

Estado da publicação: Não informado pelo autor submissor

Capacidades da Organização Digital: o que os líderes ou gestores precisam saber

José Eduardo Ricciardi Favaretto

<https://doi.org/10.1590/SciELOPreprints.7465>

Submetido em: 2023-11-26

Postado em: 2023-12-11 (versão 1)

(AAAA-MM-DD)

Capacidades da Organização Digital: o que os líderes ou gestores precisam saber

Digital Organization Capabilities: what leaders or managers need to know

José Eduardo Ricciardi Favaretto

Fundação Getulio Vargas - Instituto de Desenvolvimento Educacional (FGV IDE)

São Paulo / SP, Brasil. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0143-0809>

RESUMO

A discussão do fenômeno de *Digital Business Transformation*, ou Transformação Digital do Negócio é uma temática contemporânea que tem demonstrado amplo interesse entre acadêmicos e praticantes. Apesar da existência de muitos estudos na literatura internacional e nacional, há ainda a carência de pesquisas que ofereçam uma visão sistêmica / holística com foco na mudança organizacional, desencadeada e moldada de forma contínua pela tecnologia digital. Esta pesquisa, além de ter identificado e comparado como essa temática foi conceituada (definida) e utilizada na prática por até oito consultorias globais de negócio, propõe também uma estrutura de referência (*framework*) ampliada, contendo nove dimensões das Capacidades da Organização Digital. Como implicações deste estudo, gestores ou líderes organizacionais poderão adotar a estrutura de referência proposta [guiados por cada uma de suas nove dimensões], no apoio e na orientação continuada do desenvolvimento de seus projetos de Transformação Digital.

Palavras-chave: negócios digitais, transformação digital, capacidades do negócio digital, dimensões da transformação digital, capacidades da organização digital

ABSTRACT

The discussion of the phenomenon of Digital Business Transformation is a contemporary topic that has shown wide interest among academics and practitioners. Despite the existence of many studies in international and national literature, there is still a lack of research that offers a systemic / holistic view focusing on organizational change, triggered, and shaped continuously by digital technology. This research, in addition to having identified and compared how this theme was conceptualized (defined) and used in practice by up to eight global business consultancies, also proposes an expanded reference structure (framework), containing nine dimensions of Digital Organization Capabilities. As implications of this study, managers or organizational leaders will be able to adopt the proposed reference structure [guided by each of its nine dimensions], in the continued support and guidance of the development of their Digital Transformation projects.

Keywords: digital business, digital transformation, digital business capabilities, dimensions of digital transformation, digital organization capabilities

Introdução

Em pleno ano de 2023 muito se tem lido e discutido sobre o termo / conceito de Transformação Digital, que, de forma objetiva e didática, é uma abreviação do termo / conceito, em inglês, *Digital [Business] Transformation* (DT), ou ainda, Transformação Digital [do Negócio] (em português).

Mas, o que os líderes ou gestores organizacionais talvez ainda não saibam é que o conceito de DT já havia sido explorado de forma implícita, a partir de eventos e publicações internacionais, no intervalo das décadas de 50 (Meske & Junglas, 2021) a 90 (Robertson & Lapiņa, 2023), ainda restrito a uma visão pontual sobre a *digitalização*, como um quesito exclusivamente técnico, ou seja, o de transformar algum processo ou ferramental para ser aplicado / utilizado na forma ou modo digital.

A partir do ano 2000, o termo foi explicitamente mencionado por uma publicação da área da saúde (Coile-Jr, 2000), catalogada no indexador Scopus, quando se percebia que a Internet, a comunicação via telefonia móvel, e o comércio eletrônico (*e-commerce*), já eram uma realidade presente na vida das pessoas e organizações. Em 2003, a revista da escola de negócios do Massachusetts Institute of Technology (MIT), conhecida como MIT Sloan Management Review, trazia o resultado de uma pesquisa (Andal-Ancion, Cartwright, & Yip, 2003) que havia identificado três direcionadores principais e dez motivadores específicos, para ajudar uma organização determinar (escolher) a melhor estratégia para a transformação de seus negócios, sendo eles: I) Características inerentes ao produto ou serviço (1. Intensidade da informação, 2. Customização, 3. Entregabilidade eletrônica, 4. Efeitos da agregação ou combinação); II) Interações entre empresa e seus clientes (5. Custos para a localização, 6. Interface em tempo real, 7. Risco de contratação); e, III) Interações entre a empresa e seus parceiros e concorrentes (8. Efeitos de rede, 9. Benefícios da padronização, 10. Competências ausentes), identificando que a chave do sucesso, naquela época, seria a organização compreender quando e como aplicar tais motivadores em seus próprios setores de atuação. Já se evidenciava que as atividades organizacionais relacionadas com DT não eram mais somente dependentes [exclusivamente] da própria tecnologia, a qual evoluía rapidamente ano após ano.

Para reforçar e ampliar tais entendimentos preliminares, surgiram na década de 2010 várias outras publicações relacionadas com DT na visão do campo de estudos de Sistemas de Informação (*Information Systems*) e área de Negócios

(*Business & Management*), sendo três delas consideradas seminais para a esse período, na forma de um artigo científico em 2010 (Agarwal, Gao, DesRoches, & Jha, 2010), de um *white paper* em 2011 (Westerman, Calmédjane, Bonnet, Ferraris, & McAfee, 2011), e de um livro em 2014 (Westerman, Bonnet, & McAfee, 2014). Este livro, escrito por um pesquisador do MIT, George Westerman, e outros dois colegas, foi um marco essencial para amplificar as discussões sobre a temática de DT nos ambientes acadêmicos (escolas de negócio) e nas práticas de mercado (consultorias de negócios e empresas), pois apresentou um questionário simplificado que continha 20 assertivas para gerar um autodiagnóstico do nível de *maestria digital* da organização, com a sua classificação final atribuída em uma das quatro possibilidades: *Beginner*, *Conservative*, *Fashionista*, ou *Digital Master*.

Neste trabalho, os autores concluíram que ao combinarem apenas duas dimensões, a *Capacidade Digital* (o uso da tecnologia para mudar a forma como a empresa interagiria com os clientes, operaria seus processos internos ou definiria seu modelo de negócios) e a *Capacidade de Liderança* (condições necessárias para conduzir a visão de transformação de negócios, modelo de governança para orientar a jornada de transformação digital, envolvendo o suporte dos funcionários), as organizações estariam habilitadas a desenvolverem suas estratégias para a reinvenção do negócio, a transformação dos processos organizacionais, e a promoção de novas experiências ao cliente.

De 2015 a 2023, muito se publicou sobre a temática de DT (Liu, Liu, & He, 2023; Madzík, Falát, Copuš, & Valeri, 2023; Montero Guerra, Danvila-del-Valle, & Méndez Suárez, 2023; Troisi, Visvizi, & Grimaldi, 2023) ampliando ainda mais o interesse entre os acadêmicos (pesquisadores em escolas / centros de pesquisa) e os praticantes (profissionais no mercado). Aos poucos foi percebido que as atividades relacionadas com a DT, para que pudessem de fato serem aproveitadas pelas organizações na geração de valor e benefícios aos seus negócios, eram bem mais complexas que se pensava inicialmente.

Trabalhos publicados nos últimos cinco anos, com relevância na área de negócios, debruçaram de forma mais intensa para a compreensão deste assunto por variadas formas: 1) pela importância de compreender as implicações estratégicas da DT e as interações dinâmicas que ocorrem entre as empresas e o ambiente onde elas estão inseridas, influenciadas continuamente pelo uso das tecnologias digitais (Vial, 2019); 2) pela utilização das tecnologias digitais na geração de inovações no modelo

de negócios das organizações (Li, 2020); 3) pela mudança organizacional desencadeada de forma contínua (sistêmica, holística), moldada pela ampla difusão da tecnologia digital, e conduzida por ecossistemas de negócios digitais (Hanelt, Bohnsack, Marz, & Marante, 2021); 4) pela redefinição dos paradigmas dos negócios existentes, favorecendo a criação de novos empreendimentos comerciais, tendo as tecnologias emergentes como catalisadores (Ghosh, Hughes, Hodgkinson, & Hughes, 2022); e 5) pela identificação de que DT é um tema vasto, exigindo uma abordagem multidisciplinar / transdisciplinar, a qual poderia explicar a diferença de influências nas organizações (Feliciano-Cestero, Ameen, Kotabe, Paul, & Signoret, 2023).

Definições de *Digital Business* (DB) ou *Digital [Business] Transformation* (DT)

Além da literatura acadêmica (Gong & Ribiere, 2021), as empresas de consultoria de negócios que atuam globalmente, dentre elas, Accenture, Bain & Company, Boston Consulting Group, Capgemini, Deloitte, Gartner Inc., McKinsey & Company, e PricewaterhouseCoopers (PwC), também conceituaram ou geraram as suas próprias definições a respeito de *Digital [Business] Transformation* (DT), como mostrado na Tabela 1.

Tabela 1. O conceito de *Digital Transformation* (DT), ou, Transformação Digital, segundo oito empresas de consultoria de negócios com atuação global

Nome da Consultoria de Negócios	Definição de DT, e a Fonte da Referência (link internet)
Accenture	<p><i>“DT é o processo pelo qual as empresas incorporam tecnologias em seus negócios para impulsionar mudanças fundamentais.”</i></p> <p>https://accenture.com/us-en/insights/digital-transformation-index</p>
Bain & Company	<p><i>“DT é uma forma de integrar as tecnologias digitais na estratégia e nas operações de uma organização. Toda a organização se concentra em oportunidades para mesclar o melhor dos mundos digital e físico.”</i></p> <p>https://bain.com/insights/management-tools-digital-transformation/</p>
Boston Consulting Group	<p><i>“Ao combinar recursos humanos e técnicos, as empresas podem acelerar sua DT e manter o ritmo (...) as transformações são bem-sucedidas quando são incrementais, econômicas e sustentáveis.”</i></p> <p>https://bcg.com/capabilities/digital-technology-data/digital-transformation/overview</p>

Capgemini	<p><i>“DT é o uso de novas tecnologias digitais (...) para permitir grandes melhorias nos negócios (como melhorar a experiência do cliente, simplificar operações ou criar novos modelos de negócios).”</i></p> <p>https://www.capgemini.com/insights/research-library/digital-mastery/</p>
Deloitte	<p><i>“A DT é a transformação de negócios de ponta a ponta de uma organização, da estratégia às operações, da liderança à cultura corporativa, habilitada por tecnologias exponenciais.”</i></p> <p>https://www2.deloitte.com/za/en/pages/digital/topics/digital-transformation.html</p>
Gartner Inc.	<p><i>“Digital Business é a criação de novos designs de negócios, misturando os mundos digital e físico.”</i></p> <p>https://gartner.com/en/information-technology/glossary/digital-business</p>
	<p><i>“DT é o processo de exploração de tecnologias digitais e recursos de suporte para criar um novo modelo de negócios digital robusto.”</i></p> <p>https://gartner.com/en/information-technology/glossary/digital-business-transformation</p>
McKinsey & Company	<p><i>“DT é a religação de uma organização, com o objetivo de criar valor por meio da implantação contínua de tecnologia em escala.”</i></p> <p>https://mckinsey.com/featured-insights/mckinsey-explainers/what-is-digital-transformation</p>
PwC	<p><i>“DT: as empresas precisam alinhar o seu modelo de negócios e integrar produtos, serviços e canais digitais e convencionais (...) os vencedores serão aqueles que conseguirem se adaptar de forma mais eficaz às expectativas do cliente digital (indivíduo, empresa, fornecedor, parceiro e distribuidor).”</i></p> <p>https://pwc.com/th/en/consulting/digital-transformation.html</p>

Fonte: organizado pelo autor

Dimensões das Capacidades da Organização Digital (*Digital Business Capabilities*)

Para facilitar a compreensão sobre as capacidades (habilidades) que uma organização digital necessita para desenvolver e implementar os seus projetos de transformação digital, estudiosos passaram a elencar dimensões necessárias para direcionar os esforços gerenciais.

Na publicação da Harvard Business Review (Chamorro-Premuzic, 2021) do ano de 2021, o autor, Tomas Chamorro-Premuzic, menciona um encadeamento linear de cinco componentes essenciais para cumprir a DT organizacional, quando visto pelo aspecto de centralidade em dados: Pessoas, Dados, Insights, Ação, e

Resultados, que se demonstrou intuitivo e útil para esclarecer parcialmente a condução de iniciativas *data-driven* (dirigidas por dados) na organização, mas consideravelmente simplificado quando se refere a um visão holística organizacional em projetos de DT. Outra iniciativa, também não científica, gerada por estudiosos brasileiros do Instituto CESAR (CESAR, 2020) com o intuito de mapear o índice de transformação digital de organizações no País, através de estudo aplicado (prático), identificou o total de oito dimensões da DT: Tecnologias Habilitadoras, Dados e Ambientes Regulatórios, Modelos de Negócio, Processos, Inovação, Concorrência, Consumidores, e Cultura e Pessoas.

Na literatura científica de administração & negócios, há estudos com a tentativa de mapear (Konopik, Jahn, Schuster, Hoßbach, & Pflaum, 2022) as dimensões organizacionais necessárias para habilitar a Transformação Digital do Negócio, ou *Digital Business Capabilities* (DBC) (Ghosh et al., 2022), relacionadas com as capacidades (habilidades) necessárias para uma organização ter plena atuação digital (Feliciano-Cestero et al., 2023).



Figura 1. As nove dimensões das Capacidades da Organização Digital

Nota: estrutura de referência elaborada pelo autor com ícones (CC BY 3.0) adaptados de *Iconhub Tritone Icons Collection* (SVGRepo, 2023)

Ao compilar materiais de estudos e conteúdos disponibilizados nos artigos identificados na literatura, essa pesquisa propõe uma estrutura de referência - diagrama da Figura 1 - que detalha as nove dimensões das Capacidades da Organização Digital.

Observando a estrutura de referência da Figura 1, e seguindo o sentido horário no entorno da figura, são identificadas as nove dimensões das Capacidades da Organização Digital, que podem ser detalhadamente descritas a seguir, numeradas de 1 a 9:

1. **Liderança, Cultura & Pessoas:** a principal dimensão; necessidade da presença de um líder com estilo focado e inspirador, que deve trabalhar para assegurar que a organização desenvolva uma mentalidade digital; fator humano - equipes de trabalho (*workforce*) com pessoas criativas, talentosas, colaborativas e com habilidades adequadas (*skills*); disseminação da cultura 'digital' e '*data-driven*' na organização, sendo impulsionadas por iniciativas *top-down* e *bottom-ups*;

2. **Tecnologias de Apoio:** o recurso essencial para o negócio; infraestrutura, equipamentos, disponibilidade de ambiente na nuvem & recursos de TI, para suportar adequadamente um negócio orientado para crescer, adaptar, escalar e mudar no futuro próximo; uso de tecnologias emergentes (*IoT*, *Blockchain*, *digital Twin*, realidade aumentada);

3. **Data Analytics & IA:** ter quantidade e disponibilidade de dados qualificados; compreender abordagens analíticas (análise e modelagens) com foco *data-driven company*; desenvolver o *Business Analytics* competitivo, *Big Data Analytics*, adoção e uso de Inteligência Artificial (IA) - *machine learning*, IA generativa etc. como diferenciais para competição;

4. **Inovação:** iniciativa nova (diferente) desenvolvida e colocada em uso, que gere resultado na resolução de um problema real; estímulo para inovar com a aceitação de riscos, liberdade para criar, e autogestão; inovação aberta e colaborativa (cocriação); conhecimento das lentes teóricas sobre inovação; manual de Oslo, difusão de inovações, inovação de ruptura (*disruptive innovation*), ambidestria organizacional (*exploration*, *exploitation* e *ambidexterity*);

5. Estratégia & Modelo de Negócio: compreender a criação de novos modelos de negócios; modelo de negócios influenciados por tecnologias emergentes e centrado em resultados; uso de *frameworks canvas* do *Business Model Generation* (BMG) e *Lean Canvas* para o mapeamento do modelo de negócio; identificação de *patterns* de *Business Model Innovation* (BMI) com alinhamento ao modelo de negócio da organização; construção de estratégias no ‘*digital*’ que incluem e associem atividades *data-driven* (dirigidas por dados);

6. Consumidores & Mercado: aprimoramento da experiência do cliente; customização; centralidade no consumidor (*customer centric*); observar o comportamento conforme as diferentes gerações; entrega de valor aos clientes; *market orientation*; canais; identificar e mapear o modelo de negócio da concorrência; entender onde está a ameaça ou ponto frágil;

7. Parcerias & Relacionamentos: criação de alianças estratégicas baseadas na orientação para o mercado; plataformas digitais; ecossistemas; gerir e alavancar relacionamentos de longo prazo, criando uma rede de criação de valor;

8. Operações & Processos: gerenciar as operações existentes com eficiência; aproveitar *insights* externos para melhorar as operações; interligar as operações com outras linhas de negócio; simplificação ou melhoria das operações; visão ágil para os processos internos, com orientação mais para o negócio / pessoas, ao invés de tarefas (metodologia ágil e *squads*);

9. Segurança & Regulação: proteção dos dados em conformidade com a LGPD (lei geral de proteção de dados); adaptar processos e estruturar um programa de *compliance* para garantir a segurança e a privacidade dos dados; instituir a função de DPO (*Data Protection Officer*), ou encarregado do tratamento de dados; manter a governança de dados e informações.

Como as tecnologias digitais são caracterizadas por ciclos de vida curtos e evolução contínua, ainda existem incertezas sobre qual é a abrangência da DT nas organizações, bem como as suas reais implicações gerenciais. Mas, ao serem guiados por cada uma das nove dimensões da estrutura de referência proposta neste artigo, gestores e líderes organizacionais poderão continuamente ter orientação no desenvolvimento de projetos de Transformação Digital em suas organizações.

Referências

- Agarwal, R., Gao, G. G., DesRoches, C., & Jha, A. K. (2010). The Digital Transformation of Healthcare: Current Status and the Road Ahead. *Information Systems Research*, 21(4), 796–809. <https://doi.org/10.1287/isre.1100.0327>
- Andal-Ancion, A., Cartwright, P. A., & Yip, G. S. (2003). The Digital Transformation of Traditional Business. *MIT Sloan Management Review*, 44(4), 34–41. Retrieved from <https://sloanreview.mit.edu/article/the-digital-transformation-of-traditional-business/>
- CESAR. (2020). *Transformação Digital em tempos de mudança. Cesar Reports - Edição Especial* (p. 35). p. 35. Retrieved from <https://www.aberje.com.br/wp-content/uploads/2020/06/COVID-CESAR-transformacaodigital.pdf>
- Chamorro-Premuzic, T. (2021). The Essential Components of Digital Transformation. *Harvard Business Review*, 1–7. Retrieved from <https://hbr.org/2021/11/the-essential-components-of-digital-transformation>
- Coile-Jr, R. C. (2000). The Digital Transformation of Health Care. *The Physician Executive*, 26(1), 8–15. Retrieved from <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/10788126/>
- Feliciano-Cestero, M. M., Ameen, N., Kotabe, M., Paul, J., & Signoret, M. (2023). Is digital transformation threatened? A systematic literature review of the factors influencing firms' digital transformation and internationalization. *Journal of Business Research*, 157, 113546. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113546>
- Ghosh, S., Hughes, M., Hodgkinson, I., & Hughes, P. (2022). Digital transformation of industrial businesses: A dynamic capability approach. *Technovation*, 113(March 2020), 102414. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2021.102414>
- Gong, C., & Ribiere, V. (2021). Developing a unified definition of digital transformation. *Technovation*, 102, 102217. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2020.102217>
- Hanelt, A., Bohnsack, R., Marz, D., & Marante, C. A. (2021). A Systematic Review of the Literature on Digital Transformation: Insights and Implications for Strategy and Organizational Change. *Journal of Management Studies*, 58(5), 1159–1197. <https://doi.org/10.1111/joms.12639>

- Konopik, J., Jahn, C., Schuster, T., Hoßbach, N., & Pflaum, A. (2022). Mastering the digital transformation through organizational capabilities: A conceptual framework. *Digital Business*, 2(2). <https://doi.org/10.1016/j.digbus.2021.100019>
- Li, F. (2020). The digital transformation of business models in the creative industries: A holistic framework and emerging trends. *Technovation*, 92–93, 102012. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2017.12.004>
- Liu, Q. R., Liu, J. M., & He, Z. P. (2023). Digital transformation ambidexterity and business performance. *Journal of Enterprise Information Management*. <https://doi.org/10.1108/JEIM-08-2022-0280>
- Madzík, P., Falát, L., Copuš, L., & Valeri, M. (2023). Digital transformation in tourism: bibliometric literature review based on machine learning approach. *European Journal of Innovation Management*, 26(7), 177–205. <https://doi.org/10.1108/EJIM-09-2022-0531>
- Meske, C., & Junglas, I. (2021). Investigating the elicitation of employees' support towards digital workplace transformation. *Behaviour and Information Technology*, 40(11), 1120–1136. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2020.1742382>
- Montero Guerra, J. M., Danvila-del-Valle, I., & Méndez Suárez, M. (2023). The impact of digital transformation on talent management. *Technological Forecasting and Social Change*, 188, 122291. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122291>
- Robertson, G., & Lapiņa, I. (2023). Digital transformation as a catalyst for sustainability and open innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9(1), 100017. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.100017>
- SVGRepo. (2023). *Iconhub Tritone Icons Collection*. Retrieved from <https://www.svgrepo.com/collection/iconhub-tritone-icons>
- Troisi, O., Visvizi, A., & Grimaldi, M. (2023). Digitalizing business models in hospitality ecosystems: toward data-driven innovation. *European Journal of Innovation Management*, 26(7), 242–277. <https://doi.org/10.1108/EJIM-09-2022-0540>
- Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. *Journal of Strategic Information Systems*, 28(2), 118–144. <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2019.01.003>
- Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). *Leading digital: Turning technology into business transformation*. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Westerman, G., Calmédjane, C., Bonnet, D., Ferraris, P., & McAfee, A. (2011). *Digital Transformation: A Roadmap for Billion-Dollar Organizations*. Retrieved from https://www.capgemini.com/wp-content/uploads/2017/07/Digital_Transformation__A_Road-Map_for_Billion-Dollar_Organizations.pdf

Declaração de conflito de interesse

O autor declara que não há conflito de interesse.

Declaração de disponibilidade de dados da pesquisa

Todo o conjunto de dados de apoio aos resultados deste estudo foi publicado no próprio artigo.

Este preprint foi submetido sob as seguintes condições:

- Os autores declaram que estão cientes que são os únicos responsáveis pelo conteúdo do preprint e que o depósito no SciELO Preprints não significa nenhum compromisso de parte do SciELO, exceto sua preservação e disseminação.
- Os autores declaram que os necessários Termos de Consentimento Livre e Esclarecido de participantes ou pacientes na pesquisa foram obtidos e estão descritos no manuscrito, quando aplicável.
- Os autores declaram que a elaboração do manuscrito seguiu as normas éticas de comunicação científica.
- Os autores declaram que os dados, aplicativos e outros conteúdos subjacentes ao manuscrito estão referenciados.
- O manuscrito depositado está no formato PDF.
- Os autores declaram que a pesquisa que deu origem ao manuscrito seguiu as boas práticas éticas e que as necessárias aprovações de comitês de ética de pesquisa, quando aplicável, estão descritas no manuscrito.
- Os autores declaram que uma vez que um manuscrito é postado no servidor SciELO Preprints, o mesmo só poderá ser retirado mediante pedido à Secretaria Editorial do SciELO Preprints, que afixará um aviso de retratação no seu lugar.
- Os autores concordam que o manuscrito aprovado será disponibilizado sob licença [Creative Commons CC-BY](#).
- O autor submissor declara que as contribuições de todos os autores e declaração de conflito de interesses estão incluídas de maneira explícita e em seções específicas do manuscrito.
- Os autores declaram que o manuscrito não foi depositado e/ou disponibilizado previamente em outro servidor de preprints ou publicado em um periódico.
- Caso o manuscrito esteja em processo de avaliação ou sendo preparado para publicação mas ainda não publicado por um periódico, os autores declaram que receberam autorização do periódico para realizar este depósito.
- O autor submissor declara que todos os autores do manuscrito concordam com a submissão ao SciELO Preprints.