desempenho e tomar decisões informadas. Ao usar

diferentes níveis de análise - descritivo, preditivo e prescritivo - a empresa pode obter insights cada vez mais sofisticados e tomar decisões estratégicas com base em dados precisos e confiáveis (FERREIRA, Fábio, 2018).

3. METODOLOGIA

3.1. INSTRUMENTO

De acordo com (Churchill, 1979) se refere à construção de uma escala como um processo fundamental na pesquisa quantitativa, que envolve a criação de um instrumento de mensuração para medir uma determinada variável. Segundo o autor, a construção de uma escala envolve diversas etapas, que vão desde a definição clara do conceito a ser medido até a validação e confiabilidade da escala.

Churchill (1979) ainda destaca que uma das principais etapas na construção de uma escala é a definição clara do construto a ser medido. Isso envolve uma revisão da literatura existente para entender as diferentes dimensões do construto e a seleção das melhores medidas para cada dimensão. Em seguida, é necessário desenvolver uma série de itens que sejam claros e objetivos, capazes de capturar as diferentes nuances do construto.

Como constructos deste estudo, menciona-se a) percepção de valor e, b) People Analytics. Os questionamentos que compõem a escala deste estudo são baseados nas categorias mencionadas. A definição constitutiva encontra-se a seguir (Quadro 1).

Constructo	Definição
Percepção de valor	Woodruff (1997) conseguiu sintetizar os principais conceitos existentes acerca de percepção de valor em três linhas que convergem: a) vinculam a percepção de valor ao uso do produto ou serviço, b) estabelecem como foco a percepção do cliente final (usuário) e c) compreendem a ideia de permuta de benefícios por custos (sacrifícios).
	O People Analytics, representa uma abordagem inovadora para a gestão de pessoas na área de Recursos Humanos das

People analytics	empresas, por meio do monitoramento de uma ampla variedade de indicadores. Com a ajuda de análises estatísticas, inteligência artificial e a aplicação de business intelligence (BI), as empresas podem automatizar o processo de coleta e análise de dados para extrair insights valiosos sobre seus talentos (Aizhan Tursunbayeva et al., 2018).
<i>PA Descritivo</i>	No nível descritivo, a empresa recebe informações sobre sua posição no passado e presente, identificando padrões de comportamento em dashboards e scorecards. Esses padrões podem ajudar a identificar tendências e pontos fortes e fracos na organização. Essa análise pode ser bastante útil para a tomada de decisões imediatas e para monitorar a performance de projetos e campanhas.(FERREIRA, Fábio, 2018).
<i>PA Preditivo</i>	No nível preditivo, a empresa utiliza estudos estatísticos sobre dados atuais e históricos para prever o futuro com base em probabilidades e impacto potencial. Essa análise permite que a empresa se prepare para mudanças e identifique oportunidades de crescimento. Alguns exemplos de análises preditivas são previsões de vendas, previsões de demanda e previsão de churn (perda de clientes). Por fim, no nível prescritivo, as análises desenvolvem opções de decisão sobre os possíveis resultados preditivos, atuando em soluções preventivas e cautelosas para que o cenário previsto não venha a acontecer. Nesse nível, a empresa utiliza análises sofisticadas para tomar decisões estratégicas e se preparar para diferentes cenários. As análises prescritivas são úteis para gerar recomendações de ação, permitindo que a empresa tome decisões baseadas em dados e minimize os riscos. (FERREIRA, Fábio, 2018).
<i>PA Prescritivo</i>	No nível prescritivo, as análises superam as previsões e descrevem as opções de decisão e otimização dos

	colaboradores na organização; é usado para analisar dados complexos, para prever resultados, proporcionar opções de decisão e mostrar diferentes impactos nas organizações.” (FRANCISCO, QUEVELLIN ALVES DOS SANTOS et al, 2019, p. 226, apud, WABER, 2013.)
--	--

O primeiro estágio da construção da Escala de Percepção de Valor sobre o People Analytics foi um levantamento bibliográfico acerca do construto percepção de valor proposto por Woodruff (1997) e People Analytics. Após a reunião da literatura sobre o tema foi realizada uma estruturação dos construtos bem como das categorias e subcategorias propostas: percepção de valor, people analytics, people analytics descritivo, people analytics preditivo, people analytics prescritivo.

Após a elaboração e estruturação das dimensões do construto, foram construídas perguntas condizentes com as dimensões, levando-se em conta a literatura acerca do objeto de estudo.

3.2. CONSTRUÇÃO DA ESCALA

3.2.1. CONSTRUCTO 1 - PERCEPÇÃO DE VALOR

De acordo com Sheth, Newman e Gross (1991), a percepção de valor, a decisão de compra ou utilização se baseia em uma rede complexa de valores, onde as diferentes dimensões de valor percebido são manifestadas com diferentes ênfases em diferentes situações, e onde essas dimensões de valor são independentes umas das outras. E para Woodruff (1997) a percepção de valor é essencial para a satisfação do cliente e a lealdade à marca. Segundo o autor, a percepção de valor é formada pela relação entre os benefícios percebidos pelo cliente e os custos percebidos. Destaca-se então, os primeiros questionamentos a serem incluídos nessa escala:

1. Você considera que os dados e informações fornecidos pela empresa ajudam a melhorar o seu trabalho?
2. Como você avalia a cultura de inovação e melhoria contínua da empresa?

3. Você sente que a empresa valoriza a transparência na comunicação de informações relevantes para o seu trabalho?

4. Você acredita que a empresa está comprometida em fornecer recursos e ferramentas para melhorar a eficiência do trabalho?

3.2.2. CONSTRUCTO 2 - PEOPLE ANALYTICS

Aizhan Tursunbayeva et al. (2018) definem People Analytics como a aplicação de métodos analíticos em dados de recursos humanos para melhorar a tomada de decisão relacionada à gestão de pessoas. Isso inclui o uso de técnicas estatísticas e de mineração de dados para analisar grandes conjuntos de dados relacionados a funcionários, como informações demográficas, histórico de emprego, desempenho, habilidades e comportamentos no local de trabalho. O objetivo do People Analytics é identificar padrões e tendências nos dados que possam ajudar a tomar decisões informadas sobre recrutamento, seleção, desenvolvimento e retenção de talentos, bem como outras iniciativas relacionadas à gestão de pessoas.

Aizhan Tursunbayeva et al. (2018) classificam People Analytics em três categorias principais:

Descritivo: Essa categoria de análise de dados se concentra em descrever eventos passados e atuais relacionados aos funcionários. Isso inclui coleta e análise de dados sobre a força de trabalho, como número de funcionários, rotatividade, satisfação no trabalho e absenteísmo Aizhan Tursunbayeva et al. (2018). Os questionamentos a serem incluídos na escala que tem relação com People Analytics Descritivo são:

1. Você tem a percepção de que a empresa sabe quantos funcionários estão em cada equipe e departamento?

2. Na sua opinião, a empresa tem uma boa compreensão de quantos funcionários deixam a empresa a cada ano?

3. Você acredita que a empresa tem uma boa compreensão de quais funcionários estão faltando ao trabalho com mais frequência?

Preditivo: Essa categoria de análise de dados tem como objetivo prever eventos futuros relacionados aos funcionários, como a taxa de rotatividade, absenteísmo e desempenho. Isso envolve a aplicação de modelos estatísticos e algoritmos de aprendizado de máquina para identificar padrões e tendências nos dados Aizhan

Tursunbayeva et al. (2018). As questões a serem incluídas na escala, relacionadas à people analytics preditivo são:

1. Você acredita que a empresa tem uma boa compreensão de quais funcionários podem ser considerados como os mais talentosos e promissores?
2. Você acha que a empresa pode prever quais funcionários estão mais propensos a serem promovidos com base em seu desempenho e habilidades?
3. Você acha que a empresa pode antecipar quando um funcionário pode estar pensando em deixar a empresa com base em sua história de desempenho e comportamento?
4. Você acha que a empresa pode prever quais funcionários têm o maior potencial de liderança com base em sua história de trabalho e habilidades?
5. Você acredita que a empresa pode prever quais funcionários têm maior probabilidade de se adaptar bem a novas funções ou projetos?

Prescritivo: Essa categoria de análise de dados utiliza técnicas de análise avançadas para prescrever ações que as empresas devem tomar com base em insights derivados de dados. Por exemplo, se a análise de dados revelar que a rotatividade de funcionários está aumentando, as empresas podem usar as informações para implementar estratégias de retenção de talentos, como programas de desenvolvimento de carreira e incentivos financeiros Aizhan Tursunbayeva et al. (2018). Para compor as escala, as questões relacionadas à people analytics prescritivo são:

- 1.Você acha que a empresa tem uma boa compreensão de quais são as principais oportunidades para melhorar a produtividade e a eficiência no trabalho?
- 2.Você sente que a empresa tem uma boa compreensão de como melhorar o desempenho dos funcionários com base em suas habilidades e experiência?
- 3.Você acredita que a empresa está tomando medidas proativas para antecipar problemas e mitigar riscos com base em análises de dados?

3.3. DEMONSTRAÇÃO DA ESCALA

A escala é composta por itens cuidadosamente selecionados para medir as variáveis de interesse, relacionadas aos construtos referenciados acima, organizados no formato likert de 5 pontos, variando de “discordo totalmente da afirmativa” a “concordo totalmente com a afirmativa”.

Quadro 2

VERSÃO FINAL DA ESCALA DE PERCEPÇÃO DE VALOR SOBRE O PEOPLE ANALYTICS

1	2	3	4	5
Discord o totalmente da afirmativa	Discord o um pouco da afirmativa	Não concordo, nem discordo da afirmativa	Concor do um pouco com a afirmativa	Concordo totalmente com a afirmativa

1. Você considera que os dados e informações fornecidos pela empresa ajudam a melhorar o seu trabalho?
2. Como você avalia a cultura de inovação e melhoria contínua da empresa?
3. Você sente que a empresa valoriza a transparência na comunicação de informações relevantes para o seu trabalho?
4. Você acredita que a empresa está comprometida em fornecer recursos e ferramentas para melhorar a eficiência do trabalho?
5. Você tem a percepção de que a empresa sabe quantos funcionários estão em cada equipe e departamento?
6. Na sua opinião, a empresa tem uma boa compreensão de quantos funcionários deixam a empresa a cada ano?
7. Você acredita que a empresa tem uma boa compreensão de quais funcionários estão faltando ao trabalho com mais frequência?
8. Você acredita que a empresa tem uma boa compreensão de quais funcionários podem ser considerados como os mais talentosos e promissores?
9. Você acha que a empresa pode prever quais funcionários estão mais propensos a serem promovidos com base em seu desempenho e habilidades?
10. Você acha que a empresa pode antecipar quando um funcionário pode estar pensando em deixar a empresa com base em sua história de desempenho e comportamento?
11. Você acha que a empresa pode prever quais funcionários têm o maior potencial de liderança com base em sua história de trabalho e habilidades?

12. Você acha que a empresa tem uma boa compreensão de quais são as principais oportunidades para melhorar a produtividade e a eficiência no trabalho?

13. Você acha que a empresa tem uma boa compreensão de quais são as principais oportunidades para melhorar a produtividade e a eficiência no trabalho?

14. Você sente que a empresa tem uma boa compreensão de como melhorar o desempenho dos funcionários com base em suas habilidades e experiência?

15. Você acredita que a empresa está tomando medidas proativas para antecipar problemas e mitigar riscos com base em análises de dados?

As perguntas foram elaboradas de forma a não deixar claro que a pesquisa trata-se de people analytics, para não sofrer interferência nas respostas, consequentemente não sofrer interferências em possíveis resultados.

4. CONCLUSÃO

Este estudo teve como objetivo elaborar uma escala de percepção de valor sobre o people analytics na área de gestão de pessoas, a fim de contribuir para uma melhor compreensão dos benefícios dessa ferramenta para a gestão de recursos humanos.

Acredita-se que uma das principais contribuições deste estudo foi apresentar uma das primeiras escalas pioneiras em avaliar a percepção de valor sobre o people analytics. A partir do estudo do people analytics foi possível destacar uma escala contendo quinze questões acerca dos constructos apresentados nesse estudo. três questões ligadas diretamente ao constructo percepção de valor, e doze questões ao constructo people analytics que foi subdividido em PA Descritivo, PA Preditivo, PA Prescritivo.

Assim sendo, esse estudo contribuiu para a criação de uma escala de percepção de valor sobre o people analytics que se justifica pela sua relevância para a área de gestão de pessoas, permitindo que as empresas avaliem a eficácia de sua implementação. A aplicação da escala em colaboradores, líderes e gestores de diferentes áreas da organização possibilita a avaliação da efetividade do uso do people analytics. Ademais, a escala também é útil para pesquisadores interessados em estudar o impacto do people analytics nas empresas, permitindo a avaliação de sua eficácia em diferentes setores e identificação de possíveis fatores que afetam sua percepção de valor.

Como pesquisas futuras sugere-se a aplicação da escala em uma amostra representativa de colaboradores, líderes e gestores de diferentes setores e empresas, a fim de avaliar sua validade e confiabilidade, bem como identificar possíveis lacunas na percepção de valor do people analytics. Sugere-se também a investigação da relação entre a percepção de valor do people analytics e outras variáveis, como satisfação dos colaboradores, desempenho organizacional e retenção de talentos.

Também recomenda-se um estudo longitudinal sobre a evolução da percepção de valor do people analytics em empresas que implementaram essa ferramenta ao longo do tempo, a fim de avaliar sua eficácia e identificar possíveis mudanças na percepção dos colaboradores e gestores.

REFERÊNCIAS

ABBAGNANO, N. Dicionário de filosofia. 6. ed. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2012.

Aizhan Tursunbayeva, Stefano Di Lauro, and Claudia Pagliari. **People analytics-a scoping review of conceptual boundaries and value propositions**. International Journal of Information Management, 43:224–247, 2018. doi: 10.1016/j.ijinfomgt.2018.08.002. URL <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0268401218301750>. 11, 21 Acesso em: 08 Março 2023.

BRANDALISE, L. T. **Modelos de medição de percepção e comportamento - uma revisão**. Florianópolis: 2005. Disponível em: <<http://www.lgti.ufsc.br/brandalise.pdf>> . Acesso em 20 de Março 2023.

CAMPOS, Ricardo Ribeiro de; SILVA, Márcio Eduardo; SALLES, Taciana Lucas de Afonseca. RH 4.0 como ferramenta de gestão. **Revista EduFatec: educação, tecnologia e gestão**, v.2, n.4, p.1-18, ago. /dez. 2021. Disponível em:<https://revistaedufatec.fatecfranca.edu.br/wpcontent/uploads/2022/04/edufatec-n04v2a01.pdf>. Acesso em: 03 março de 2023.

Churchill, Gilbert A. Jr. (1979). **A paradigm for developing better measures of marketing constructs**. Journal of Marketing Research, 16(1), 64-73.

FERRAZ, Maria Ragalzi. A percepção como premissa para a construção do conhecimento The perception as premise for the construction of knowledge. **Saber Humano: Revista Científica da Faculdade Antonio Meneghetti**, p. 171-179, 2017.

FERREIRA, Fábio Henrique Mouzinho. **Indicadores para identificação de práticas de People Analytics: o caso em uma distribuidora de energia elétrica do Brasil**. 2018.

FRANCISCO, Quevellin Alves dos Santos; SILVA, Thais Oliveira da; MARTINEZ, Maria Regina. Recursos humanos em saúde: do processo intuitivo ao People Analytics. **RECIIS - Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde**, Rio de Janeiro, v. 13, n. 1, p. 1-7, 2019.

PIRES, R. **“people analytics: o que é e como aplicar na gestão de pessoas”**, 2019.Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/people-analytics-na-gestao-de-pessoas/>>. Acesso em 12 Abril de 2023.

Sheth, J. N., Newman, B. I., & Gross, B. L. (1991). **Consumption values and market choice: theory and applications** Ohio: South Western Publishing.

SMITH, Plínio Junqueira. "A percepção como uma relação: uma análise do conceito comum de percepção." *Analytica-Revista de Filosofia* 18.1 (2014): 109-132.

VELUDO-DE-OLIVEIRA, Tânia Modesto; IKEDA, ANA AKEM. Usos e limitações do método laddering. **RAM. Revista de Administração Mackenzie**, v. 5, p. 197-222, 2022.

WOODRUFF, R. B. **Customer Value: the next source for competitive advantage.** *Journal of the Academy of Marketing Science*, v. 25, n. 2: 139-153, 1997.

WRIGHT, P.; Kroll, M. J.; Parnell, J. (1997). **Strategic management: Concepts.** 4th ed. New Jersey: Prentice-Hall.