

**Candidato:** Hany Ellen Guedes

**Curriculum Lattes CNPq:** <http://lattes.cnpq.br/0480681675909038>

**Tema:** Marketing de serviços

**Grupo:** Gepem – Estudos e Pesquisas de Marketing

## **MEMORIAL DESCRITIVO**

Desde os primeiros passos na minha formação acadêmica e profissional, fui motivada pelo desejo de compreender e lapidar minhas práticas de gestão, estratégia e marketing no contexto organizacional. Dessa forma, a minha trajetória foi moldada por desafios, conquistas e uma busca constante por aprendizado, aliada à necessidade de me reinventar. Ao longo dos anos, construí uma carreira pautada no desenvolvimento de negócios, na análise de mercados e na gestão de relações empresariais, integrando conhecimentos acadêmicos às demandas do mercado. Este memorial reflete minha caminhada acadêmica e profissional, destacando os principais marcos que me conduziram até este momento. Também expresso minhas expectativas e motivações para ingressar no doutorado, a fim de aprofundar minhas pesquisas sobre marketing.

Minha base acadêmica teve início com a graduação em Administração pela Faculdade Capivari (FUCAP), concluída em 2018. Durante esse período, desenvolvi a compreensão sobre os processos administrativos e gerenciais, realizando um estudo de caso como trabalho de conclusão de curso e no decorrer do curso nas disciplinas discorreram trabalhos voltados às organizações privadas que visavam que reforçaram minha capacidade analítica e tomada de decisão enquanto aluna. O trabalho de conclusão, a entrega mais significativa desse período, foi a análise de um estudo de caso da empresa familiar HG Comfort Colchões, na qual eu atuava na área comercial. Essa experiência me permitiu aprofundar o entendimento sobre o setor de varejo e suas dinâmicas de mercado.

Pouco antes de concluir o curso, recebi uma oferta de trabalho para atuar como vendedora de software na Trier Sistemas, do gestor comercial Ricardo Balbino. Foi um momento que exigiu uma coragem ímpar, pois não recebi apoio do meu pai. Na empresa, descobri uma paixão pela área de TI e pelas transações comerciais entre empresas (B2B). Nessa função, negociava software para drogarias, farmácias e farmácias de manipulação, atendendo tanto redes pequenas quanto proprietários individuais. Atuei como vendedora nos estados de São Paulo, Goiás, Alagoas, Rio Grande do Norte e Paraíba, e em cada um desses estados havia agentes terceirizados com os quais trabalhávamos como parceiros para a entrega de resultados e métricas. Fiquei nessa organização de dezembro de 2016 a fevereiro de 2018.

Com o tempo, percebi que minha atuação na Trier Sistemas me proporcionou uma base sólida em vendas, mas eu buscava um ambiente onde pudesse expandir meu conhecimento em apresentação

comercial de software em um contexto mais dinâmico. Foi então que surgiu a oportunidade de ingressar na WMW Systems, empresa que me permitiu um crescimento profissional considerável. A transição entre as empresas foi além da mudança de cargo, foi um passo estratégico na minha trajetória, pois me inseri em um ambiente ainda mais competitivo e tecnológico, onde pude aprofundar meus conhecimentos em ferramentas de CRM, gestão de equipes e planejamento comercial. Nesta empresa, tive uma carreira sólida, onde atuei por mais de cinco anos em diferentes funções, incluindo gerente de conta, executiva comercial e coordenadora comercial.

Enquanto exercia minhas funções na WMW, busquei me especializar em marketing e estratégia de negócios, cursando um MBA em Marketing e Vendas na Universidade Norte do Paraná (UNOPAR). Essa especialização foi necessária para aprimorar minhas habilidades em prospecção, gestão de relacionamento com clientes e desenvolvimento de campanhas estratégicas, permitindo-me agregar valor ao meu desempenho profissional. Posteriormente, percebi a necessidade de expandir minha visão sobre gestão e inovação, e por isso, ingressei no MBA em Liderança, Inovação e Gestão 4.0 na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), concluído em 2023.

Durante esse período, além de continuar na coordenação comercial, liderei projetos focados na integração de tecnologia, comercial e marketing, o que me proporcionou uma visão mais holística e estratégica das operações empresariais. Essa combinação de conhecimentos teóricos e experiências práticas foi fundamental para minha evolução profissional e para o aprimoramento de minhas capacidades em liderar equipes e projetos em ambientes dinâmicos e desafiadores.

No MBA em Liderança, Inovação e Gestão 4.0 (PUCRS), foi necessário entregar um trabalho de conclusão com a estrutura de modelagem de negócios. Foi então que idealizei e modeliei o negócio da *Optin Business Agency*. Atualmente, sou co-fundadora da *Optin Business Agency*, uma empresa que oferece serviços de desenvolvimento de negócios, consultoria em marketing, campanhas publicitárias e automação de marketing para empresas que atuam como indústrias, distribuição, atacadistas e fornecedores de software nacionais. Possuímos clientes no estado de Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Paraná e no Ceará. Minhas responsabilidades incluem a direção estratégica, o desenvolvimento de novos produtos e serviços, a gestão de equipes e a representação da empresa em parcerias e com clientes estratégicos. Empreender tem me permitido colocar em prática todo o conhecimento adquirido ao longo da minha jornada profissional e acadêmica, aplicando estratégias de mercado para otimizar os resultados empresariais.

Atualmente, estou me preparando para defender a dissertação do mestrado em Administração pela Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC/ESAG), onde integro o Grupo de Estudos e Pesquisas em Marketing (GPEM). Minha pesquisa no mestrado buscou compreender e analisar a influência da Inteligência Artificial (IA) no relacionamento e na percepção de valor entre empresas do

mercado B2B, pela perspectiva do cliente. Essa decisão de ingressar no mestrado reflete um sonho pessoal que por alguns anos postergou. Tinha o desejo de expandir ainda mais minha visão crítica e analítica sobre situações que vivencio na área profissional, com foco na aplicação de conceitos de marketing de relacionamento. Para isso, mudei-me de Tubarão para Florianópolis, uma mudança que representou outro marco importante tanto no âmbito pessoal quanto profissional, visando aprofundar meus conhecimentos acadêmicos e contribuir para o desenvolvimento de práticas no marketing.

Durante o mestrado, também me dediquei à produção científica, resultando na submissão e aprovação de dois artigos no evento acadêmico XXVII SemeAd (2024). No primeiro, intitulado como “Ensaio teórico do marketing de serviço sob a perspectiva das escolas Norte-Americana, Nórdica, Britânica e Francesa”, explorei as diferentes abordagens teóricas sobre o marketing de serviços, analisando suas contribuições e impactos na literatura da área, esse artigo foi resultado do trabalho da disciplina eletiva de Marketing de Serviços. Já no segundo artigo, intitulado “Para onde vou? As variáveis de influência no processo de escolha por destinos turísticos na percepção de especialistas”, contribuí com a análise dos dados qualitativos sobre os fatores determinantes na tomada de decisão de turistas, considerando a visão de especialistas do setor. Ambos os artigos são resultados do trabalho em conjunto com minha estimada orientadora, Professora Aline Regina Santos, Dra.

Foi no mestrado que também tive a oportunidade de vivenciar experiências desafiadoras, tanto na monitoria quanto no estágio docente, que ampliaram minha visão sobre o ensino e a pesquisa. A monitoria me proporcionou um contato mais próximo com os alunos, permitindo compreender suas dificuldades e contribuir ativamente para o processo de aprendizagem. Já no estágio docente, atuei na disciplina Marketing e Comunicação no Setor Público, ministrada em conjunto com a professora titular Aline Regina Santos. Essa experiência foi incrivelmente interessante, pois me desafiou a ver os conteúdos por outro ângulo, conduzir e possibilitar aos alunos a aplicarem as metodologias do marketing no plano de comunicação. Ter a oportunidade de compartilhar conhecimento e estimular reflexões sobre o papel do marketing no setor público foi não somente gratificante, mas também essencial para meu desenvolvimento como pesquisadora e profissional. Essa vivência reforçou meu interesse pelo meio acadêmico e pela disseminação do conhecimento.

Ingressar no doutorado representa a oportunidade de aprofundar minha pesquisa no marketing, marketing de relacionamento, marketing B2B e marketing de serviços, explorando como estratégias mercadológicas podem fortalecer as relações entre empresas, otimizar a experiência dos clientes e impulsionar a competitividade no mercado B2B. Meu objetivo é contribuir tanto para a academia quanto para as organizações, desenvolvendo estudos que gerem impacto prático e promovam estratégias que melhorem as práticas no marketing. Minha trajetória reflete uma busca constante por aprendizado, e integrar teoria e prática para compreender os desafios e oportunidades do mercado. O doutorado é o próximo passo para consolidar minhas pesquisas, ampliar minha atuação

acadêmica e enriquecer as discussões sobre gestão e marketing e contribuindo para a evolução do campo.