

João Dallamuta
Luiz César de Oliveira
Henrique Ajuz Holzmann
(Organizadores)



Administração, Empreendedorismo e Inovação 5

João Dallamuta
Luiz César de Oliveira
Henrique Ajuz Holzmann
(Organizadores)



Administração, Empreendedorismo e Inovação 5

2019 by Atena Editora
Copyright © Atena Editora
Copyright do Texto © 2019 Os Autores
Copyright da Edição © 2019 Atena Editora
Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira
Diagramação: Lorena Prestes
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

Profª Drª 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 Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª 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
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionale delle Figlie di Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Profª Drª Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Universidade Federal do Maranhão
Profª Drª Miranilde Oliveira Neves – Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Sandra Regina Gardacho Pietrobom – Universidade Estadual do Centro-Oeste
Profª Drª 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
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Ciências Agrárias e Multidisciplinar

Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano
Prof. Dr. Antonio Pasqualetto – Pontifícia Universidade Católica de Goiás
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Profª Drª Diocléa Almeida Seabra Silva – Universidade Federal Rural da Amazônia
Prof. Dr. Écio Souza Diniz – Universidade Federal de Viçosa
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Profª Drª 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
Profª Drª 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)	
A238	Administração, empreendedorismo e inovação 5 [recurso eletrônico] / Organizadores João Dallamuta, Luiz César de Oliveira, Henrique Ajuz Holzmann. – Ponta Grossa, PR: Atena Editora, 2019. – (Administração, Empreendedorismo e Inovação; v. 5) Formato: PDF Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader Modo de acesso: World Wide Web Inclui bibliografia ISBN 978-85-7247-776-5 DOI 10.22533/at.ed.765191111 1. Administração. 2. Empreendedorismo. 3. Inovações tecnológicas. I. Dallamuta, João. II. Oliveira, Luiz César de. III. Holzmann, Henrique Ajuz. IV. Série. CDD 658.421
Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422	

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

APRESENTAÇÃO

Esta obra é composta por pesquisas realizadas por professores de cursos de gestão. Optamos por uma abordagem multidisciplinar por acreditarmos que esta é a realidade da pesquisa em nossos dias.

Optamos pela separação em áreas amplas de conhecimento. No volume 1, trabalhos com uma abordagem empreendedora. No volume 2, trabalhos com vertentes em comportamento do consumidor e mercados. E no volume 3 uma abordagem gerencial ampla.

A realidade é que não se consegue mais compartimentar áreas do conhecimento dentro de fronteiras rígidas, com a mesma facilidade do passado recente. Se isto é um desafio para trabalhos de natureza mais burocrática como métricas de produtividade e indexação de pesquisa, para os profissionais modernos está mescla é bem-vinda, porque os desafios da multidisciplinariedade estão presentes no mercado e começam a ecoar no ambiente mais ortodoxo da academia.

Aos autores e editores, nosso agradecimento pela oportunidade de organização da obra, críticas e sugestões são sempre bem-vindas.

Boa leitura

João Dallamuta
Luiz César de Oliveira
Henrique Ajuz Holzmann

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
COMPORTAMENTO DE COMPRA DAS GERAÇÕES Y E Z NO VESTUÁRIO Oswaldo Daniel dos Santos Pinheiro DOI 10.22533/at.ed.7651911111	
CAPÍTULO 2	19
COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR DE ATIVIDADES FÍSICAS DESPORTIVAS EM ACADEMIAS DE GINÁSTICA Silvana Saionara Gollo Angelita Freitas da Silva Keila Cristina Rosa Rayssa Oliveira Priscila Serrão DOI 10.22533/at.ed.7651911112	
CAPÍTULO 3	34
A PERSONALIDADE DA MARCA CURITIBA DO PONTO DE VISTA DOS MORADORES NATIVOS E NÃO NATIVOS NA CIDADE Elaine Cristina Arantes Consuelo Pontarolo DOI 10.22533/at.ed.7651911113	
CAPÍTULO 4	47
A INFLUÊNCIA DO PRECONCEITO NA DECISÃO DE ESCOLHA DO CONSUMIDOR Bárbara Conte George Bedinelli Rossi DOI 10.22533/at.ed.7651911114	
CAPÍTULO 5	59
TRAÇOS DE PERSONALIDADE E PERSISTÊNCIA DISCENTE EM CURSOS DE GRADUAÇÃO NA MODALIDADE A DISTÂNCIA Lívia Teixeira Lemos Ariana Da Rós Soprani Teresa Cristina Janes Carneiro DOI 10.22533/at.ed.7651911115	
CAPÍTULO 6	71
TRAJETÓRIAS DE CARREIRA, COMPROMETIMENTO E PERCEPÇÃO DE SUCESSO COM E NA CARREIRA: UM ESTUDO COM POLICIAIS MILITARES DA CIDADE DE BELO HORIZONTE Rodrigo Barreto Esquarcio DOI 10.22533/at.ed.7651911116	
CAPÍTULO 7	89
MÃES EM TEMPOS DE CIBERCULTURA: MATERNIDADE, INTERNET E CONSUMO Gabriela Rocha Barros Coelho Janaina de Holanda Costa Calazans DOI 10.22533/at.ed.7651911117	

CAPÍTULO 8	102
NEUROMARKETING E SUA INFLUÊNCIA NO PROCESSO DE TOMADA DE DECISÃO DO CONSUMIDOR	
Luanna Herculano Lira Francisco de Assis da Silva Medeiros	
DOI 10.22533/at.ed.7651911118	
CAPÍTULO 9	118
O COMPORTAMENTO DE <i>MARKET TIMING</i> NO MERCADO DE AÇÕES BRASILEIRO: UMA ANÁLISE POR SETOR	
Matheus da Costa Gomes	
DOI 10.22533/at.ed.7651911119	
CAPÍTULO 10	132
O PAPEL DA MULHER NO CONTEXTO DAS ORGANIZAÇÕES DO SÉCULO XXI: DESAFIOS, LIMITES E POSSIBILIDADES DE SUA PARTICIPAÇÃO NO MERCADO DE TRABALHO DA BAIXADA FLUMINENSE	
Maria Cecilia Bezerra Tavares	
DOI 10.22533/at.ed.76519111110	
CAPÍTULO 11	141
SUSTENTABILIDADE NO SETOR SUPERMERCADISTA: ESTUDO DAS PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS E INOVADORAS EM UM SUPERMERCADO DO INTERIOR DO BRASIL	
Thamires Solda Sérgio Luis Dias Doliveira Simone Soares	
DOI 10.22533/at.ed.76519111111	
CAPÍTULO 12	151
TREINAMENTO E DESENVOLVIMENTO DE PESSOAS NA ORGANIZAÇÃO	
Rosineia Oliveira dos Santos Luis Fernando Ferreira de Araújo	
DOI 10.22533/at.ed.76519111112	
CAPÍTULO 13	173
DIDÁTICA DA GESTÃO DO CONHECIMENTO NO CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO	
Adelcio Machado dos Santos Fernando José Spanhol Francisco Antônio Pereira Fialho	
DOI 10.22533/at.ed.76519111113	
CAPÍTULO 14	193
IMPORTÂNCIA DAS REDES SOCIAIS NO EMPREENDEDORISMO: ESTUDO DE CASO EM UMA CONFEITARIA	
Rosana Martins Débora Volpato Vanilisa Pereira Silvano de Oliveira	
DOI 10.22533/at.ed.76519111114	

CAPÍTULO 15	204
MEDIÇÃO DA GOVERNANÇA CORPORATIVA NAS PLATAFORMAS DE FINANCIAMENTO COLETIVO NO BRASIL – <i>CROWDFUNDING</i> DE RECOMPENSA	
Roque de Moraes Martins Sérgio Henrique Arruda Cavalcante Forte	
DOI 10.22533/at.ed.76519111115	
CAPÍTULO 16	217
ANÁLISE DO DESENVOLVIMENTO DE MARCAS PRÓPRIAS SOB A PERSPECTIVA DO FORNECEDOR: UM ESTUDO DE CASO NO SETOR DE ALIMENTOS	
Daniel Ferreira Hassel Mendes Bento Alves da Costa Filho	
DOI 10.22533/at.ed.76519111116	
CAPÍTULO 17	233
CANAL COMUNICAÇÃO ELETRÔNICA (<i>CHAT</i>): PERCEPÇÃO DO CLIENTE BANCÁRIO	
Gustavo Scortegagna Jorge Luiz Henrique	
DOI 10.22533/at.ed.76519111117	
CAPÍTULO 18	253
ADEQUAÇÃO DOS MÉTODOS DE PREVISÃO ÀS ESPECIFICIDADES DAS DEMANDAS: UM ESTUDO NO PCP DE UMA EMPRESA PÚBLICA	
Bruna Vasconcellos de Araujo Marco Aurelio Carino Bouzada	
DOI 10.22533/at.ed.76519111118	
CAPÍTULO 19	272
A IMPLANTAÇÃO DA METODOLOGIA KAIZEN NO ATENDIMENTO AO CLIENTE COMO FERRAMENTA INFLUENCIADORA NA COMPETITIVIDADE DAS EMPRESAS	
Altino Gomes de Oliveira Jucicleide das Mercês Nascimento Árgila Gonçalves de Carvalho Santana	
DOI 10.22533/at.ed.76519111119	
CAPÍTULO 20	284
AÇÕES DE GOVERNANÇA DIGITAL EM PROL DO ESTADO DEMOCRÁTICO	
Neusa Maria da Costa Gonçalves Salla Angelo Abramowicz Gean Carlo Schuster Konrath Grace Kelly Holtz Scremin Márcio Ezequiel Diel Turra	
DOI 10.22533/at.ed.76519111120	

CAPÍTULO 21	299
O ENSINO SUPERIOR DE ADMINISTRAÇÃO NO BRASIL: REFLETINDO SOBRE CURRÍCULOS, CURSOS E FORMAÇÃO DE ADMINISTRADORES	
Aline Louise Kerch Elaine Di Diego Antunes	
DOI 10.22533/at.ed.76519111121	
SOBRE OS ORGANIZADORES.....	310
ÍNDICE REMISSIVO	311

TRAÇOS DE PERSONALIDADE E PERSISTÊNCIA DISCENTE EM CURSOS DE GRADUAÇÃO NA MODALIDADE A DISTÂNCIA

Lívia Teixeira Lemos

Universidade Federal do Espírito Santo
Vitória – Espírito Santo

Ariana Da Rós Soprani

Universidade Federal do Espírito Santo
Vitória – Espírito Santo

Teresa Cristina Janes Carneiro

Universidade Federal do Espírito Santo
Vitória – Espírito Santo

RESUMO: Esta pesquisa teve como objetivo investigar quais são os traços de personalidade de alunos que persistem no ensino a distância. Para atingir o objetivo, foi utilizado o Modelo Metateórico de Motivação e Personalidade (MOWEN, 2000). A coleta de dados foi realizada por meio de questionário estruturado, respondido por 260 alunos dos cursos de Licenciatura em Artes Visuais, Filosofia e História, ofertados na modalidade a distância, pela Universidade Federal do Espírito Santo (UFES). Para análise dos dados, foi utilizado o método da Regressão Linear Múltipla, com o suporte do *software Statistical Package for the Social Science* (SPSS). Os resultados mostraram que o Modelo 3M se aplica ao contexto investigado e que os traços de personalidade analisados de forma hierárquica contribuem para explicar o comportamento de Persistência Discente. Dentre os traços situacionais investigados, a

Satisfação com o Curso foi o que mais impactou a Persistência Discente. Os resultados da pesquisa contribuirão para identificação de traços de personalidade que afetam o comportamento de persistência em alunos de cursos na modalidade a distância.

PALAVRAS-CHAVE: gestão pública; persistência discente; ensino superior; educação a distância; modelo 3M.

PERSONALITY TRAITS AND STUDENT PERSISTENCE IN DISTANCE MODALITY GRADUATION COURSES

ABSTRACT: This research aimed to identifying the personality of students who persist in distance learning. To achieve the objective, the Metateoric Model of Motivation and Personality (MOWEN, 2000) was used. Data collection was performed through a structured questionnaire that was answered by 260 undergraduate students in the courses of the Visual Arts, Philosophy and History degree, offered in the distance modality by Universidade Federal do Espírito Santo (UFES). Statistical Package for the Social Science (SPSS) was used to analyze the data using the method of Multiple Linear Regression. The results showed that the 3M Model's suitable to the investigated context and that the personality traits analyzed hierarchically, contribute to explain the behavior of Student

Persistence. Among the investigated situational traits, Satisfaction with the course was the most important trait that of impacted Student Persistence. The results of the research contribute to the identification of personality traits that affect the persistence behavior in students of distance learning courses.

KEYWORDS: public sector; student persistence; higher education; distance education; 3M model.

1 | INTRODUÇÃO

Dados do Censo da Educação Superior do ano de 2014, publicados pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisa Educacionais Anísio Teixeira (INEP), evidenciam o crescimento da Educação a Distância (EaD) no Brasil. De acordo com a publicação, foram oferecidos 1.365 cursos de graduação nessa modalidade, sendo que, no ensino público, 21,8% dos cursos são ofertados pelas instituições federais, 7% pelas estaduais e 2,5% pelas municipais, com predominância de cursos de licenciatura (INEP, 2016).

A EaD tem contribuído diretamente para o aumento de vagas no ensino superior nos últimos anos. O número de matrículas em cursos de graduação presenciais cresceu 5,4% entre 2013 e 2014. Na modalidade a distância, o aumento foi de 16,3% e o maior crescimento percentual registrado foi nas Universidades, com 17,8% (INEP, 2015). O número de ingressantes na graduação na modalidade a distância entre 2013 e 2014 cresceu 41,2%; já nos cursos da modalidade presencial, o aumento foi de 7% (INEP, 2015). Com relação aos concluintes, o número em cursos presenciais ficou praticamente estabilizado, com crescimento de apenas 0,9%. Já na modalidade a distância, verificou-se um aumento de 17,8%. Nesse sentido, tanto pelo aumento de ingressantes e matriculados, quanto pelo aumento de concluintes, é possível constatar que os cursos na EaD estiveram em expansão nesse período (INEP, 2015).

Apesar do crescimento, a educação a distância enfrenta o desafio da evasão discente: de 1.341.842 alunos matriculados em instituições de ensino superior (IES) no Brasil entre os anos de 2003 a 2014, somente 189.788 concluíram seus cursos. O fenômeno da evasão tem sido comumente debatido no Brasil, como um problema não apenas da EaD, mas também da modalidade presencial, tanto de IES públicas, quanto privadas, caracterizando-se como um problema da formação humana. Quando a desistência é efetivada, o aluno perde a oportunidade de obter uma formação profissional em nível superior e de ampliar seus conhecimentos, e a IES deixa de formar um cidadão, ocasionando a perda do investimento dedicado a esse aluno.

As universidades, além de promoverem programas que reduzem a evasão, articulam ações voltadas para a persistência discente, que consistem em um comportamento inverso ao da evasão e está relacionada com a não desistência do curso, apesar dos obstáculos enfrentados pelo discente (ROVAI, 2003); com a participação contínua dos alunos em programas educacionais e, com a finalização de

cursos, visando a atingir seus objetivos acadêmicos. A intenção de persistir é definida como a possibilidade de o aluno continuar matriculado em uma instituição de ensino (MÜLLER, 2008).

Estudos demonstram que a persistência discente está relacionada com o envolvimento do aluno com seus colegas e professores (TINTO, 1975; 1993; 1997); com o desempenho do aluno ao longo do curso e o encorajamento dos amigos e familiares (BEAN, 1980; BEAN; METZNER, 1985); e com as características e habilidades dos estudantes anteriores ao ingresso na universidade (ROVAI, 2003). Para esses estudos, a decisão de permanecer em um curso está associada a características pessoais que afetam a motivação de cada aluno. Dessa forma, o Modelo Metateórico de Motivação e Personalidade (Modelo 3M), desenvolvido por Mowen (2000), pode auxiliar na compreensão do comportamento de persistência discente, a partir da análise dos traços de personalidade dos estudantes.

Diante do exposto, buscou-se investigar quais traços de personalidade afetam hierarquicamente o comportamento de persistência dos alunos dos cursos de Licenciatura em Artes Visuais, Filosofia e História na modalidade a distância da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES), por meio do modelo hierárquico de personalidade de Mowen (2000).

2 | MODELO METATEÓRICO DE MOTIVAÇÃO E PERSONALIDADE (MODELO 3M)

O Modelo Metateórico Motivação e Personalidade (Modelo 3M) desenvolvido por Mowen (2000) trata-se de uma metateoria, pois agrega diversas linhas de estudo sobre a personalidade para explicar uma série de fenômenos relacionados com o comportamento do consumidor a partir de traços de personalidade. Mowen (2000, p. 2, tradução nossa) compreende traço de personalidade como “qualquer construto intrapsíquico que pode ser mensurado de forma válida e confiável e que prevê diferenças individuais em sentimentos, pensamentos e comportamentos”.

Segundo a estrutura hierárquica do modelo de Mowen (2000), a personalidade pode ser identificada por meio de quatro níveis: Traços Elementares, Traços Compostos, Traços Situacionais e Traços Superficiais.

No primeiro nível estão os traços elementares, que são definidos como “predisposições subjacentes mais básicas dos indivíduos, resultantes do histórico genético e da aprendizagem precoce” (MOWEN; MINOR, 2003, p. 118). Os oito traços elementares estão resumidos no Quadro 1.

Traço	Definição
Abertura à Experiência	Necessidade de encontrar soluções novas, expressar ideias originais e usar a imaginação para desempenhar as tarefas.
Conscienciosidade	Necessidade de ser organizado, metódico e eficiente na execução de tarefas.

Introversão	Tendência de revelar sentimentos de acanhamento e timidez.
Amabilidade	Necessidade de expressar gentileza, solidariedade e simpatia para com os outros.
Instabilidade Emocional	Tendência ao exagero emocional conforme mostrado pelo mau humor e pelo comportamento temperamental.
Necessidade de Recursos Materiais	Necessidade de colecionar e possuir bens materiais.
Necessidade de Excitação	Desejo de estímulos e excitação.
Necessidades Físicas/de Recursos Corporais	Necessidade de manter e realçar as características do corpo.

Quadro 1 – Definição dos Traços Elementares do Modelo 3M.

Fonte: Adaptado de Mowen e Minor (2003, p. 119).

Os traços compostos, que correspondem ao segundo nível da hierarquia, resultam de combinações dos oito traços elementares, do ambiente cultural e do aprendizado da pessoa (MOWEN; MINOR, 2003). Nesse nível encontram-se as tendências comportamentais que podem ser observadas ao longo do tempo. À medida que se avançam os níveis hierárquicos do Modelo 3M, os traços se tornam menos abstratos e passam a se tornar mais específicos e concretos (MOWEN, 2000). Os seis traços compostos propostos por Mowen (2000) estão apresentados no Quadro 2.

Traço	Definição
Necessidade de Aprendizado	Tendência de se engajar em desafios intelectuais significativos e apreciá-los.
Orientação para Tarefas	Disposição de definir um conjunto de atividades e atingir elevados níveis de desempenho ao completar tarefas.
Necessidade de Atividades	Necessidade de gastar energia em atividades corporais e físicas.
Necessidade de Diversão	Tendência de realizar atividades de diversão, fantasia, excitação e estimulação sensorial sem objetivos produtivos imediatos.
Competitividade	Propensão de participar em competições interpessoais e o desejo de vencer e ser superior aos outros.
Autoeficácia	Capacidade intrínseca de organizar e executar ações requeridas de acordo com os recursos pessoais percebidos.

Quadro 2 – Definições dos Traços Compostos do Modelo 3M.

Fonte: Mowen (2000), adaptado por Monteiro (2006, p. 42).

No terceiro nível da hierarquia, estão os traços situacionais, que surgem dos traços elementares e compostos. São definidos como a tendência do ser humano de se comportar dentro de contextos situacionais (MOWEN, 2000; MOWEN; MINOR, 2003). Dentre alguns traços situacionais, Mowen (2000) destaca a adoção de um estilo de vida saudável, a compra compulsiva, a tendência de pechinchar e o interesse

por esportes.

O quarto e último nível, que corresponde aos traços mais concretos e relacionados ao comportamento visível, são os traços superficiais. São definidos como uma tendência a agir dentro de contextos mais específicos (MOWEN, 2000; MOWEN; MINOR, 2003). Esses constructos são formados pela interação entre os traços elementares, compostos e situacionais, e também pelo contexto do ambiente (MOWEN, 2000). Um exemplo de traço superficial é a Persistência Discente, que é o principal traço estudado nesta pesquisa.

Portanto, pelo Modelo 3M, é possível analisar o comportamento do indivíduo por meio dos traços mais básicos, originários do histórico genético e da aprendizagem ocorrida quando criança, até a resposta dada pelo indivíduo devido ao estímulo do ambiente (BENTO, 2016).

3 | METODOLOGIA

Considerando o objetivo proposto, o presente estudo apresenta uma abordagem quantitativa, em que foram selecionados três cursos de graduação em grau de licenciatura na modalidade EaD da UFES: Artes Visuais, Filosofia e História. O principal motivo da escolha desses cursos é que uma das autoras deste artigo, além de ser servidora pública lotada na SEAD, compõe a equipe da Secretaria Única que assessora os coordenadores nas demandas dos cursos de graduação a distância.

Os dados foram coletados a partir da aplicação de um questionário eletrônico, elaborado com apoio da ferramenta *Google Forms*. O universo de pesquisa foram os 954 alunos dos três cursos, sendo que a amostra da pesquisa foi composta por 260 respondentes válidos.

O Modelo 3M de Mowen (2000), adaptado para o comportamento de persistência discente em cursos superiores na modalidade EaD, foi o foco da presente pesquisa.

3.1 Hipóteses da pesquisa

As hipóteses da pesquisa são apresentadas no Quadro 3 a seguir, formuladas por meio da revisão bibliográfica realizada (BANDURA, 1997; JOO; LIM; KIM, 2011; McCRAE; COSTA, 1997; MORRIS; WU; FINNEGAN, 2005; MOWEN, 2000; PARASURAMAN, 2000; SHIN, 2003):

Variável relacionada	Hipótese	Enunciado
Necessidade de Aprendizado	H _{1a}	Abertura à Experiência é positivamente relacionada com Necessidade de Aprendizado.
	H _{1b}	Conscienciosidade é positivamente relacionada com Necessidade de Aprendizado.
	H _{1c}	Necessidade de Recursos Materiais é positivamente relacionada com Necessidade de Aprendizado.
	H _{1d}	Necessidade de Excitação é positivamente relacionada com Necessidade de Aprendizado.
	H _{1e}	Instabilidade Emocional é negativamente relacionada com Necessidade de Aprendizado.
Orientação para Tarefas	H _{2a}	Abertura à Experiência é positivamente relacionada com Orientação para Tarefas.
	H _{2b}	Conscienciosidade é positivamente relacionada com Orientação para Tarefas.
	H _{2c}	Amabilidade é positivamente relacionada com Orientação para Tarefas.
	H _{2d}	Necessidade de Recursos Materiais é positivamente relacionada com Orientação para Tarefas.
	H _{2e}	Necessidade de Excitação é positivamente relacionada com Orientação para Tarefas.
Autoeficácia	H _{3a}	Conscienciosidade é positivamente relacionada com Autoeficácia.
	H _{3b}	Amabilidade é positivamente relacionada com Autoeficácia.
	H _{3c}	Necessidade de Excitação é positivamente relacionada com Autoeficácia.
	H _{3d}	Necessidade Física/de Recursos Corporais é positivamente relacionada com Autoeficácia.
	H _{3e}	Instabilidade Emocional é negativamente relacionada com Autoeficácia.
	H _{3f}	Introversão é negativamente relacionada com Autoeficácia.
Satisfação	H _{4a}	Necessidade de Aprendizado é positivamente relacionada com Satisfação.
	H _{4b}	Orientação para Tarefas é positivamente relacionada com Satisfação.
	H _{4c}	Autoeficácia é positivamente relacionada com Satisfação.
Interação	H _{5a}	Necessidade de Aprendizado é positivamente relacionada com Interação.
	H _{5b}	Orientação para Tarefas é positivamente relacionada com Interação.
	H _{5c}	Autoeficácia é positivamente relacionada com Interação.
Consciência de Valor	H _{6a}	Necessidade de Aprendizado é positivamente relacionada com Consciência de Valor.
	H _{6b}	Orientação para Tarefas é positivamente relacionada com Consciência de Valor.
	H _{6c}	Autoeficácia é positivamente relacionada com Consciência de Valor.

Variável relacionada	Hipótese	Enunciado
Aceitação de Tecnologia	H _{7a}	Necessidade de Aprendizado é positivamente relacionada com Aceitação de Tecnologia.
	H _{7b}	Orientação para Tarefas é positivamente relacionada com Aceitação de Tecnologia.
	H _{7c}	Autoeficácia é positivamente relacionada com Aceitação de Tecnologia.
Persistência Discente	H _{8a}	Satisfação é positivamente relacionada com Persistência Discente.
	H _{8b}	Interação é positivamente relacionada com Persistência Discente.
	H _{8c}	Consciência de Valor é positivamente relacionada com Persistência Discente.
	H _{8d}	Aceitação de Tecnologia é positivamente relacionada com Persistência Discente.

Quadro 3 – Hipóteses da pesquisa.

Fonte: Elaboração própria (2017).

Para operacionalização de cada traço de personalidade utilizado foram definidas escalas obtidas na literatura sobre o Modelo 3M (LICHTENSTEIN; NETEMEYER; BURTON, 1990; MOWEN, 2000) e sobre os fenômenos de evasão e persistência discente (SHIN, 2003; DUNCAN; MCKEACHIE, 2005; JAIN, 2013; BLAZEVIC et al., 2014). Foram adotadas escalas do tipo *Likert* de 11 pontos, variando de 0 a 10, tendo em vista sua aplicação em estudos já realizados sobre o Modelo 3M no Brasil (MONTEIRO, 2006; MONTEIRO; VEIGA, 2006; BENTO, 2016).

4 | ANÁLISE DOS DADOS

Na primeira etapa da análise dos dados foi feita uma análise descritiva do perfil dos alunos que responderam ao questionário. Na segunda etapa, procedeu-se à aplicação da técnica estatística da Regressão Linear Múltipla para testar as hipóteses propostas na pesquisa.

4.1 Perfil dos respondentes

Após a aplicação do questionário foi possível identificar que há mais respondentes do sexo feminino (n=171; 65,8%), com idade entre 30 e 39 anos (n=91; 35%), casados ou em uma união estável (n=167; 64,2%), enquadrados na faixa de renda entre R\$ 1.021,00 e R\$ 2.040,00 (n=129; 49,6%) e que são do curso de História (n=99; 38,1%).

4.2 Análise das variáveis pela regressão linear múltipla

As regressões desta pesquisa foram divididas em três fases. A primeira testou as hipóteses de associação entre os traços compostos e os traços elementares. A

segunda testou as hipóteses entre os traços situacionais e os traços compostos e a terceira testou as hipóteses de associação do traço superficial de Persistência Discente e os traços situacionais.

Os dados deste trabalho foram analisados por meio do *software Statistical Package for the Social Science (SPSS)*, versão 21, e foi considerado o nível de significância de 5%, isto é, a variável será relevante quando apresentar p-valor menor que 0,05. Optou-se pela utilização do método *Backward* (ou Retroceder), em que as variáveis independentes são inseridas no *software* e, então, é calculada a contribuição de cada uma para a previsão, verificando o nível de significância. Eliminam-se as variáveis que não oferecem uma contribuição significativa (HAIR et al., 2009).

Para análise das variáveis, foram considerados os valores dos coeficientes de determinação (R^2), beta (β) e do nível de significância (p-valor). Por meio desses valores foi possível verificar a relevância dos traços de personalidade e confirmar ou rejeitar as hipóteses de associação entre cada um deles.

A Figura 1 apresenta um resumo dos resultados obtidos. Nela, o coeficiente beta aparece em azul e o nível de significância, em vermelho. As linhas contínuas, por sua vez, representam as variáveis de maior relevância e as tracejadas mostram as variáveis com relação não significativa.

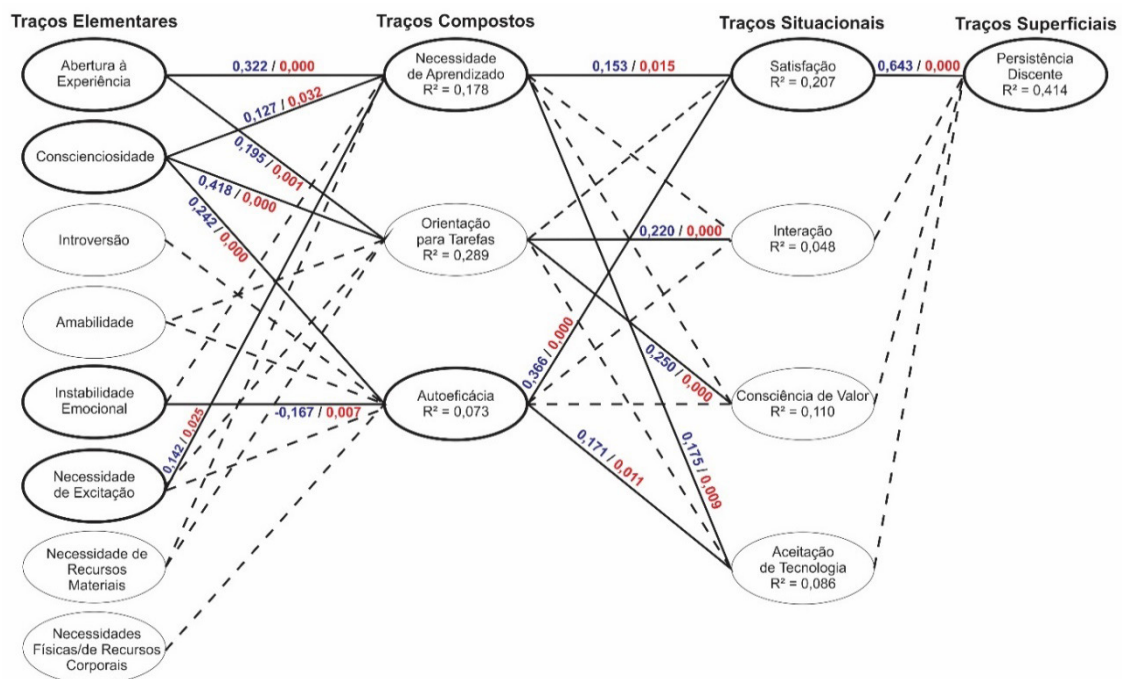


Figura 1 – Resumo do resultado da análise de todos os cursos.

Fonte: Elaboração própria (2017).

A análise demonstrou que o traço superficial de Persistência Discente é influenciado pelo traço situacional Satisfação (H_{8a}), explicando 41,4% do modelo, visto que as taxas de persistência dos alunos de cursos na modalidade a distância estão fortemente associadas à capacidade dos cursos em satisfazer as necessidades desses alunos.

Verificou-se também, que os traços situacionais são influenciados pelos traços compostos. Os traços compostos que mais afetam o traço situacional Satisfação são os de Necessidade de Aprendizado (H_{4a}) e Autoeficácia (H_{4c}), uma vez que, se o aluno na modalidade a distância estiver satisfeito com o curso, conseqüentemente, engajar-se-á nas atividades acadêmicas e terá capacidade de executar as atividades propostas.

Por fim, confirmou-se que os traços compostos são influenciados pelos traços elementares. Os traços de personalidade elementares que mais afetam os traços compostos são os de Abertura à Experiência, Conscienciosidade, Instabilidade Emocional e Necessidade de Excitação.

A relação entre Necessidade de Aprendizado e Abertura Experiência (H_{1a}) se explica pelo fato dos indivíduos inovadores buscarem um curso de graduação com a finalidade de aprimorarem seus conhecimentos, para, no futuro, exercerem uma profissão, especialmente cursos na modalidade a distância, que podem ser considerados inovadores nas perspectivas de cursos de longa duração.

Já a relação entre Necessidade de Aprendizado e Conscienciosidade (H_{1b}) se justifica devido ao fato de que indivíduos com o traço da Conscienciosidade possuem competência, organização, eficiência em tarefas, autodisciplina, raciocínio analítico (McCRAE; COSTA, 1997) e, conseqüentemente, tendência de se engajarem e apreciarem desafios intelectuais (MOWEN, 2000).

A relação positiva entre o traço Necessidade de Aprendizado e Necessidade de Excitação (H_{1d}) ocorre uma vez que, devido à metodologia dos cursos a distância, com poucas aulas expositivas e maior necessidade de esforço pessoal para a compreensão do conteúdo, pessoas que buscam excitação e estímulo encontram cenário favorável para se engajarem em desafios intelectuais. Essa relação positiva entre os traços está de acordo com os resultados encontrados por Mowen (2000) em seus estudos.

A relação positiva entre o traço elementar Conscienciosidade e o traço composto Autoeficácia (H_{3a}) se justifica pelo fato de que o aluno da educação a distância deve ser organizado, sistemático e eficiente na execução das atividades propostas no curso. Já a relação negativa entre o traço elementar da Instabilidade Emocional e o traço composto da Autoeficácia (H_{3e}) se fundamenta em virtude de alguns estudantes apresentarem comportamento temperamental, influenciando de forma negativa em sua capacidade de organizar e executar ações requeridas no curso. Ambas as relações estão de acordo com os resultados encontrados por Mowen (2000) em sua metanálise.

Dessa forma, verificou-se que os traços de personalidade elementares que mais afetam os traços compostos são os de Abertura à Experiência, Conscienciosidade, Instabilidade Emocional e Necessidade de Excitação. Em seguida, os traços de personalidade compostos que mais afetam os traços situacionais são os da Necessidade de Aprendizado e Autoeficácia. O traço situacional que mais afeta no

traço superficial de Persistência Discente é o da Satisfação.

5 | CONCLUSÃO

Este estudo buscou investigar quais traços de personalidade afetam o comportamento de persistência dos alunos dos cursos de graduação em grau de licenciatura na modalidade EaD da UFES nas áreas de Artes Visuais, Filosofia e História.

No modelo testado, observou-se relações entre os traços nos níveis hierárquicos do modelo 3M, exercendo influência dos traços mais abstratos até o traço mais superficial, contribuindo para explicar o comportamento de persistência.

Na análise, verificou-se que o traço superficial de Persistência Discente é influenciado pelo traço situacional Satisfação, visto que os índices de persistência dos alunos de cursos EaD são influenciados pela capacidade dos cursos em satisfazer as necessidades dos alunos.

Acredita-se que, por meio dos resultados das análises dos traços que afetam o comportamento de persistência dos alunos dos cursos de graduação EaD da UFES, será possível a implementação, pelos coordenadores de cursos na modalidade a distância, de ações de acompanhamento dos alunos, garantindo, assim, a permanência e evitando a evasão.

Apesar dos resultados encontrados, a pesquisa apresentou algumas limitações, dentre elas, a quantidade reduzida de respostas de alunos evadidos, em que de um total de 260, apenas 22 alunos evadidos (8,5%) responderam ao questionário.

Por fim, este estudo demonstrou que a decisão de persistir ou abandonar os estudos está diretamente relacionada à personalidade e à motivação do estudante. Sendo assim, o Modelo Metateórico de Motivação e Personalidade (Modelo 3M), desenvolvido por Mowen (2000), mostrou-se aplicável ao estudo.

REFERÊNCIAS

BANDURA, A. Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change. **Psychological Review**, v. 84, n. 2, p. 191-215, 1997.

BEAN, J. P. Dropout and turnover: the synthesis and test of a causal model of student attrition. **Research in Higher Education**, v. 12, n. 2, p. 155-187, 1980.

_____; METZNER, B. S. A conceptual model of nontraditional undergraduate student attrition. **Review of Educational Research**, v. 55, n. 4, p. 485-540, 1985.

BENTO, F. C. **Papel moderador do tipo de produto na relação entre traços de personalidade e comportamento de compra on-line: uma aplicação do Modelo Hierárquico de Mowen**. 2016. 166 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, 2016.

BLAZEVIC, V. et al. Gossip in cyberspace: conceptualization and scale development for general online

social interaction propensity. **Journal of Interactive Marketing**, v. 28, n. 2, p. 87-100, 2014.

DUNCAN, T. G.; MCKEACHIE, W. J. The making of the motivated strategies for learning questionnaire. **Educational psychologist**, v. 40, n. 2, p. 117-128, 2005.

HAIR, J. F. et al. **Análise multivariada de dados**. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA. **Censo da educação superior 2014**: notas estatísticas. Brasília: INEP, 2015. Disponível em: <http://download.inep.gov.br/educacao_superior/censo_superior/documentos/2015/notas_sobre_o_censo_da_educacao_superior_2014.pdf>. Acesso em: 08 mai. 2017.

_____. **Resumo técnico**: censo da educação superior 2014. Brasília: INEP, 2016. Disponível em: <http://download.inep.gov.br/download/superior/censo/2014/resumo_tecnico_censo_educacao_superior_2014.pdf>. Acesso em: 07 mai. 2017.

JAIN, P. Technology readiness index: measuring railway employees readiness to embrace online technology. **Journal of Marketing & Communication**, v. 8, n. 4, p. 52-56, 2013.

JOO, Y. J.; LIM, K. Y.; KIM, E. K. Online university students' satisfaction and persistence: examining perceived level of presence, usefulness and ease of use as predictors in a structural model. **Computers and Education**, v. 57, p. 1654-1664, 2011.

LICHTENSTEIN, D. R.; NETEMEYER, R. G.; BURTON, S. Distinguishing coupon from value proneness consciousness: an acquisition-transaction utility theory perspective. **The Journal of Marketing**, v. 54, n. 3, p. 54-67, 1990.

McCRAE, R. R.; COSTA JR., P. T. Personality trait structure as a human universal. **American Psychologist**, v. 52, n. 5, p. 509-516, 1997.

MONTEIRO, P. R. R. **Personalidade, compra compulsiva, hábitos e inovação em moda**: uma aplicação do Modelo 3M de Motivação e Personalidade. 2006. 196 f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2006.

_____; VEIGA, R. T. Personalidade e consumo: uma avaliação empírica do modelo metateórico de motivação e personalidade. In: ENCONTRO DA ANPAD, 30., 2006, Salvador. **Anais eletrônicos...** Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/enanpad/2006/dwn/enanpad2006-mkta-1266.pdf>>. Acesso em: 11 jun. 2017.

MORRIS, L. V.; WU, S. S.; FINNEGAN, C. L. Predicting retention in online general education courses. **The American Journal of Distance Education**, v. 19, n. 1, p. 23-36, 2005.

MOWEN, J. C. **The 3M model of motivation and personality**: theory and empirical applications to consumer behavior. Boston: Kluwer Academic Publishers, 2000.

_____; MINOR, M. S. **Comportamento do consumidor**. 1. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2003.

MÜLLER, T. Persistence of women in online degree-completion programs. **The International Review of Research in Open and Distributed Learning**, v. 9, n. 2, 2008.

PARASURAMAN, A. Technological Readiness Index: a multiple-item scale to measure readiness to embrace new technologies. **Journal of Service Research**, v. 2, n. 4, p. 307-320, 2000.

ROVAI, A. P. In search of higher persistence rates in distance education online programs. **Internet and Higher Education**, v. 6, n. 1, p.1-16, 2003.

SHIN, N. Transactional presence as a critical predictor of success in distance learning. **Distance Education**, v. 24, n. 1, p. 69-86, 2003.

TINTO, V. Dropout from higher education: a theoretical synthesis of attrition. **Review of Educational Research**, v. 45, n. 1, p. 89-125, 1975.

_____. **Leaving college: rethinking the causes and cures of student attrition**. 2nd. Chicago: University of Chicago Press, 1993.

_____. Classrooms as communities: exploring the educational character of student persistence. **Journal of Higher Education**, v. 68, n. 6, p. 599-623, 1997.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Academias de ginástica 19, 20, 21, 27, 28, 29, 31, 32

Análise setorial 118

Atendimento 15, 16, 19, 22, 26, 28, 71, 145, 162, 167, 177, 200, 233, 234, 235, 237, 238, 239, 240, 241, 242, 243, 244, 245, 246, 247, 248, 251, 268, 272, 273, 274, 275, 277, 278, 279, 280, 281, 282, 283, 286, 297

Autodepreciação 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55

C

Canal chat 233, 247

Carreira 36, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 138, 155, 165, 167, 172, 179, 184

Comportamento do consumidor 1, 3, 7, 8, 16, 17, 18, 19, 21, 23, 24, 31, 32, 33, 47, 56, 61, 69, 90, 101, 102, 105, 106, 107, 111, 201

Compra 1, 3, 4, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 19, 20, 21, 23, 24, 27, 47, 56, 62, 68, 69, 90, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 110, 111, 114, 115, 116, 145, 225, 233, 238, 250, 251, 260, 261

Comprometimento 71, 72, 73, 74, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 165, 166, 189, 272, 277, 281

Confeitaria 193, 194, 198, 199, 200, 201

Controle da produção 253, 254, 260, 270, 271

Crowdfunding 204, 205, 206, 208, 209, 210, 211, 213, 214, 215, 216

D

Decisão financeira 118, 120

Desenvolvimento 1, 20, 35, 36, 37, 45, 46, 48, 49, 51, 71, 72, 75, 78, 80, 86, 94, 95, 98, 99, 106, 111, 113, 119, 141, 142, 143, 144, 145, 147, 148, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 161, 164, 165, 166, 167, 168, 170, 171, 172, 173, 174, 176, 177, 178, 179, 180, 184, 185, 186, 187, 188, 190, 191, 193, 194, 195, 196, 198, 199, 201, 205, 208, 217, 218, 224, 259, 271, 281, 282, 284, 285, 286, 288, 289, 290, 294, 295, 296, 298, 299, 300, 301, 305, 307

E

Educação 19, 32, 33, 59, 60, 67, 69, 76, 89, 94, 95, 98, 99, 121, 122, 124, 127, 134, 135, 136, 137, 139, 140, 154, 155, 157, 158, 173, 175, 179, 181, 182, 183, 184, 185, 186, 188, 191, 250, 252, 269, 285, 287, 296, 298, 300, 303, 306, 307, 308, 309

Educação a distância 59, 60, 67, 173

Ensino superior 59, 60, 88, 135, 184, 191, 192, 241, 299, 300, 301, 302, 304, 309

Estrutura de capital 118, 119, 120, 121, 122, 123, 125, 128, 130

F

Fornecedor 217, 218, 219, 220, 225, 227, 230, 277, 295

G

Geração 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 22, 36, 120, 146, 176, 178, 193, 198, 235, 239, 248, 286, 289

Gestão do conhecimento 173, 175, 176, 177, 178, 180, 181, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 191, 192

Gestão pública 45, 59, 284, 286, 287, 289, 296, 298

Governança corporativa 204, 205, 206, 207, 209, 211, 212, 213, 214, 215

H

Hábitos de compra e consumo 19, 20, 21

I

Identidade da marca 34

Informação assimétrica 204

J

Janelas de oportunidade 118, 120, 130

K

Kaizen 272, 273, 274, 275, 276, 280, 281, 282, 283

L

Livro nacional 47

M

Marcas próprias 217, 218, 219, 220, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 227, 230, 231, 232

Marketing 8, 13, 16, 17, 22, 23, 24, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 45, 46, 47, 48, 49, 56, 58, 69, 92, 95, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 112, 114, 115, 116, 117, 193, 194, 199, 200, 201, 202, 203, 222, 231, 232, 233, 235, 236, 237, 239, 242, 243, 244, 247, 248, 249, 250, 251, 252, 283

Marketing de lugares 34

Marketing digital 193, 194, 202, 203

Market timing 118, 119, 120, 121, 122, 123, 128, 129, 130, 131

Método MAGIQ 204, 216

Métodos quantitativos 209, 253, 269

Mídias sociais 92, 93, 233, 234, 235, 236, 237, 238, 239, 244, 247, 248, 249, 250, 252

Modelo 3M 59, 61, 62, 63, 65, 68, 69

N

Neuromarketing 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117

O

Organização 5, 22, 23, 38, 67, 73, 74, 75, 79, 86, 92, 112, 120, 132, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 157, 158, 159, 161, 163, 164, 165, 166, 167, 168, 169, 170, 171, 172, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 182, 183, 187, 188, 190, 191, 195, 199, 200, 201, 207, 230, 239, 240, 248, 272, 273, 274, 275, 276, 277, 278, 280, 281, 285, 304, 306, 307

P

Persistência discente 59, 60, 61, 63, 65, 66, 68

Personalidade da marca 34, 35, 36, 38

Planejamento 18, 32, 37, 74, 78, 80, 81, 139, 145, 146, 149, 161, 163, 165, 167, 168, 183, 184, 190, 193, 195, 199, 200, 201, 253, 254, 255, 260, 261, 267, 268, 269, 270, 271, 286, 287, 289, 290, 291, 292, 293, 294, 296, 297, 309

Policiais militares 71, 72, 73, 74, 77, 78, 79, 85

Pontos negativos 217, 227

Pontos positivos 217, 218, 221, 222, 223, 226, 227, 230

Preconceito 47, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58

Previsão de demanda 253, 255, 260, 261, 267, 269, 270, 271

R

Redes sociais 5, 93, 94, 100, 103, 104, 193, 194, 195, 198, 199, 200, 201, 202, 249, 250, 252, 293

Responsabilidade social 141, 142, 148, 149, 150, 302

S

Séries temporais 253, 255, 256, 257, 258, 260, 261, 267, 268, 269, 270

Sociedade da informação 173, 174

Sucesso 21, 36, 46, 48, 55, 71, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 104, 115, 150, 152, 153, 161, 162, 165, 170, 171, 174, 176, 179, 183, 200, 217, 219, 238, 272, 281, 282

Sustentabilidade 35, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 150, 298

T

Tomada de decisão 13, 102, 104, 110, 111, 112, 115, 116, 119, 120, 130, 180, 181, 224, 234, 239, 245, 289

Treinamento 32, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 161, 162, 163, 164, 165, 168, 169, 170, 171, 172, 179, 294

V

Vestuário 1, 2, 3, 4, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 90

X

Xenocentrismo 47, 48, 49, 51, 52, 53, 54, 55

Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-7247-776-5



9 788572 477765