

Alinhamento Dinâmico da Engenharia de Produção 2

Carlos Alberto Braz
Janaina Cazini
(Organizadores)



Atena
Editora
Ano 2019

Carlos Alberto Braz
Janaina Cazini
(Organizadores)

Alinhamento Dinâmico da Engenharia de Produção 2

Atena Editora
2019

2019 by Atena Editora
Copyright © Atena Editora
Copyright do Texto © 2019 Os Autores
Copyright da Edição © 2019 Atena Editora
Editora Chefe: Prof^a Dr^a Antonella Carvalho de Oliveira
Diagramação: Rafael Sandrini Filho
Edição de Arte: Lorena Prestes
Revisão: Os Autores



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição Creative Commons. Atribuição 4.0 Internacional (CC BY 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Prof^a Dr^a Adriana Demite Stephani – Universidade Federal do Tocantins
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof^a Dr^a Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Faria – Universidade Estácio de Sá
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima
Prof. Dr. Fabiano Tadeu Grazioli – Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Prof^a Dr^a Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie di Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof^a Dr^a Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso
Prof^a Dr^a Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof^a Dr^a Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Universidade Federal do Maranhão
Prof^a Dr^a Miranilde Oliveira Neves – Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará
Prof^a Dr^a Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof^a Dr^a Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof^a Dr^a Sandra Regina Gardacho Pietrobon – Universidade Estadual do Centro-Oeste
Prof^a Dr^a Sheila Marta Carregosa Rocha – Universidade do Estado da Bahia
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof^a Dr^a Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Ciências Agrárias e Multidisciplinar

Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano
Prof^a Dr^a Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista
Prof^a Dr^a Diocléa Almeida Seabra Silva – Universidade Federal Rural da Amazônia
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof^a Dr^a Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Júlio César Ribeiro – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof^a Dr^a Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

Ciências Biológicas e da Saúde

Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás
Prof. Dr. Edson da Silva – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri
Profª Drª Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Profª Drª Magnólia de Araújo Campos – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

Ciências Exatas e da Terra e Engenharias

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto
Prof. Dr. Alexandre Leite dos Santos Silva – Universidade Federal do Piauí
Profª Drª Carmen Lúcia Voigt – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará
Prof. Dr. Juliano Carlo Rufino de Freitas – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Neiva Maria de Almeida – Universidade Federal da Paraíba
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)	
A287a	Alinhamento dinâmico da engenharia de produção 2 [recurso eletrônico] / Organizadores Carlos Alberto Braz, Janaina Cazini. – Ponta Grossa, PR: Atena Editora, 2019. – (Alinhamento Dinâmico da Engenharia de Produção; v. 2) Formato: PDF Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader Modo de acesso: World Wide Web Inclui bibliografia ISBN 978-85-7247-711-6 DOI 10.22533/at.ed.116191510 1. Engenharia de produção. I. Braz, Carlos Alberto. II. Cazini, Janaína. III. Série. CDD 658.5
Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422	

Atena Editora
Ponta Grossa – Paraná - Brasil
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br

Atena
Editora

Ano 2019

APRESENTAÇÃO

Quem disse que a teoria de longe representa a prática é porque ainda trabalha de forma empírica, por tentativa e erro, e potencialize o erro nessa história. É fato que o avanço tecnológico que estamos vivenciando como: - IA: Inteligência artificial, nanotecnologias e 4G, são frutos de estudos teórico-práticos que inicialmente foram idealizados, pesquisados e testados e agora estão mudando não só a forma como trabalhamos, mas também como estudamos e vivemos, é a Revolução 4.0.

É nesse contexto que o e-book “ Alinhamento Dinâmico da Engenharia de Produção 2” selecionou 20 artigos que apresentam estudos teórico-práticos – estudos de casos – que trazem resultados inquestionáveis da melhoria dos processos produtos e educacionais. Como o artigo “APLICAÇÃO DA TEORIA DAS RESTRIÇÕES EM UM SISTEMA DE CORTES DE FRASCO MÚLTIPLO” onde o estudo e aplicação da Teoria das Restrições no processo produtivo de 4 produtos em uma fábrica na Argentina, resultou em um aumento de 30% na produção e diminuição considerável nas horas ociosas de máquinas e processos.

Já o artigo “CAPACIDADE PRODUTIVA UTILIZANDO O ESTUDO DO TEMPO: ANÁLISE EM UMA METALÚRGICA DE EQUIPAMENTOS PARA NUTRIÇÃO ANIMA” de Goiás apresenta a cronoanálise de uma máquina e assim a eficácia de sua operação, clarificando para a organização dados para decisões de aumento ou diminuição da produção.

A necessidade de automatizar um setor ou processo, nasce da estratégia de manter-se no mercado e diminuir custos, entretanto, antes da decisão de robotizar uma área deve-se avaliar vários fatores: custos x benefícios, realocação de pessoal, clima organizacional, profissionais com expertise para operacionalizar e outros, neste sentido, o artigo “Viabilidade Econômica da Soldagem GMAW Robotizada em Intercooler de Alumínio na Substituição da Soldagem GMAW Manual” apresenta como ocorre um processo de mudança do operacional/manual para o robotizado com menor impacto para organização e seus colaboradores.

No âmbito educacional faz necessário transformações radicais na metodologia de ensino e nos conteúdos oficiais, para que os discentes possam acompanhar as mudanças tecnológicas e sociais, diante disso, tem-se nas práticas de extensão e atividades interdisciplinares possibilidades de promoção do empreendedorismo social e dos negócios de impacto social, bem como seu impacto para a vida acadêmica dos discentes e para as comunidades além dos muros das Universidades, como pode-se observar no artigo “UMA ANÁLISE DA EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA NA PROMOÇÃO DO EMPREENDEDORISMO SOCIAL E DOS NEGÓCIOS DE IMPACTO SOCIAL EM ENGENHARIA DE PRODUÇÃO: UM ESTUDO DE CASO UFAL”

A seleção e organização desses artigos atendem a expectativa dos leitores discentes de universidades – para apoiar-los na promoção de atividades teórico-práticas - bem como os leitores do universo corporativo que buscam incansavelmente

soluções inovadoras e prática para minimizar os custos e processos sem perde a essência da organização. Corroborando para o fortalecimento da parceria, EMPRESA-ESCOLA, como fonte propulsora do desenvolvimento social e tecnológico.

Carlos Alberto Braz

Janaina Cazini

SUMÁRIO

1 | INDÚSTRIA 4.0

CAPÍTULO 1 1

VIABILIDADE ECONÔMICA DA SOLDAGEM GMAW ROBOTIZADA EM INTERCOOLER DE ALUMÍNIO NA SUBSTITUIÇÃO DA SOLDAGEM GMAW MANUAL

Eduardo Carlos da Mota
Alex Sandro Fausto dos Santos

DOI 10.22533/at.ed.1161915101

2 | FERRAMENTAS DA QUALIDADE

CAPÍTULO 2 15

5W1H E 5 PORQUÊS: APLICAÇÃO EM PROCESSO DE ANÁLISE DE FALHA E MELHORIA DE INDICADORES

Kaique Barbosa de Moura
Letícia Ibiapina Fortes
Rhubens Ewald Moura Ribeiro
Alan Kilson Ribeiro Araújo
Carlos Alberto de Sousa Ribeiro Filho

DOI 10.22533/at.ed.1161915102

CAPÍTULO 3 25

APLICAÇÃO DE METODOLOGIA PARA REDUÇÃO DO TEMPO DE PROGRAMAÇÃO DE FERRAMENTAS DE FORJAMENTO DE PORCAS E PARAFUSOS

Franciele Caroline Gorges
Marcos Francisco Letka
Renato Cristofolini
Claiton Emilio do Amaral
Rosalvo Medeiros
Victor Rafael Laurenciano Aguiar
Gilson João dos Santos
Custodio da Cunha Alves
Emerson Jose Corazza
Ademir Jose Demétrio
Paulo Roberto Queiroz
Fabio Krug Rocha

DOI 10.22533/at.ed.1161915103

CAPÍTULO 4 38

AVALIAÇÃO E PROPOSIÇÃO DE MELHORIAS EM UMA FÁBRICA DE SORVETES LOCALIZADA NA CIDADE DE ASSÚ-RN: UTILIZAÇÃO DO ESTUDO DE TEMPOS E MAPEAMENTO DE PROCESSOS

Paulo Ricardo Fernandes de Lima
Luiza Lorenna de Souza Cavalcante
Izabele Cristina Dantas de Gusmão
Larissa Almeida Soares
Mariane Dalyston Silva
Richardson Bruno Carlos Araújo
Thais Cristina de Souza Lopes
Helisson Bruno Albano da Silva
Felix De Souza Neto
Christiane Lopes dos Santos

CAPÍTULO 5 53

BALANCEAMENTO DE LINHA DE PRODUÇÃO: APLICAÇÃO NA SEGREGAÇÃO DE RESÍDUOS DA CONSTRUÇÃO CIVIL

Kerolay Milesi Gonçalves
Felipe Fonseca Cavalcante
Carlos Eduardo Moreira Guarido
Carlos Rogério Domingos Araújo Silveira
Fabrício Polifke da Silva
Paula Fernanda Chaves Soares

DOI 10.22533/at.ed.1161915105

CAPÍTULO 6 64

CAPACIDADE PRODUTIVA UTILIZANDO O ESTUDO DO TEMPO: ANÁLISE EM UMA METALÚRGICA DE EQUIPAMENTOS PARA PRODUÇÃO DE RAÇÃO ANIMAL

Jordania Louse Silva Alves
Rodrigo Alves de Almeida
Darlan Marques da Silva

DOI 10.22533/at.ed.1161915106

CAPÍTULO 7 77

ESTUDO DE CONFIABILIDADE EM UMA LINHA DE PRODUÇÃO DE TELEFONES MÓVEIS

Natalia Gil Canto
Ingrid Marina Pinto Pereira
Bárbara Cortez da Silva
Joaquim Maciel da Costa Craveiro
Marcelo Albuquerque de Oliveira

DOI 10.22533/at.ed.1161915107

3 | GESTÃO

CAPÍTULO 8 90

APLICACIÓN DE LA TEORÍA DE LAS RESTRICCIONES EN UN SISTEMA DE MÚLTIPLES CUELLOS DE BOTELLA

Claudia Noemí Zarate
María Betina Berardi
Alejandra María Esteban

DOI 10.22533/at.ed.1161915108

CAPÍTULO 9 100

APLICAÇÃO DE METODOLOGIAS DE CUSTEIO EM EMPRESAS DE SERVIÇOS DO SEGMENTO TÉCNICO-PROFISSIONAL

Rüdiger Teixeira Pfrimer
Juliana Schmidt Galera

DOI 10.22533/at.ed.1161915109

4 | LOGÍSTICA

CAPÍTULO 10 114

AUDITORIA LOGÍSTICA EM MICRO E PEQUENAS EMPRESAS LOCALIZADAS NO LITORAL NORTE

PAULISTA

Roberto Costa Moraes
Juliete Micol Gouveia Seles

DOI 10.22533/at.ed.11619151010

CAPÍTULO 11 130

CONSTRUÇÃO NAVAL BRASILEIRA: PERSPECTIVAS E OPORTUNIDADES A PARTIR DO DESENVOLVIMENTO DA CAPACIDADE OPERACIONAL

Maria de Lara Moutta Calado de Oliveira
Sergio Iaccarino
Elidiane Suane Dias de Melo Amaro
Daniela Didier Nunes Moser
Eduardo de Moraes Xavier de Abreu

DOI 10.22533/at.ed.11619151011

5 | GESTÃO

CAPÍTULO 12 143

ERGONOMIA: ESTUDO DA QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO DOS RECEPCIONISTAS DE UM HOSPITAL NO MUNICÍPIO DE REDENÇÃO-PA

Alana Pereira Santos
Jheniffer Helen Martins da Silva
Fábia Maria de Souza

DOI 10.22533/at.ed.11619151012

CAPÍTULO 13 157

ESTUDO DA APLICAÇÃO DE RESÍDUOS NA FABRICAÇÃO DE PISOS TÁTEIS

Dayvson Carlos Batista de Almeida
Bianca Maria Vasconcelos Valério
Béda Barkokébas Junior
Lorena Maria da Silva Gonçalves
Amanda de Moraes Alves Figueira

DOI 10.22533/at.ed.11619151013

CAPÍTULO 14 167

FOMENTO DO CONTEÚDO NACIONAL E DESENVOLVIMENTO DA CADEIA PRODUTIVA: UM ESTUDO DE CASO NA INDÚSTRIA NAVAL

Maria de Lara Moutta Calado de Oliveira
Daniela Didier Nunes Moser
Elidiane Suane Dias de Meloamaro
Sergio Iaccarino
Marcos André Mendes Primo

DOI 10.22533/at.ed.11619151014

CAPÍTULO 15 183

O CAPITAL INTELECTUAL NAS EMPRESAS - METODOLOGIAS PARA AVALIAÇÃO E MENSURAÇÃO FINANCEIRA

Roberto Righi

DOI 10.22533/at.ed.11619151015

CAPÍTULO 16 194

QUESTÕES ÉTICAS, RELIGIÃO E AS DIFERENTES PERSPECTIVAS DOS INDIVÍDUOS NA

GESTÃO EMPRESARIAL

Simone Maria da Silva Lima

Danielle Freitas Santos

DOI 10.22533/at.ed.11619151016

CAPÍTULO 17 203

SISTEMATIZAÇÃO DE ANÁLISE DA PERCEPÇÃO DE VALOR PELO PACIENTE EM SERVIÇOS DE SAÚDE

Maria Lydia Nogueira Espenchitt

Andrea Cristina dos Santos

DOI 10.22533/at.ed.11619151017

CAPÍTULO 18 215

UMA ABORDAGEM DINÂMICA PARA O PROBLEMA DE AQUISIÇÃO DE COMBUSTÍVEIS CONSIDERANDO INCERTEZAS DE PREÇO E DEMANDA

Guilherme Avelar Duarte

Marco Antonio Bonelli Junior

Matheus de Araujo Butinholi

Nathália Regina Silva Vieira

Williane Cristina Ribeiro

DOI 10.22533/at.ed.11619151018

6 | INCLUSÃO SOCIAL

CAPÍTULO 19 227

ESTUDO E APLICAÇÃO DO MAPEAMENTO DO FLUXO DE VALOR PARA O SERVIÇO 4.0 SUSTENTÁVEL NA GASTRONOMIA

Henrique Hideki Kato

Ricardo Luiz Ciuccio

DOI 10.22533/at.ed.11619151019

7 | EMPREENDEDORISMO

CAPÍTULO 20 240

UMA ANÁLISE DA EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA NA PROMOÇÃO DO EMPREENDEDORISMO SOCIAL E DOS NEGÓCIOS DE IMPACTO SOCIAL EM ENGENHARIA DE PRODUÇÃO: UM ESTUDO DE CASO UFAL

Danisson Luiz dos Santos Reis

Eliana Silva de Almeida

DOI 10.22533/at.ed.11619151020

CAPÍTULO 21 251

A ESCOLHA DA ESTRATÉGIA DE POLICIAMENTO EM FUNÇÃO DA DEMANDA CRIMINAL: UM MODELO PROBABILÍSTICO DE TÓPICOS

Marcio Pereira Basilio

Valdecy Pereira

DOI 10.22533/at.ed.11619151021

SOBRE OS ORGANIZADORES..... 265

ÍNDICE REMISSIVO 266

QUESTÕES ÉTICAS, RELIGIÃO E AS DIFERENTES PERSPECTIVAS DOS INDIVÍDUOS NA GESTÃO EMPRESARIAL

Simone Maria da Silva Lima

Universidade Federal de Pernambuco, Depto de Engenharia de Produção
Recife, Pernambuco

Danielle Freitas Santos

Universidade Federal de Pernambuco, Depto de Engenharia de Produção
Recife, Pernambuco

RESUMO: Cada vez mais as questões éticas assumem um papel de relevância no processo decisório organizacional. A identificação e análise dessas práticas pode configurar em um fator de vantagem competitiva para as organizações modernas. Nesse sentido, a presente pesquisa objetivou a análise de diferentes julgamentos dos indivíduos em relação ao comportamento ético das organizações, de modo a verificar eventuais perspectivas individuais sobre ética empresarial e a influência da religiosidade neste contexto. Para tanto, efetivou-se a aplicação de um survey auto administrado, em uma amostra de 250 respondentes, composta por alunos e colaboradores de uma instituição federal de ensino superior no Brasil. De forma geral, não houve evidência de forte correlação entre ética e religião para a amostra avaliada, entretanto uma das hipóteses levantadas mostrou-se significativa ao avaliar que preocupações éticas

precisam ser observadas pelas organizações mesmo que possam afetar negativamente seu desempenho financeiro. Atenção as questões éticas e à percepção dos consumidores mostra-se como importante tema para ser aprofundado pelas organizações na condução de seus negócios.

PALAVRAS-CHAVE: Ética empresarial; Religião; Comportamento organizacional.

ETHICAL ISSUES, RELIGION AND THE DIFFERENT PERSPECTIVES OF INDIVIDUALS IN BUSINESS MANAGEMENT

ABSTRACT: Increasingly, ethical issues take an important role in the organizational decision-making process. The identification and analysis of these practices may be a competitive advantage factor for modern organizations. In this sense, the present research aimed to analyze different judgments of individuals regarding the ethical organizational behavior, in order to verify possible individual perspectives on business ethics and the influence of religiosity in this context. Therefore, a self-administered survey was applied in a sample with 250 respondents: students and employees of one federal institution of higher education in Brazil. In general, there was no evidence of a strong correlation between ethics and religion

for the sample evaluated, however one of the hypotheses analyzed was significant noticing that ethical concerns need to be observed by organizations even though they may negatively affect their financial performance. Attention to ethical issues and consumer perception shows up as an important topic to be evaluated by organizations management.

KEYWORDS: Business ethics; Religion; Organizational behavior.

1 | INTRODUÇÃO

As constantes mudanças organizacionais oriundas das exigências de mercado e das transformações econômicas e sociais ampliaram o papel do consumidor no contexto organizacional. Hoje, cada vez mais as empresas visam atender e superar as expectativas de seus clientes, que estão cada vez mais conectados com práticas organizacionais sustentáveis, ações de responsabilidade social e condutas éticas.

Segundo Almeida (2007), no contexto organizacional, a ética analisa os códigos morais que orientam as decisões empresariais, na medida em que estas afetam as pessoas e a comunidade, partindo de um conjunto socialmente aceito de direitos e obrigações individuais e coletivos. Organizações éticas admitem um comportamento socialmente aceito, com práticas e políticas alinhadas com valores sociais, de forma a fomentar suas atividades e estratégias em uma conduta baseada na responsabilidade social.

Dessa forma, qualquer reflexão sobre ética não pode ser dissociada da compreensão da natureza humana, do contexto histórico e das ideologias instauradas na sociedade (SANCHES; SCARPI, 2005). Nesse sentido, uma perspectiva que vem sendo tratada na literatura em relação aos aspectos éticos organizacionais é a associação ética e religião, ou seja, a religião como influenciadora dos julgamentos éticos dos indivíduos no processo decisório de compra (HUNT; VITELL, 2006; CRAFT, 2013; CHOWDHURY; FERNANDO 2013; ARLI, 2017).

A partir disso, o presente estudo teve como objetivo avaliar as atitudes dos indivíduos em relação ao comportamento ético das empresas multinacionais e a influência da religião neste contexto. Para tanto, realizou-se a aplicação de questionários não-estruturados com uma amostra de 250 respondentes. O tratamento dos dados foi viabilizado por meio de análise descritiva, análise de correlação e teste de hipóteses.

2 | REFERENCIAL TEÓRICO

A ética estuda os códigos de valores que determinam o comportamento e influencia a tomada de decisões em um determinado contexto. Estes códigos têm por base um conjunto tendencialmente consensual de princípios morais, que determinam o que deve ou não deve ser feito em função do que é considerado certo ou errado por determinada comunidade (ALMEIDA, 2007).

A ética organizacional tem se mostrado um ponto significativo na decisão de compra dos consumidores. O consumidor moderno avalia não apenas critérios tradicionais como preço, confiabilidade, qualidade, etc., na sua decisão de compra, mas está preocupado também com aspectos morais e sociais. Nesse contexto, tem-se o conceito de 'produto ético' inclui um conjunto de elementos adicionais que admitem relevância para os consumidores, como os impactos ambientais ocasionados pelo processo produtivo, o bem-estar dos colaboradores, as implicações comunitárias, doações, questões sustentáveis, entre outros (CRANE, 2001). Abrange, assim, critérios que cada vez mais fazem parte da tomada de decisão do consumidor. Carrigan e Attalla (2001) estabelecem algumas implicações gerenciais relativas ao consumo ético:

- Embora os consumidores possam expressar um desejo de apoiar empresas éticas e punir empresas antiéticas, seu comportamento de compra real, muitas vezes não é afetado por preocupações éticas;
- Ter conhecimento sobre o comportamento antiético das organizações, não necessariamente leva o consumidor a boicotar empresas antiéticas ou seus produtos;
- Muitos consumidores permanecem desinformados sobre o comportamento antiético das empresas, e tem um conhecimento limitado sobre o comportamento antiético. No entanto, para serem eficazes, futuras informações éticas de marketing devem ser transmitidas de uma maneira que não mais confundam ou alienem os consumidores;
- Consumidores expressam sua vontade de comprar eticamente, mas não querem ser incomodados ao fazê-lo;
- Muitos consumidores são motivados por interesses próprios sobre a diferenciação por razões éticas entre as empresas. As empresas precisam encontrar maneiras de convencer os consumidores sobre a sua integridade ética;
- Preço, qualidade e valor superam critérios éticos no comportamento de compra dos consumidores;
- Os consumidores precisam ser convencidos de que seu comportamento de compra pode fazer a diferença em termos éticos, a fim de ser convencidos a comprarem.

Estas implicações evidenciam que os gestores precisam estar atentos a essas lacunas entre ética e comportamento organizacional, de forma a buscar um alinhamento entre essas práticas, visando a fidelização dos clientes e ampliação de mercado. Outro aspecto associado às questões éticas corresponde à religião que é considerada importante para uma grande quantidade de pessoas em uma base mundial e afeta o comportamento e as decisões de compra (SEDIKIDES, 2010; ARLI; PEKERTI, 2017).

Alguns estudos na literatura relacionam os indivíduos, as relações de consumo, a religiosidade e a questão ética (CLARK; DAWSON, 1996; CONROY; EMERSON, 2004; O'FALLON; BUTTERFIELD, 2005; VITELL, 2009; SCHNEIDER *et al.*, 2011; SWIMBERGHE *et al.*, 2011; CRAFT, 2013; CHOWDHURY; FERNANDO 2013; ARLI,

2017). Clark e Dawson (1996) examinaram a relação entre religião e questões éticas, e verificaram uma influência significativa da religiosidade nos julgamentos éticos, especialmente no grupo de indivíduos com forte influência religiosa. Chowdhury e Fernando (2013) observaram que o bem-estar espiritual influencia a percepção ética dos consumidores em diferentes níveis, a depender das dimensões éticas consideradas.

Arli e Pekerti (2017) avaliaram se haveria diferença entre indivíduos religiosos e não-religiosos na Indonésia e Austrália. Os resultados sugerem que consumidores religiosos têm convicções éticas mais fortes e tendem mais ao idealismo que ao relativismo em comparação aos consumidores não-religiosos. Swimberghe *et al.* (2011) avaliaram consumidores cristãos, e estabeleceram uma relação entre o compromisso religioso e o comportamento ativista e de participação em boicotes. Desse modo, percebe-se a relevância da temática religião em relação ao comportamento ético organizacional e a atitude do consumidor.

3 | METODOLOGIA

A pesquisa admite característica exploratório-descritiva. Quanto à abordagem do problema, caracteriza-se como quantitativa, ou seja, viabiliza a tradução em números, de opiniões e informações para classificá-las e analisá-las, através do uso de recursos e de técnicas estatísticas (Silva; Menezes, 2001). No que se refere aos procedimentos técnicos, utilizou-se a aplicação de questionários *online* como suporte no levantamento de dados.

O questionário foi composto de 16 questões mediante 7 escalas de mensuração, abrangendo assertivas relacionadas as atitudes dos indivíduos com respeito ao comportamento ético empresarial. Esse tipo de *survey* caracteriza-se como um estudo transversal, onde os elementos são medidos uma só vez durante o processo de investigação (HAIR JR. *et al.*, 2005).

A consistência interna e confiabilidade das escalas utilizadas no questionário desta pesquisa foram avaliadas através do *Alfa de Cronbach* (CRONBACH, 1951; MAROCO; GARCIA-MARQUES, 2006). As questões sobre ética avaliadas neste trabalho obtiveram valores do *Alfa de Cronbach* em torno de 0,8, evidenciando a adequação e confiabilidade do instrumento de coleta de dados.

A população pesquisada foi composta por alunos e funcionários (técnico-administrativos) de uma instituição federal de ensino superior no Brasil que possui cerca de 30 mil alunos e aproximadamente 2.500 funcionários técnico-administrativos. A amostra final foi composta por 250 participantes, e é caracterizada por ser não probabilística intencional, dessa forma, os resultados obtidos não podem ser estendidos para toda população. O estudo ainda se preocupou em agregar participantes de todos os centros acadêmicos visando uma melhor representatividade da população.

O tratamento dos dados foi realizado mediante uma análise descritiva dos respondentes, além da efetivação de uma análise de correlação e de um teste de hipótese (MARTINS, 2009; DOANE; SEWARD, 2008) visando verificar a conformidade do contexto proposto pela pesquisa.

4 | RESULTADOS

4.1 Análise socioeconômica dos respondentes

Primeiramente, efetivou-se uma análise do perfil socioeconômico da amostra respondente. A amostra final deste estudo teve um total de 250 respondentes: 62,4% do gênero masculino e 37,6% do gênero feminino, com uma idade média de 26 anos e moda de 21 anos, contemplando distintos níveis de escolaridade (ensino médio, graduação, mestrado e doutorado). Em relação ao nível de renda, a amostra tem representantes de diversas classes sociais: 12% dos respondentes descreveram sua renda pessoal como alta; 51,2% como média e 36,8% se consideram com um nível de renda baixo.

Em relação ao contexto religioso, verificou-se que 68% dos respondentes afirmaram ter alguma religião, enquanto que 32% declararam não ter nenhuma religião. Aos religiosos, adicionalmente foi investigada a frequência da participação em atividades religiosas, e nesse sentido, observou-se que 34% dos respondentes afirmam participar de atividades religiosas regularmente (ao menos uma vez por semana); 15% estão envolvidos com atividades religiosas poucas vezes por ano (apenas em dias santos); e 51% indicaram que nunca participam de atividades religiosas.

4.2 Associação entre ética e religião no comportamento organizacional

Foi possível verificar um nível significativo de correlação entre os princípios éticos abordados na pesquisa (Tabela 1). Dessa forma, evidencia-se que os consumidores avaliados consideram importantes padrões de comportamento ético por parte das organizações. Assim, as organizações precisam ter um compromisso com princípios éticos bem definidos, fomentar sua conduta nesses fundamentos éticos e buscar um alinhamento entre esse padrão ético e os objetivos organizacionais.

	Preocupações éticas	Princípios éticos como prioridade	Princípios éticos bem definidos	Padrões éticos
Preocupações éticas	1,000			
Princípios éticos como prioridade	0,418**	1,000		
Princípios éticos bem definidos	0,248**	0,368**	1,000	
Padrões éticos	0,271**	0,310**	0,403**	1,000

Tabela 1 - Correlações: princípios éticos

**Correlações significantes para $p < 0,01$

Na Tabela 2 podem ser observadas as correlações associando religião e ética com apenas três correlações significantes e de baixo valor, não evidenciando forte relação entre conduta religiosa e a influencia na percepção dos consumidores sobre aspectos éticos no comportamento organizacional.

	Preocupações éticas	Princípios éticos como prioridade	Princípios éticos bem definidos	Padrões éticos
Ter religião	-0,133*	0,062	0,049	-0,005
Participar de atividades religiosas	-0,110	0,130*	0,112	-0,030
Orar/rezar	-0,155*	0,054	0,075	-0,038

Tabela 2 - Correlação: religião versus ética

*Correlações significantes para $p < 0,05$

O estudo também avaliou a relação entre comportamento ético das organizações, religião e o desempenho financeiro. Para tanto, utilizou-se o teste Qui-Quadrado (X^2) de independência (MARTINS, 2009; DOANE; SEWARD, 2008). Foram propostas as avaliações das seguintes hipóteses (H_0):

- Hipótese I: A crença de que as empresas multinacionais devem permitir que preocupações éticas afetem negativamente o desempenho financeiro não é influenciada pela religião;
- Hipótese II: A crença de que as empresas multinacionais devem certificar-se que o respeito aos princípios éticos tem prioridade sobre o desempenho financeiro não é influenciada pela religião;
- Hipótese III: A crença de que as empresas multinacionais devem comprometer-se com princípios éticos bem definidos não é influenciada pela religião;
- Hipótese IV: A crença de que as empresas multinacionais devem evitar comprometer os padrões éticos para alcançar os objetivos da empresa não é influenciada pela religião.

A tabela 3 apresenta os resultados do teste qui-quadrado. Pode-se afirmar estatisticamente que a hipótese I (acreditar que as empresas multinacionais devem permitir que preocupações éticas afetem negativamente o desempenho financeiro) tem relação de dependência com a religião dos indivíduos, para um nível de significância de 0,05. Além disso, não há indicação de relação significativa para os demais itens avaliados (hipóteses II, III e IV).

Hipótese	Graus de liberdade	X^2 crítico	X^2 calculado	valor p	Avaliação
I	6	12,59	13,4603	0,036281	Rejeita H_0
II	6	12,59	7,66013	0,264075	Não rejeita H_0
III	6	12,59	2,09237	0,911011	Não rejeita H_0
IV	6	12,59	7,04182	0,316997	Não rejeita H_0

Tabela 3 - Resultado do teste de hipóteses

4.3 Discussões dos resultados

Em relação aos aspectos que avaliam como os indivíduos acreditam que as empresas devem se comportar eticamente houve uma correlação estatística significativa entre as variáveis analisadas, assim, os respondentes, de modo geral, concordam que as organizações devem relacionar negócios e ética, buscando um alinhamento efetivo entre princípios éticos e os objetivos organizacionais. Apesar disso, não houve uma confirmação estatística significativa de que a religiosidade possa efetivamente direcionar a percepção do consumidor em relação ao comportamento ético organizacional.

O fato da amostra avaliada ser composta em sua maior parte por respondentes mais jovens e com nível educacional mais elevado, evidenciou que esse público se encontra mais preocupado com questões associadas ao comportamento ético das organizações. Sendo assim, fica evidente que esse novo perfil de consumidor é mais exigente e tem acesso a mais informação sobre o desempenho das organizações, dessa forma, as empresas precisam cada vez mais se adaptar a essas mudanças.

Uma associação que se mostrou significativa relacionou a religiosidade e a crença de que as empresas devem permitir que preocupações éticas possam inclusive afetar negativamente seu desempenho financeiro, indicando que a conduta religiosa pode ser um item a influenciar a percepção dos clientes quanto ao comportamento ético das organizações.

5 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

Direcionar uma maior atenção as questões éticas organizacionais e à percepção dos consumidores quanto a esses aspectos pode configurar em um diferencial competitivo para as organizações. As mudanças nos perfis dos consumidores trazem novas perspectivas de atuação para as empresas, que não sejam exclusivamente a redução de custos e a lucratividade.

Uma das hipóteses avaliadas mostrou-se significativa ao relacionar religião e a crença dos indivíduos de que as empresas multinacionais podem até permitir que preocupações éticas afetem negativamente o desempenho financeiro. Isso evidencia a preocupação dos consumidores com aspectos relacionados à sustentabilidade e responsabilidade social. Contudo, não houve de forma geral uma confirmação efetiva da associação direta da conduta religiosa com a percepção dos consumidores sobre práticas organizacionais mais éticas.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Filipe Jorge Ribeiro de. Ética e desempenho social das organizações: um modelo teórico de análise dos fatores culturais e contextuais. **Rev. adm. contemp.**, Curitiba, v.11, n.3, p.105-125, 2007.

- ARLI, D.; PEKERTI, A. Who is more ethical? Cross-cultural comparison of consumer ethics between religious and non-religious consumers. **Journal of Consumer Behaviour**, v.16: p.82–9, 2017.
- ARLI, Denni. Does ethics need religion? Evaluating the importance of religiosity in consumer Ethics. **Marketing Intelligence & Planning**, v.35, n.2, p.205-221, 2017.
- CARRIGAN; Marylyn; ATTALLA, Ahmad. The myth of the ethical consumer – do ethics matter in purchase behaviour? **Journal of Consumer Marketing**, v.18, n.7, p.560–578, 2001.
- CHOWDHURY, Rafi M. M. I.; FERNANDO, Mario. The Role of Spiritual Well-Being and Materialism in Determining Consumers' Ethical Beliefs: An Empirical Study with Australian Consumers. **Journal of Business Ethics**, v.113, p.61–79, 2013.
- CLARK, J. W.; DAWSON, L. E. Personal Religiousness and Ethical Judgments: An Empirical Analysis. **Journal of Business Ethics**, v.15, p.359–372, 1996.
- CONROY, S. J.; EMERSON, T. L. N. Business ethics and religion: Religiosity as a predictor of ethical awareness among students. **Journal of Business Ethics**, v.50, n.4, p.383–396, 2004.
- CRAFT, Jana L. A. Review of the Empirical Ethical Decision-Making Literature: 2004–2011. **Journal of Business Ethics**, v.117, p.221–259, 2013.
- CRANE, Andrew Unpacking the Ethical Product. **Journal of Business Ethics**. v.30, p.361–373, 2001.
- CRONBACH, L. Coefficient alpha and the internal structure of tests. **Psychometrika**, v.16, n.3, p.297–334, 1951.
- DOANE, David P.; SEWARD, Lori E. **Estatística aplicada à administração e à economia**. São Paulo: McGraw-Hill, 2008.
- HAIR JR., J.F.; BABIN, B.; MONEY, A.H.; SAMOUEL, P. **Fundamentos de métodos de pesquisa em administração**. Porto Alegre: Bookman, 2005.
- HUNT, S. D.; VITELL, S. J. The General Theory of Marketing Ethics: A Revision and Three Questions. **Journal of Macromarketing**, vol.26, n.2, p.143–153, December, 2006.
- MAROCO, João; GARCIA-MARQUES, Teresa. Qual a fiabilidade do alfa de Cronbach? Questões antigas e soluções modernas? **Laboratório de Psicologia**, v.4, n.1, p.65–90, 2006.
- MARTINS, Gilberto de Andrade. **Estatística geral e aplicada**. 3ª edição. São Paulo: Atlas, 2009.
- O'FALLON, Michael J.; BUTTERFIELD, Kenneth D. A Review of the Empirical Ethical Decision-Making Literature: 1996–2003. **Journal of Business Ethics**, v.59, p.375–413, 2005.
- SANCHES, M. A.; SCARPI, M. J. Ética organizacional: um estudo em clínicas oftalmológicas. **Arq Bras Oftalmol**, v. 68, n.6, p.807-13; 2005.
- SCHNEIDER, H.; KRIEGER, J.; BAYRAKTAR, A. The Impact of Intrinsic Religiosity on Consumers' Ethical Beliefs: Does It Depend on the Type of Religion? A Comparison of Christian and Moslem Consumers in Germany and Turkey. **Journal of Business Ethics**, v.102, p.319–332, 2011.
- SEDIKIDES, C. Why does religiosity persist? **Personality and Social Psychology Review**, v. 14, n.1, p.3–6, 2010.
- SILVA, E. L. MENEZES, E. M. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. 3. ed. Florianópolis: Laboratório de Ensino a Distância da UFSC, 2001.

SWIMBERGHE, K.; FLURRY, L.A; PARKER, J.M. Consumer Religiosity: Consequences for Consumer Activism in the United States. **Journal of Business Ethics**, v.103, p.453–467, 2011.

VITELL, Scott J. The Role of Religiosity in Business and Consumer Ethics: A Review of the Literature. **Journal of Business Ethics**, v.90, p.155–167, 2009.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Alumínio 1, 2, 4, 5, 13

Análise de falhas 87

Automação 1, 2, 3, 5, 12, 13

B

Balanceamento de linha 53, 54, 56

C

Cadeia de produção naval 171, 179

Capacidade 4, 13, 20, 22, 45, 46, 51, 55, 57, 64, 65, 76, 77, 80, 82, 87, 117, 124, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 139, 140, 141, 146, 159, 173, 178, 179, 181, 185, 190, 206, 225, 229, 243, 244

Capacidade de produção 64, 65, 80

Confiabilidade 21, 36, 77, 78, 80, 81, 82, 84, 85, 86, 87, 88, 163, 189, 196, 197

Conteúdo nacional 131, 167, 168, 175

Controle da produção 25, 26, 28, 37, 51

Cronoanálise 38, 40, 41, 47, 48, 51, 52

Custeio ABC 100, 102, 103, 113

Custos de Soldagem 1, 2, 3, 7, 8, 13

D

Demolição 53, 54, 55, 56, 58, 161

Diagrama Homem-Máquina 38, 48, 51

E

Eficiência 9, 10, 21, 23, 39, 50, 53, 54, 55, 60, 61, 62, 63, 67, 75, 108, 144, 149, 163, 188, 192, 204, 224, 265

Equipamentos para fábrica de ração 64

Estudo de tempos 38, 39, 40, 47, 50, 63, 64, 65, 67, 76

F

Fábrica de sorvetes 38, 39

Falhas 18, 19, 23, 41, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 84, 86, 87, 88, 115, 116, 118, 209

Ferramenta 5W1H 15, 16, 17, 20, 22

Ferramenta 5W2H 17, 38, 42, 50, 51

Ferramentas da qualidade 27, 36

Fluxo 4, 7, 40, 42, 48, 51, 55, 57, 58, 63, 102, 137, 163, 208, 209, 227, 228, 230, 231, 234, 238, 243

G

Gestão de ativos físicos 90

Gestão de estoques 114, 116, 117, 120

I

Indicadores 15, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 80, 109, 116, 119, 120, 123, 151, 180, 188, 192, 226, 247

Indústria 15, 17, 24, 51, 65, 77, 130, 139, 142, 167, 168, 169, 170, 171, 172, 173, 174, 175, 180, 181, 227, 228, 229, 230, 231, 234, 245

Indústria 4.0 227, 228, 229, 230, 231, 234

Intercooler 1, 4, 5, 7

K

Kaizen 228, 234

L

Lean Manufacturing 13

Logística 57, 59, 81, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 127, 128, 129, 226, 248

M

Mag 14

Manutenção 7, 8, 9, 10, 15, 16, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 77, 78, 80, 81, 87, 88, 89, 101, 108, 109, 110, 117, 121, 123, 216, 219, 221, 245, 265

Mapeamento 17, 38, 41, 43, 50, 51, 55, 58, 209, 227, 228, 230, 231, 232, 233, 234, 237, 238, 245

Mapeamento de processos 38, 41, 51

Meio ambiente 56, 140, 161, 166, 245

Melhoria 15, 18, 23, 26, 30, 40, 41, 42, 50, 51, 53, 55, 57, 75, 76, 82, 116, 120, 126, 128, 130, 132, 135, 136, 137, 139, 140, 165, 167, 168, 169, 176, 177, 180, 185, 204, 209, 227, 228, 230, 234, 237, 238, 245, 247

Melhoria contínua 23, 51, 55, 180, 204, 228

Mig 14

Mix de produtos 90

Modernização 131, 169, 175

O

Organização 18, 19, 21, 22, 38, 41, 44, 50, 63, 65, 103, 112, 117, 118, 121, 128, 133, 134, 140, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 152, 153, 154, 166, 176, 185, 186, 188, 192, 214, 229, 234, 237, 249

Otimização 1, 53, 54, 55, 63, 212, 226, 227, 228, 248

Otimização de processo 54

P

PCP 25, 26, 27, 28, 29, 34, 36

PDCA 17, 25, 26, 27, 29, 30, 31, 36, 37

Performance 18, 77, 78, 141, 142, 144, 195

Processo 1, 2, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 15, 16, 17, 18, 19, 22, 23, 26, 27, 28, 29, 30, 38, 39, 40, 41, 42, 44, 45, 46, 50, 51, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 62, 63, 65, 66, 70, 71, 72, 77, 78, 79, 82, 84, 85, 86, 87, 101, 102, 103, 106, 107, 108, 109, 110, 111, 112, 118, 127, 128, 131, 134, 136, 137, 138, 139, 140, 147, 158, 162, 166, 168, 171, 172, 173, 174, 176, 184, 187, 188, 194, 195, 196, 197, 207, 208, 209, 213, 214, 217, 218, 219, 220, 221, 223, 227, 228, 229, 230, 231, 232, 233, 234, 237, 238, 240, 243, 244, 248, 253, 254, 255, 256, 257, 261, 262, 265

Processo GMAW 1, 4, 11, 12

Q

Qualidade 2, 3, 13, 14, 17, 20, 21, 22, 23, 25, 26, 27, 28, 29, 31, 36, 37, 39, 41, 49, 57, 75, 78, 80, 88, 117, 125, 127, 134, 137, 138, 139, 140, 143, 144, 145, 146, 147, 149, 150, 151, 154, 155, 156, 163, 168, 172, 175, 180, 196, 204, 205, 206, 207, 208, 213, 214, 228, 229, 245, 248, 265

R

Recepcionistas 143, 144, 150, 151, 152, 153, 154, 155

Resíduo de construção 53, 54, 55, 56

Robô 5

Robótica 1, 14

S

Serviços 41, 51, 65, 76, 100, 101, 102, 103, 104, 111, 113, 115, 143, 151, 161, 171, 173, 185, 188, 189, 203, 204, 205, 206, 207, 208, 209, 212, 213, 214, 227, 228, 229, 238, 242, 244, 245, 248, 251, 252, 253

SMD 77, 78, 79, 85

Solda 4, 5, 7, 8, 9, 65, 78, 79

Sustentabilidade 24, 163, 164, 166, 200, 248

T

TOC 90, 91, 92, 93, 97

Agência Brasileira do ISBN

ISBN 978-85-7247-711-6



9 788572 477116