

Epistemologia da Ciência da Administração

Clayton Robson Moreira da Silva
(Organizador)



Atena
Editora

Ano 2020

Epistemologia da Ciência da Administração

Clayton Robson Moreira da Silva
(Organizador)



Atena
Editora

Ano 2020

2020 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do Texto © 2020 Os autores

Copyright da Edição © 2020 Atena Editora

Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Diagramação: Luiza Batista

Edição de Arte: Luiza Batista

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

Profª Drª Angeli Rose do Nascimento – Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro

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. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense

Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa

Profª Drª Denise Rocha – Universidade Federal do Ceará

Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia

Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – 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. Dr. Gustavo Henrique Cepolini Ferreira – Universidade Estadual de Montes Claros

Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de 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

Prof. Dr. Luis Ricardo Fernando da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros

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 Pietrobon – 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. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
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
Prof. Dr. Cleberton Correia Santos – Universidade Federal da Grande Dourados
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
Prof. Dr. Fágner Cavalcante Patrocínio dos Santos – Universidade Federal do Ceará
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Júlio César Ribeiro – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Profª Drª Lina Raquel Santos Araújo – Universidade Estadual do Ceará
Prof. Dr. Pedro Manuel Villa – Universidade Federal de Viçosa
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Profª Drª Talita de Santos Matos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Tiago da Silva Teófilo – Universidade Federal Rural do Semi-Árido
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

Ciências Biológicas e da Saúde

Prof. Dr. André Ribeiro da Silva – Universidade de Brasília
Profª Drª Anelise Levay Murari – Universidade Federal de Pelotas
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 Eleuza Rodrigues Machado – Faculdade Anhanguera de Brasília
Profª Drª Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina
Profª Drª Eysler Gonçalves Maia Brasil – Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira
Prof. Dr. Ferlando Lima Santos – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Fernando José Guedes da Silva Júnior – Universidade Federal do Piauí
Profª Drª Gabriela Vieira do Amaral – Universidade de Vassouras
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Profª Drª Iara Lúcia Tescarollo – Universidade São Francisco
Prof. Dr. Igor Luiz Vieira de Lima Santos – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof. Dr. Luís Paulo Souza e Souza – Universidade Federal do Amazonas
Profª Drª Magnólia de Araújo Campos – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Marcus Fernando da Silva Praxedes – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Profª Drª Mylena Andréa Oliveira Torres – Universidade Ceuma
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federaci do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Paulo Inada – Universidade Estadual de Maringá
Profª Drª Renata Mendes de Freitas – Universidade Federal de Juiz de Fora
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
Prof. Dr. Carlos Eduardo Sanches de Andrade – Universidade Federal de Goiás
Prof^a Dr^a 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
Prof^a Dr^a Luciana do Nascimento Mendes – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Marcelo Marques – Universidade Estadual de Maringá
Prof^a Dr^a Neiva Maria de Almeida – Universidade Federal da Paraíba
Prof^a Dr^a Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

Conselho Técnico Científico

Prof. Me. Abrãao Carvalho Nogueira – Universidade Federal do Espírito Santo
Prof. Me. Adalberto Zorzo – Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza
Prof. Me. Adalto Moreira Braz – Universidade Federal de Goiás
Prof. Dr. Adaylson Wagner Sousa de Vasconcelos – Ordem dos Advogados do Brasil/Seccional Paraíba
Prof. Me. André Flávio Gonçalves Silva – Universidade Federal do Maranhão
Prof^a Dr^a Andreza Lopes – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento Acadêmico
Prof^a Dr^a Andrezza Miguel da Silva – Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia
Prof. Dr. Antonio Hot Pereira de Faria – Polícia Militar de Minas Gerais
Prof^a Ma. Bianca Camargo Martins – UniCesumar
Prof^a Ma. Carolina Shimomura Nanya – Universidade Federal de São Carlos
Prof. Me. Carlos Antônio dos Santos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Ma. Cláudia de Araújo Marques – Faculdade de Música do Espírito Santo
Prof^a Dr^a Cláudia Taís Siqueira Cagliari – Centro Universitário Dinâmica das Cataratas
Prof. Me. Daniel da Silva Miranda – Universidade Federal do Pará
Prof^a Ma. Daniela da Silva Rodrigues – Universidade de Brasília
Prof^a Ma. Dayane de Melo Barros – Universidade Federal de Pernambuco
Prof. Me. Douglas Santos Mezacas – Universidade Estadual de Goiás
Prof. Dr. Edwaldo Costa – Marinha do Brasil
Prof. Me. Eduardo Gomes de Oliveira – Faculdades Unificadas Doctum de Cataguases
Prof. Me. Eliel Constantino da Silva – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita
Prof. Me. Euvaldo de Sousa Costa Junior – Prefeitura Municipal de São João do Piauí
Prof^a Ma. Fabiana Coelho Couto Rocha Corrêa – Centro Universitário Estácio Juiz de Fora
Prof. Dr. Fabiano Lemos Pereira – Prefeitura Municipal de Macaé
Prof. Me. Felipe da Costa Negrão – Universidade Federal do Amazonas
Prof^a Dr^a Germana Ponce de Leon Ramírez – Centro Universitário Adventista de São Paulo
Prof. Me. Gevair Campos – Instituto Mineiro de Agropecuária
Prof. Dr. Guilherme Renato Gomes – Universidade Norte do Paraná
Prof. Me. Gustavo Krahl – Universidade do Oeste de Santa Catarina
Prof. Me. Helton Rangel Coutinho Junior – Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro
Prof^a Ma. Jaqueline Oliveira Rezende – Universidade Federal de Uberlândia
Prof. Me. Javier Antonio Albornoz – University of Miami and Miami Dade College
Prof^a Ma. Jéssica Verger Nardeli – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho
Prof. Me. Jhonatan da Silva Lima – Universidade Federal do Pará
Prof. Me. José Luiz Leonardo de Araujo Pimenta – Instituto Nacional de Investigación Agropecuaria Uruguay
Prof. Me. José Messias Ribeiro Júnior – Instituto Federal de Educação Tecnológica de Pernambuco

Profª Ma. Juliana Thaisa Rodrigues Pacheco – Universidade Estadual de Ponta Grossa
 Profª Drª Kamilly Souza do Vale – Núcleo de Pesquisas Fenomenológicas/UFPA
 Profª Drª Karina de Araújo Dias – Prefeitura Municipal de Florianópolis
 Prof. Dr. Lázaro Castro Silva Nascimento – Laboratório de Fenomenologia & Subjetividade/UFPR
 Prof. Me. Leonardo Tullio – Universidade Estadual de Ponta Grossa
 Profª Ma. Lilian Coelho de Freitas – Instituto Federal do Pará
 Profª Ma. Liliani Aparecida Sereno Fontes de Medeiros – Consórcio CEDERJ
 Profª Drª Lívia do Carmo Silva – Universidade Federal de Goiás
 Prof. Me. Lucio Marques Vieira Souza – Secretaria de Estado da Educação, do Esporte e da Cultura de Sergipe
 Prof. Me. Luis Henrique Almeida Castro – Universidade Federal da Grande Dourados
 Prof. Dr. Luan Vinicius Bernardelli – Universidade Estadual do Paraná
 Prof. Dr. Michel da Costa – Universidade Metropolitana de Santos
 Prof. Dr. Marcelo Máximo Purificação – Fundação Integrada Municipal de Ensino Superior
 Prof. Me. Marcos Aurelio Alves e Silva – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo
 Profª Ma. Marileila Marques Toledo – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri
 Prof. Me. Ricardo Sérgio da Silva – Universidade Federal de Pernambuco
 Prof. Me. Rafael Henrique Silva – Hospital Universitário da Universidade Federal da Grande Dourados
 Profª Ma. Renata Luciane Polsaque Young Blood – UniSecal
 Profª Ma. Solange Aparecida de Souza Monteiro – Instituto Federal de São Paulo
 Prof. Me. Tallys Newton Fernandes de Matos – Faculdade Regional Jaguaribana
 Prof. Dr. Welleson Feitosa Gazel – Universidade Paulista

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)	
E57	Epistemologia da ciência da administração [recurso eletrônico] / Organizador Clayton Robson Moreira da Silva. – Ponta Grossa, PR: Atena, 2020. Formato: PDF Requisitos do sistema: Adobe Acrobat Reader. Inclui bibliografia ISBN 978-65-5706-152-7 DOI 10.22533/at.ed.527202906 1. Administração. 2. Empreendedorismo. 3. Mercado. I. Silva, Clayton Robson Moreira da. CDD 658
Elaborado por Maurício Amormino Júnior CRB6/2422	

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

APRESENTAÇÃO

A obra “Epistemologia da Ciência da Administração”, publicada pela Atena Editora, reúne um conjunto de cinco capítulos que abordam diversas temáticas inerentes ao campo da administração. Compreende-se que discutir a administração de forma ampla e aprofundada, articulando teoria e prática, pode contribuir para o avanço dessa ciência. A seguir, apresento os estudos que compõem os capítulos deste volume.

O primeiro capítulo tem como título “A Teoria Clássica e sua Aplicação no Atual Mercado de Trabalho” e objetivou evidenciar os principais pontos da Teoria Clássica e se seus conceitos ainda se aplicam no atual mercado de trabalho. O segundo capítulo é intitulado “Segmentação e Posicionamento de Mercado: como os negócios de moda se beneficiam com estas estratégias” e propõe uma releitura do capítulo “Segmentação e Posicionamento de Mercado nos Negócios de Moda” do livro “Marketing & Moda”, do autor Marcos Cobra, com as informações e perspectivas atuais. O terceiro capítulo, intitulado “Estrutura de Governança do Arranjo Produtivo Local (APL) do Polo Moveleiro de Arapongas”, buscou descrever o arranjo produtivo local do Polo Moveleiro de Arapongas no Estado do Paraná, o qual resulta da parceria entre as indústrias, governo local e organizações do Terceiro Setor, bem como objetivou descrever sua estrutura de governança, visando conhecer os agentes e os seus relacionamentos.

O quarto capítulo tem como título “O Ensino da Modelagem na Visão de Graduados e Graduandos em Design de Moda” e apresenta a investigação do ponto de vista de alunos e ex-alunos, onde deixam seus pareceres e suas vivências acerca do ensino da modelagem nos cursos de Design de Moda. O quinto e último capítulo é intitulado “Não Conheço, Mas Já Ouvei Falar: conhecimento de estudantes de uma universidade pública sobre responsabilidade social” e objetivou identificar o nível de conhecimento de estudantes sobre responsabilidade social, por meio de uma pesquisa realizada com alunos do curso de ciências contábeis de uma universidade pública no Estado do Ceará.

Assim, agradecemos aos autores pelo empenho e dedicação, que possibilitaram a construção dessa obra de excelência, e esperamos que este livro possa ser útil àqueles que desejam ampliar seus conhecimentos e percepções sobre a ciência da administração, por meio de um arcabouço teórico especializado. Além disso, ressalta-se que este livro agrega à área da administração à medida em que reúne um material rico e diversificado, possibilitando a ampliação do debate acadêmico e conduzindo docentes, pesquisadores, estudantes, gestores de demais profissionais à reflexão sobre os diversos temas que se desenvolvem no âmbito da ciência da administração.

Clayton Robson Moreira da Silva

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
A TEORIA CLÁSSICA E SUA APLICAÇÃO NO ATUAL MERCADO DE TRABALHO	
Beatriz Magalhães Camargo	
Daiany Nunes Silva	
Geane Muricy Sousa	
Ivanna Rosa Pereira Guimarães	
Jéssica Kerolaine Pereira Machado	
Mirian Sousa Moreira	
DOI 10.22533/at.ed.5272029061	
CAPÍTULO 2	11
SEGMENTAÇÃO E POSICIONAMENTO DE MERCADO: COMO OS NEGÓCIOS DE MODA SE BENEFICIAM COM ESTAS ESTRATÉGIAS	
Marília Luiza Olenski March	
Marcos José Alves de Lima	
Thiago Garcia Martins	
DOI 10.22533/at.ed.5272029062	
CAPÍTULO 3	21
ESTRUTURA DE GOVERNANÇA DO ARRANJO PRODUTIVO LOCAL (APL) DO POLO MOVELEIRO DE ARAPONGAS	
Rosana Cláudia Smék Batista	
Eliane Alves da Silva	
Paulo César Ribeiro Martins	
Rosália Maria Passos da Silva	
DOI 10.22533/at.ed.5272029063	
CAPÍTULO 4	36
O ENSINO DA MODELAGEM NA VISÃO DE GRADUADOS E GRADUANDOS EM DESIGN DE MODA.	
Nadir da Rocha Gomes	
Marcos José Alves de Lima	
DOI 10.22533/at.ed.5272029064	
CAPÍTULO 5	48
“NÃO CONHEÇO, MAS JÁ OUVI FALAR”: CONHECIMENTO DE ESTUDANTES DE UMA UNIVERSIDADE PÚBLICA SOBRE RESPONSABILIDADE SOCIAL	
Lívia Soares Lima da Cunha	
Cíntia Vanessa Monteiro Germano Aquino	
Clayton Robson Moreira da Silva	
Joelma Leite Castelo	
DOI 10.22533/at.ed.5272029065	
SOBRE O ORGANIZADOR	61
ÍNDICE REMISSIVO	62

“NÃO CONHEÇO, MAS JÁ OUVI FALAR”: CONHECIMENTO DE ESTUDANTES DE UMA UNIVERSIDADE PÚBLICA SOBRE RESPONSABILIDADE SOCIAL

Data de aceite: 01/06/2020

Lívia Soares Lima da Cunha

Bacharela em Ciências Contábeis pela
Universidade Estadual Vale do Acaraú (UVA)

Cíntia Vanessa Monteiro Germano Aquino

Professora da Universidade Estadual Vale do
Acaraú (UVA)

Clayton Robson Moreira da Silva

Professor do Instituto Federal de Educação,
Ciência e Tecnologia do Piauí (IFPI)

Joelma Leite Castelo

Professora da Universidade Estadual do Ceará
(UECE)

RESUMO: Este estudo buscou identificar o nível de conhecimento de estudantes sobre responsabilidade social. Para tanto, realizou-se uma pesquisa com 221 estudantes do curso de ciências contábeis de uma universidade pública no Estado do Ceará. Trata-se de um estudo de natureza quantitativa e com abordagem descritiva. A coleta de dados foi realizada por meio de aplicação de um questionário. Os resultados indicam que grande parte dos respondentes afirmam não conhecer ou conhecer pouco o tema responsabilidade social. Entretanto, a maioria dos alunos entendem que a adoção de uma postura clara e transparente

é uma prática de responsabilidade social, bem como compreendem que a boa relação com os sindicatos e trabalhadores, o cuidado com a seleção de fornecedores e o conhecimento e o gerenciamento de danos potenciais de produtos são práticas de responsabilidade social. Desse modo, conclui-se que, de forma geral, os estudantes da amostra, apesar de terem afirmado inicialmente que não estão familiarizados com o tema, possuem elevado nível de conhecimento sobre o assunto. Além disso, a inclusão da disciplina responsabilidade social no curso de ciências contábeis parece ser um fator positivo para elevar o conhecimento dos alunos sobre o tema, evidenciando a importância da responsabilidade social para os futuros profissionais contábeis.

PALAVRAS-CHAVE: Responsabilidade Social. Conhecimento. Estudantes.

1 | INTRODUÇÃO

No mundo dos negócios, já é possível notar as mudanças nas formas de planejamento e relacionamento das empresas com os clientes, os fornecedores, os funcionários e os acionistas, bem como com a comunidade em geral, em virtude de alterações em relação à preservação do meio ambiente e à busca por

melhor qualidade de vida (FERRAZ; SCUDELER, 2009). Diante disso, os consumidores passaram a ter uma visão mais rígida e a cobrar mais para que as empresas sejam sustentáveis e que colaborem mais com as questões sociais.

Outro fator que levou as empresas a se preocuparem mais com as questões sociais foi a exposição na mídia, que tem relatado sobre os danos causados pelas empresas à natureza. Esse fato estimulou uma exigência adicional por parte do consumidor em relação a um comportamento mais responsável das empresas frente aos aspectos socioambientais (WISSMANN; BREIER, 2011). Desta forma, as empresas foram estimuladas a promover o uso adequado dos recursos ambientais, assim como envolver-se de forma a auxiliar na solução de possíveis problemas sociais.

Serao et al. (2017) analisaram o nível de valorização do tema responsabilidade social em cursos de administração em Instituições de Ensino Superior (IES) no estado do Rio de Janeiro. Eles constataram que o baixo envolvimento de estudantes em entidades sociais está associado à pouca valorização das entidades sociais pelas IES

Diante disso é possível visualizar a importância de aprofundar o conhecimento sobre a responsabilidade social sob a ótica de estudantes. Afinal, os acadêmicos de hoje serão futuros profissionais, e a eles cabe o papel de auxiliar os gestores a buscarem alinhamento com práticas de responsabilidade social. Além disso, destaca-se que o profissional de contabilidade tem ocupado cada vez mais uma posição estratégica nas organizações, desenvolvendo um papel fundamental no auxílio à tomada de decisões, sendo um profissional-chave na implementação da responsabilidade social nas empresas.

Portanto, considerando o que foi abordado, delineou-se a seguinte questão de pesquisa: qual o nível de conhecimento dos estudantes sobre responsabilidade social? Sendo assim, o objetivo principal deste estudo é identificar o nível de conhecimento de estudantes sobre responsabilidade social. Para tanto, realizou-se uma pesquisa com 221 estudantes do curso de ciências contábeis de uma universidade pública no Estado do Ceará.

Dessa forma, a pesquisa torna-se relevante diante da preocupação global com a sustentabilidade ambiental e com as causas sociais, sobretudo no Brasil, que possui muitos recursos naturais e tem perspectivas de desenvolvimento econômico. A importância de estudar o conhecimento de estudantes de ciências contábeis sobre responsabilidade social reside na compreensão de que a contabilidade cumpre um papel fundamental nas organizações, auxiliando os gestores no processo de tomada de decisões, buscando garantir a sustentabilidade dos projetos desenvolvidos pela organização (MACIEL et. al., 2009).

Nesse contexto, compreende-se que os alunos de contabilidade necessitam ter conhecimento sobre a responsabilidade social empresarial, uma vez que estarão inseridos em um mercado competitivo, devendo ampliar suas percepções e seu campo de atuação, auxiliando as empresas a obterem bons resultados econômicos, mas alinhados aos

propósitos de preservação ambiental e equidade social.

2 | RESPONSABILIDADE SOCIAL NO CONTEXTO DAS ORGANIZAÇÕES

Atualmente, as empresas não buscam somente o lucro. De acordo com De Luca (1998), as empresas têm suas obrigações com a sociedade, com a preservação do meio ambiente, a criação e manutenção de empregos, a contribuição para a formação profissional, e com a qualidade dos bens e serviços. Destaca-se que as empresas têm o dever de se preocupar com a comunidade e o meio ambiente, uma vez que sua atuação afeta diretamente o ambiente em que estão inseridas. Desse modo, faz-se importante que as empresas compreendam que precisam aprender a ter lucros, mas seguindo um comportamento ético e obedecendo às leis.

Segundo Ribeiro (2005), não se pode dar apenas um conceito à responsabilidade social já que as variáveis que a influenciam mudam de acordo com o tempo e geração. Nesse contexto, compreende-se que, para obterem êxito no mercado, as empresas devem atuar de forma alinhada aos interesses diversificados dos *stakeholders*, desde o abastecimento de mercado e manutenção dos recursos humanos até a preservação do meio ambiente.

De acordo com Ashley (2012), pode-se definir a responsabilidade social como o compromisso que a entidade deve ter com a sociedade, auxiliando com atividades que tenham efeito positivo em alguma comunidade específica. Uma segunda definição sobre responsabilidade social relata que:

A responsabilidade social significa a obrigação gerencial de tomar ações que protegem e melhoram o bem-estar da sociedade e os interesses organizacionais especificamente. Os administradores devem buscar alcançar objetivos organizacionais e objetivos societários. (CHIAVENATO, 2004, p. 607).

Nesse contexto, a responsabilidade social empresarial implica práticas de diálogo e engajamento da empresa com todos os públicos ligados a ela, a partir de um relacionamento ético e transparente. Sabe-se que a implementação dessas práticas ainda é um desafio para as empresas, porém, muitas delas têm alcançado resultados significativos nesse sentido. São diversos os exemplos de como tais práticas têm sido incorporadas nos processos de gestão empresarial. Entre eles estão as iniciativas das grandes empresas em estimular suas cadeias de fornecedores e clientes a também considerar os princípios da responsabilidade social em sua gestão. A adoção dessas práticas possibilita o controle dos riscos e oportunidades de negócio e permite que não só as empresas, mas também sua cadeia de valor, possam utilizar estratégias e ferramentas rumo à gestão socialmente responsável (ETHOS, 2013).

3 | PERCEÇÃO DE ESTUDANTES SOBRE RESPONSABILIDADE SOCIAL

Destaca-se que, nos últimos anos, a responsabilidade social tem sido amplamente discutida no âmbito empresarial e no meio acadêmico (SILVA; CHAUVEL, 2010). Discute-se que é importante analisar como os estudantes aprendem, percebem e compreendem a responsabilidade social, uma vez que estes serão os profissionais do futuro, que devem atuar de forma ética e socialmente responsável (SANTOS; SILVA, 2013; SILVA; CHAUVEL, 2010). Desse modo, alguns estudos que analisaram a percepção de estudantes sobre a responsabilidade social são apresentados a seguir.

Santos e Silva (2013) desenvolveram um estudo com estudantes de graduação em administração e investigaram a percepção dos alunos sobre o ensino de responsabilidade social corporativa. Os autores desenvolveram a pesquisa por meio de entrevistas em profundidade com treze estudantes de duas faculdades do Rio de Janeiro, e observaram que os entrevistados acreditam saber sobre o que significa responsabilidade social corporativa. No entanto, os autores perceberam que os estudantes deram definições superficiais sobre o tema. Além disso, os resultados da pesquisa evidenciaram que muitos alunos consideram que o tema deveria ser explorado de forma mais ampla nas faculdades, trazendo uma abordagem prática.

Silva e Chauvel (2011) estudaram a visão dos estudantes de administração sobre o ensino da responsabilidade social corporativa nos cursos de graduação. Para tanto, os autores fizeram uma revisão de literatura sobre o tema, seguida de 30 entrevistas em profundidade com alunos de administração do Rio de Janeiro. Dentre os resultados da pesquisa, destaca-se que os alunos se preocupam com o tema e o consideram importante. No entanto, muitos deles avaliaram que o assunto é abordado de forma superficial na graduação, e que aprenderam mais sobre a temática em meios externos, como revistas, jornais, trabalho. Ainda, os autores observaram que os estudantes entrevistados possuem uma visão limitada sobre o tema.

Por meio de uma pesquisa com 118 alunos de graduação em administração de uma universidade privada, no Estado de Minas Gerais, Pinto, Silva e Freitas (2010) buscaram conhecer e discutir como alunos entendem o conceito de responsabilidade social. Na pesquisa, solicitou-se aos alunos a elaboração de um pequeno texto que respondesse ao seguinte questionamento: “o que você entende por responsabilidade social empresarial?”. Com base nas respostas, os autores verificaram que os alunos privilegiam somente alguns aspectos da responsabilidade social.

Com o objetivo de estudar a percepção dos estudantes de administração em relação ao ensino da responsabilidade social corporativa na graduação, Silva e Chauvel (2010) realizaram uma pesquisa com 85 alunos de graduação que pertenciam a quatro instituições de ensino superior do estado do Rio de Janeiro, que estavam prestes a se formar ou tinham se formado no último ano. Os resultados da pesquisa evidenciaram que

os respondentes consideram a responsabilidade social corporativa um tema importante, mas que o espaço dado ao assunto na graduação é insuficiente, além de ser abordado de forma superficial. Ainda, os alunos apresentaram dúvidas e questionamentos sobre a temática e compreendem que é preciso haver um maior aprofundamento teórico e prático no ensino da responsabilidade social corporativa, pois, de acordo com a pesquisa, saber como as empresas praticam a responsabilidade social corporativa desperta o interesse dos estudantes.

Portanto, é possível perceber a importância do tema responsabilidade social e como os pesquisadores estão cada vez mais em busca de compreender a percepção de estudantes sobre o tema. Além disso, verifica-se uma tendência de estudos com alunos de cursos de graduação em administração, havendo uma lacuna nas pesquisas que investiguem estudantes de graduação em ciências contábeis. Dessa forma, compreende-se que é relevante também compreender as percepções de estudantes de contabilidade, uma vez que o profissional contábil tem ocupado cada vez mais um papel de destaque nas organizações, auxiliando no processo decisório e cumprindo funções gerenciais nas empresas.

4 | PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

4.1 População e Amostra

A população da pesquisa é composta por estudantes do curso de graduação em ciências contábeis de uma universidade pública, localizada no Estado do Ceará. Em fevereiro de 2018, período em que foi realizada a pesquisa, o curso de ciências contábeis da referida universidade contava com um total de 501 alunos regularmente matriculados no curso. Ao todo, participaram da pesquisa 221 estudantes, que representa 44,11% do total de alunos matriculados, compondo a amostra desta pesquisa.

4.2 Coleta de Dados

A coleta de dados foi realizada por meio de um questionário, que foi dividido em duas partes: (i) perfil do respondente, e (ii) conhecimento sobre responsabilidade social. A primeira parte conta com questões relacionadas ao gênero do respondente, idade, percentual de conclusão do curso e grau de conhecimento sobre o tema responsabilidade social. A segunda parte compreende doze afirmativas sobre responsabilidade social, em que o aluno deveria classificar as afirmativas como verdadeiras, falsas ou se não sabiam a resposta. Na segunda parte, foram abordados os seguintes assuntos: aspectos gerais da responsabilidade social, fatos que indicam que a empresa é socialmente responsável e balanço social.

4.3 Procedimentos de Análise dos Dados

Os dados foram analisados por meio de análise descritiva, em que foram verificadas as frequências das respostas dos estudantes. A partir dessa análise, foi possível verificar o perfil dos respondentes, bem como traçar um panorama geral sobre o conhecimento dos alunos sobre o tema responsabilidade social. A apresentação dos resultados se deu por meio de gráficos, o possibilitando uma representação visual mais dinâmica sobre os achados desta pesquisa.

5 | RESULTADOS

5.1 Perfil dos Respondentes

Primeiramente, verificou-se o perfil dos respondentes, tendo como base as perguntas que constavam na primeira parte do questionário aplicado. Em relação ao gênero dos respondentes, verificou-se que 49,30% eram do gênero masculino e 50,69% do gênero feminino. Além disso, constatou-se que a idade dos alunos questionados estava concentrada entre 17 e 34 anos. O Gráfico 1 apresenta os resultados referentes ao percentual de conclusão do curso.

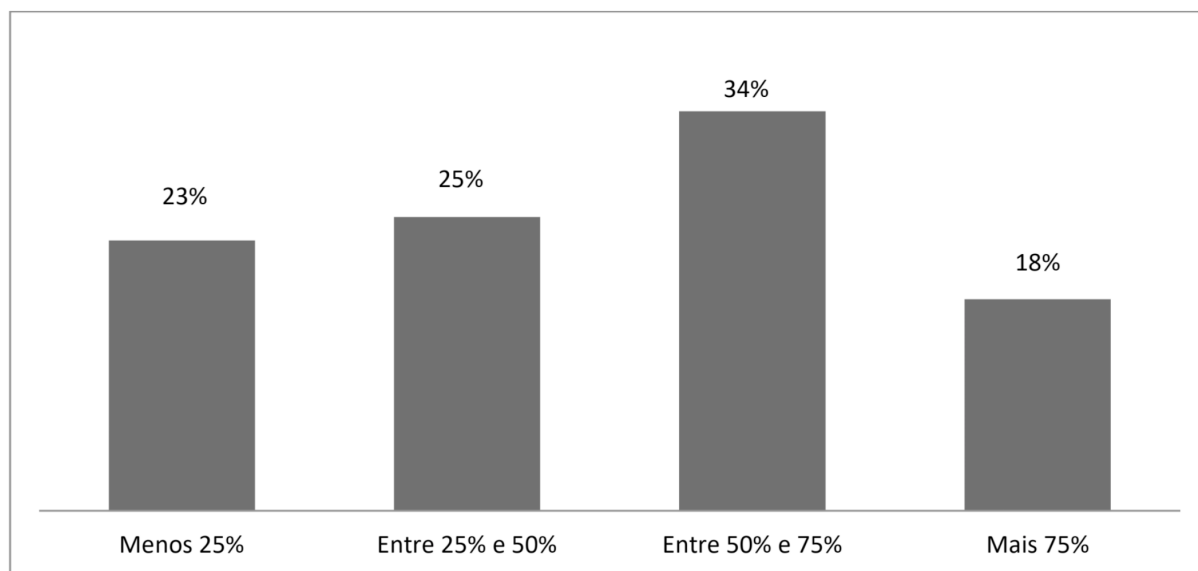


Gráfico 1- Percentual de conclusão de curso entre os respondentes.

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

De acordo com o Gráfico 1, a maioria dos respondentes está entre os semestres mais avançados. Além disso, os estudantes foram questionados sobre o grau de conhecimento sobre responsabilidade social, os resultados são apresentados no Gráfico 2.

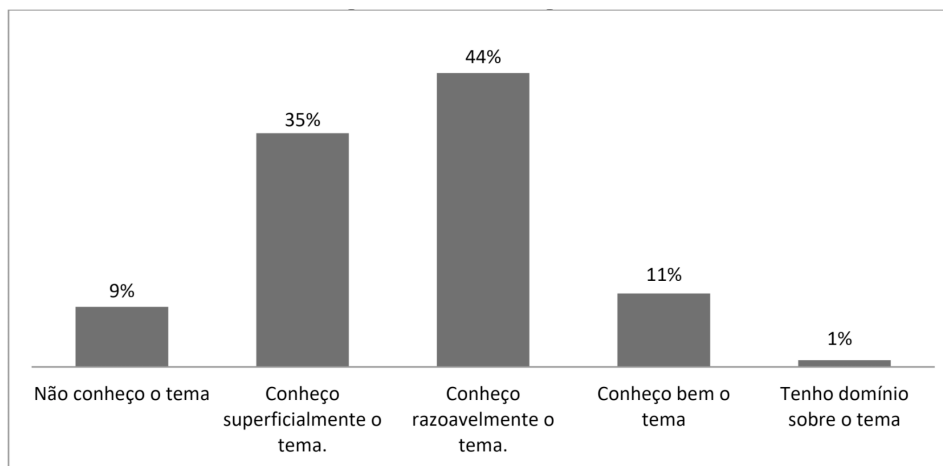


Gráfico 2 - Conhecimento dos respondentes sobre responsabilidade social.
 Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Os resultados do Gráfico 2 mostram que, 9% dos estudantes afirmam não conhecer o tema, enquanto 35% declaram conhecer superficialmente e 44% dizem que conhecem razoavelmente, evidenciando que a maioria dos respondentes acredita não estar familiarizada o assunto.

5.2 Conhecimento sobre Responsabilidade Social

Nessa parte da pesquisa, buscou-se identificar se o conhecimento dos alunos sobre responsabilidade social. No primeiro momento, foram elaboradas afirmativas referentes aos aspectos gerais da responsabilidade social. Para tanto, os alunos analisaram afirmações sobre atos que de fato caracterizam a prática de responsabilidade social, comportamento dos administradores e também filantropia, já que muitas vezes confundem-na com a prática de responsabilidade social. Os resultados são apresentados no Gráfico 3.

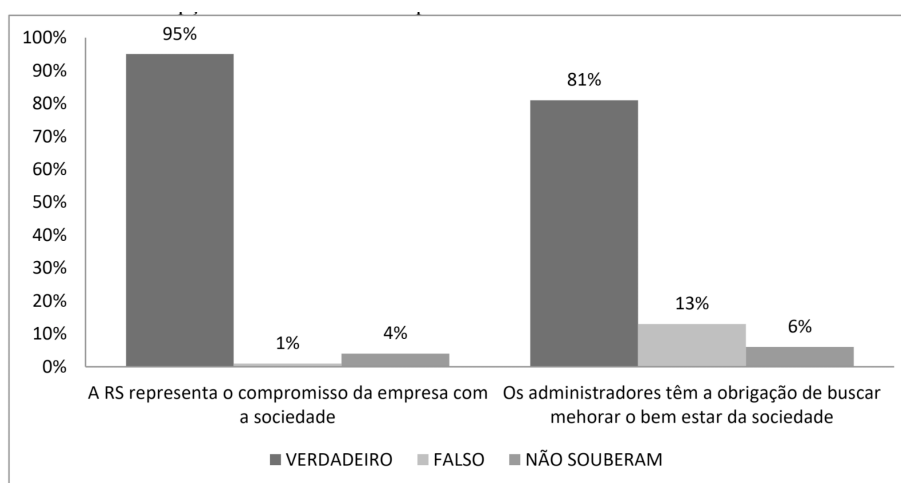


Gráfico 3 – Percepção dos alunos sobre aspectos básicos da RS.

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

De acordo com o Gráfico 3, na questão relativa a um breve conceito do que é a responsabilidade social, a maioria dos estudantes (95%) entende que a responsabilidade social representa o compromisso que a entidade tem que ter com a sociedade e comunidade em que está inserida, pois julgaram a questão como verdadeira. É possível perceber que a maior parte dos alunos questionados entende que as entidades devem agir proativamente no que tange a seu papel específico na sociedade e sua prestação de conta com ela. Na questão relacionada aos objetivos dos administradores, a maior parte dos alunos (81%) entende que os administradores das empresas, além de gerenciar os interesses da organização, tem a obrigação de buscar melhorar o bem-estar da sociedade. Contudo, alguns alunos (13%) marcaram essa afirmativa como falsa ou não souberam responder (6%).

Posteriormente, foram abordadas questões sobre os possíveis benefícios trazidos às entidades que podem assim justificar a prática da responsabilidade social, bem como filantropia e a utilização da responsabilidade social como marketing para a empresa os resultados são apresentados no Gráfico 4.

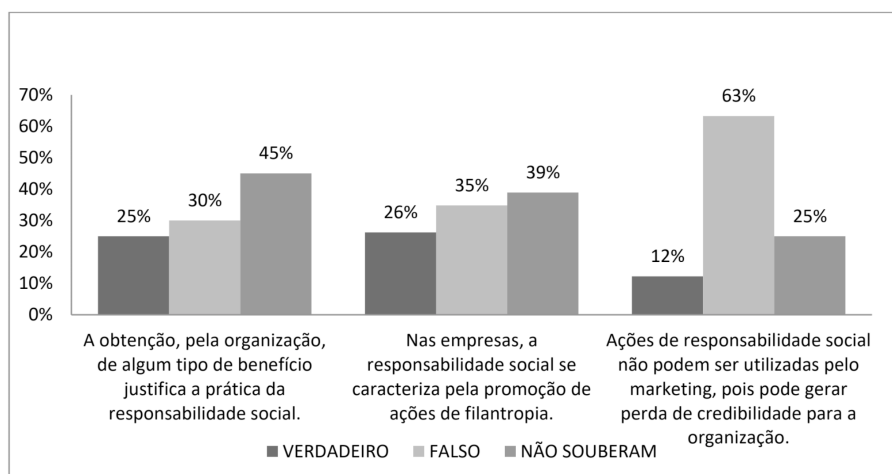


Gráfico 4 – Percepção dos alunos sobre a relação entre obtenção de benefícios, filantropia e uso do marketing com a RS.

Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Com base nos resultados evidenciados no Gráfico 4, evidenciou-se que apenas a menor parte dos alunos (25%) concordam que a obtenção de algum benefício pela organização justifica a prática de responsabilidade social, ao passo que grande parte (45%) dos respondentes não soube responder. Wissmann e Breier (2011) esclarecem a responsabilidade social pode ser uma boa ferramenta para a empresa destacar-se no mercado e trazer benefício para si, além de contribuir para o desenvolvimento da sociedade em que está inserida. Além disso, essa prática implica indiretamente em retorno financeiro, desde que seja realizada de acordo com os valores e a missão da empresa. Sendo assim, a obtenção de algum tipo de benefício pode justificar a prática da

responsabilidade social pela organização.

Na assertiva que abordava sobre a filantropia, a menor parte dos estudantes (26%) considerara que a responsabilidade social se caracteriza pela promoção de ações de filantropia, enquanto um maior volume de respondentes (35%) não concordara com essa afirmativa ou não sabem responder (39%). Com base nesse achado, compreende-se que grande parte dos alunos não compreende a diferença entre responsabilidade social e filantropia. Cumpre mencionar que a responsabilidade social não é o mesmo que filantropia. Enquanto a filantropia está voltada à caridade e à promoção de ações focadas na comunidade externa da empresa, a responsabilidade social é focada na cadeia de negócios da organização, englobando preocupações com diversos outros atores, tais como: acionistas, funcionários, fornecedores, consumidores, comunidade, governo e meio ambiente (DORNELAS, 2005). Logo, a responsabilidade social trata diretamente dos negócios da empresa e de como ela os conduz. Assim, argumenta-se que a filantropia pode ser considerada mais uma ferramenta de legitimação social do que uma prática de responsabilidade social propriamente dita (TABORDA; COSTA, 2014).

Quanto à percepção dos alunos sobre a utilização do *marketing* para divulgar as ações de responsabilidade social, a maior parte dos respondentes (63%) entendem que não há problema caso as ações de responsabilidade social sejam utilizadas pelo *marketing* corporativo, e que a sua utilização não gera perda de credibilidade para a organização. Destaca-se que, de acordo com Karkotli e Aragão (2008), a ação social e o *marketing* social ou institucional podem ser configurados como demonstrações de responsabilidade social corporativa.

Em seguida, foram abordadas afirmativas sobre os indicadores de responsabilidade social, em que foram verificados os seguintes indicadores: valores, transparência e governança; público interno; fornecedores; e consumidores e clientes. Os resultados são apresentados no Gráfico 5.

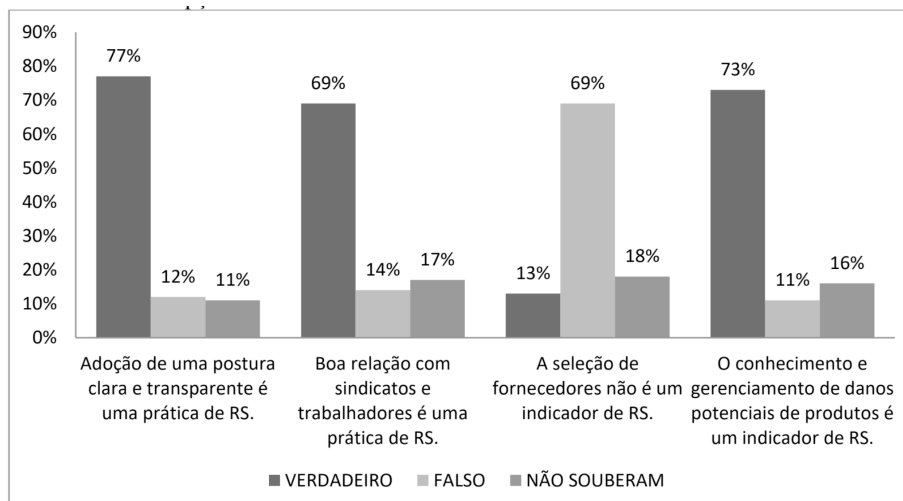


Gráfico 5 – Percepção dos alunos sobre os Indicadores Ethos de RS
Fonte: Dados da pesquisa (2018).

De acordo com o Gráfico 5, no que se refere ao primeiro indicador, a maioria dos estudantes (77%) entende que a adoção de uma postura clara e transparente se configura em uma prática de responsabilidade social. De acordo com o Instituto Ethos (2013), o indicador “valores, transparência e governança” diz respeito à auto regulação de conduta da empresa, relações transparentes com a sociedade e governança corporativa.

No tocante à questão sobre o público interno, a maior parte dos alunos (69%) marcou como verdadeiro a assertiva que afirma que a boa relação com os sindicatos e trabalhadores é um indicador de responsabilidade social. Segundo o Instituto Ethos (2013), o indicador “público interno” aborda diálogo e participação, respeito ao indivíduo (incluindo os sindicatos e trabalhadores) e trabalho decente.

No que concerne ao indicador de fornecedores, um número expressivo de alunos (69%) marcou como falsa a afirmativa que evidenciava que o cuidado com a seleção de fornecedores não é um indicador de responsabilidade social. A seleção de fornecedores é um indicador muito importante para a empresa manter sua responsabilidade social, pois, de acordo com o Instituto Ethos (2013), pode-se evitar manter relação com fornecedores que, por exemplo, trabalham com trabalho infantil ou forçado na cadeia produtiva.

Com relação à questão sobre o último indicador, elevado número de respondentes (73%) entende que o conhecimento e o gerenciamento de danos potenciais de produtos é um dos indicadores de responsabilidade social. Ressalta-se que, segundo o Instituto Ethos (2013), a empresa deve fornecer a seus consumidores e clientes informações detalhadas sobre danos ambientais resultantes do uso e da destinação final de seus produtos.

Desse modo, compreende-se que, de modo geral, a maioria dos estudantes que participaram da pesquisa apresentam conhecimento sobre os indicadores de responsabilidade social, uma vez que responderam de forma alinhada ao que sugerem os indicadores de responsabilidade social abordados pelo Instituto Ethos (2013). Adicionalmente, os alunos foram questionados sobre o balanço social. Os resultados são apresentados no Gráfico 6.

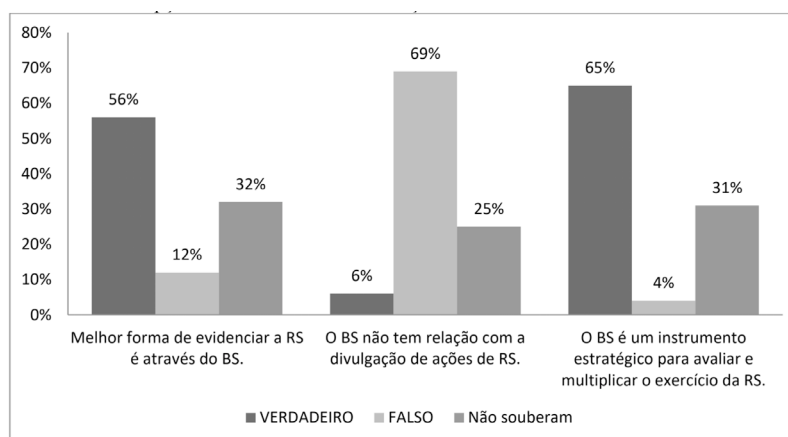


Gráfico 6 - Percepção dos alunos sobre o Balanço Social.

Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Com base no Gráfico 6, observa-se que, nas afirmativas acerca do balanço social, a maioria dos alunos (56%) entende que a melhor forma de evidenciar a responsabilidade social de uma empresa é por meio da publicação desse demonstrativo. Além disso, grande parte dos respondentes (69%) compreende que o balanço social tem relação com a divulgação de ações de responsabilidade social. Por fim, elevado número de respondentes (65%) percebe que o balanço social é um instrumento estratégico para avaliar e multiplicar o exercício da responsabilidade corporativa. Posto isso, com base nesses achados, pode-se afirmar que um volume expressivo de alunos entende a importância do balanço social. Além disso, analisou-se o nível de conhecimento dos respondentes de acordo com o percentual de conclusão de curso, conforme reportado no Gráfico 7.

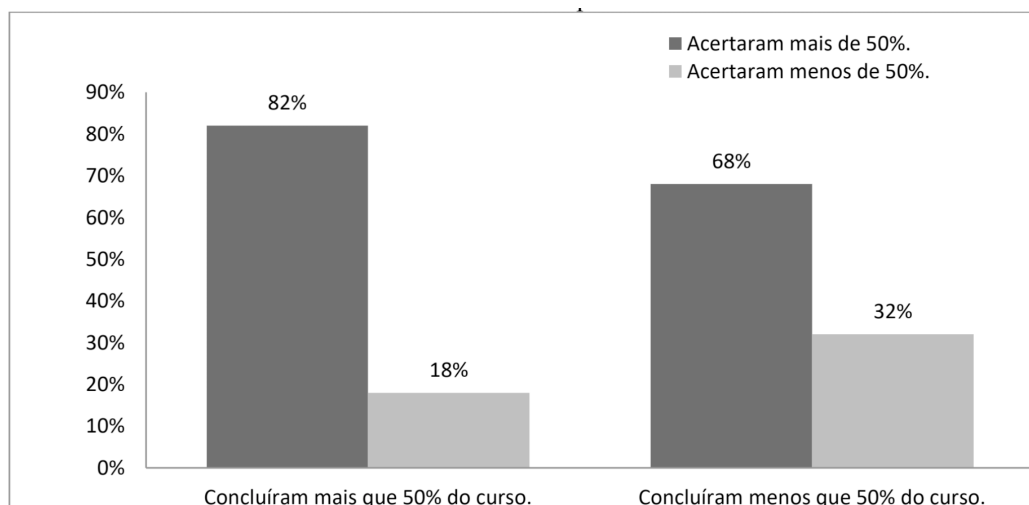


Gráfico 7- Nível de conhecimento de acordo com o percentual de conclusão de curso.

Fonte: Dados da pesquisa (2018)

De acordo com o Gráfico 7, é possível afirmar que os alunos que estão nos semestres mais avançados (82%) têm mais conhecimento sobre responsabilidade social que aqueles que estão na primeira metade do curso (68%). Dessa forma, compreende-se que, embora tenham afirmado inicialmente que não estão familiarizados com o tema de responsabilidade social, os alunos possuem conhecimento sobre assunto.

6 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo buscou identificar o nível de conhecimento de estudantes sobre responsabilidade social. Para tanto, realizou-se uma pesquisa com 221 estudantes do curso de ciências contábeis de uma universidade pública no Estado do Ceará. Inicialmente, a maior parte dos estudantes afirmava ter conhecimento razoável, superficial ou nenhum sobre o tema responsabilidade social.

No entanto, percebeu-se que praticamente todos os alunos sabiam conceituar a

responsabilidade social. Por outro lado, foi possível constatar que a maioria dos alunos não compreende que a organização pode utilizar a geração de benefícios como justificativa para a prática da responsabilidade social. Também foi possível verificar que os alunos entendem que os administradores das empresas, além de gerenciar os interesses da organização, têm a obrigação de buscar melhorar o bem-estar da sociedade.

Dentre os indicadores de responsabilidade social analisados (valores, transparência e governança, público interno, fornecedores e consumidores e clientes), observou-se que a maioria dos alunos entendem que a adoção de uma postura clara e transparente, a boa relação com os sindicatos e trabalhadores, o cuidado com a seleção de fornecedores, e o conhecimento e o gerenciamento de danos potenciais de produtos configuram-se práticas de responsabilidade social. Em contrapartida, percebeu-se que mais da metade dos alunos não compreende ou não sabe a diferença entre responsabilidade social e filantropia. Contudo, grande parte dos respondentes entende que não há problema utilizar ações de responsabilidade social como *marketing* corporativo.

Em relação às afirmativas sobre balanço social, a maioria dos alunos compreende que o balanço social tem relação com a divulgação de ações de responsabilidade social, bem como percebem que este é um instrumento estratégico para avaliar e multiplicar o exercício da responsabilidade corporativa, além de ser a melhor forma de evidenciar a responsabilidade social de uma empresa.

Outro ponto constatado foi que os alunos dos semestres mais avançados têm um nível maior de conhecimento que aqueles alunos que estão no início do curso, sugerindo que os alunos ampliam seu conhecimento sobre a responsabilidade social com o passar dos semestres. Este achado leva à reflexão de que a disciplina de responsabilidade social, que é ofertada no sexto semestre, parece ser abordada de forma efetiva, fazendo com que os alunos compreendam a importância do assunto. Com base nisso, argumenta-se que a manutenção dessa disciplina na matriz curricular do curso de ciências contábeis é algo relevante para a formação de um profissional mais completo e sensível às questões socioambientais.

Dessa forma, conclui-se que, de forma geral, os alunos do curso de ciências contábeis da IES analisada, apesar de terem afirmado inicialmente que não estão familiarizados com o tema responsabilidade social, possuem um bom nível de conhecimento sobre o assunto, demonstrando compreensão sobre conceitos, indicadores e instrumentos de divulgação. Além disso, foi possível concluir que a inclusão da disciplina de responsabilidade social no curso de ciências contábeis é um fator positivo. Sugere-se, para a expansão desta pesquisa, a comparação entre as percepções de alunos e profissionais. Outra sugestão seria também a comparação entre estudantes de IES públicas e privadas, bem como estudantes de modalidades presencial e a distância.

REFERÊNCIAS

- ASHLEY, P.A. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. 2a ed. São Paulo: Saraiva, 2012.
- CHIAVENATO, I. **Introdução à Teoria Geral da Administração**. 7a. ed. Rio de Janeiro: Editora Elsevier, 2004.
- DE LUCA, M. M. M. **Demonstração do valor adicionado: do cálculo da riqueza criada pela empresa ao valor do PIB**. São Paulo: Atlas, 1998.
- FERRAZ, M. O.; SCUDELER, V. C. O balanço social como indicador da responsabilidade social empresarial. **Universitas**, v. 2, n. 2, p. 11-35, 2009.
- FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002.
- INSTITUTO ETHOS. **Indicadores Ethos de Responsabilidade Social**. São Paulo, 2013.
- KARKOTLI, G.; ARAGÃO, S.D. **Responsabilidade social: uma contribuição à gestão transformadora das organizações**. 3a.ed. Petrópolis: Vozes, 2008.
- MACIEL, C. V.; LAGIOIA, U. C. T.; LIBONATI, J. J.; RODRIGUES, R. N. Contabilidade ambiental: um estudo exploratório sobre o conhecimento dos profissionais de contabilidade. **Revista Contemporânea de Contabilidade**, v. 1, n. 11, p. 137-158, 2009.
- PINTO, M. R.; SILVA, M. C. D.; FREITAS, R. C. Responsabilidade Social empresarial: o que os alunos de graduação em Administração têm a dizer? **Administração: Ensino e Pesquisa**, v. 11, n. 1, p. 31-52, 2010.
- RIBEIRO, M.S. **Contabilidade ambiental**. São Paulo: Saraiva, 2005.
- SANTOS, J. P. D.; SILVA, R. C. M. A percepção dos estudantes sobre o ensino da responsabilidade social corporativa na graduação em administração. **Administração: Ensino e Pesquisa**, v. 14, n. 2, p. 377-401, 2013.
- SERAO, L. A. J.; OLIVEIRA, F. B.; PIRES, M. A.; SANT'ANNA, A. S. Valorização do tema “responsabilidade social” em instituições de ensino superior: análise de cursos de administração no Estado do Rio de Janeiro. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 15, n. Ed. Especial, p. 462-481, 2017.
- SILVA, R. C. M.; CHAUVEL, M. A. O ensino da responsabilidade social na graduação em Administração: um estudo quantitativo sobre a percepção dos estudantes. **REAd. Revista Eletrônica de Administração**, v. 16, n. 1, p. 1-20, 2010.
- SILVA, R. C. M.; CHAUVEL, M. A. Responsabilidade social no ensino em Administração: um estudo exploratório sobre a visão dos estudantes de graduação. **Revista de Administração Pública**, v. 45, n. 5, p. 1539-1563, 2011.
- WISSMANN, M.A; BREIER, R.J. Responsabilidade social e ambiental: um levantamento do nível de conhecimento, ações desenvolvidas e expectativas das indústrias de Marechal Cândido Rondon – PR. **Ciências Sociais Aplicadas em Revista**, v. 11, n. 21, p. 171-187, 2011
- COSTA, J. F.; TABORDA, D. Institucionalização da filantropia pela legitimação. **RACE: Revista de Administração, Contabilidade e Economia**, v. 13, n. 2, p. 767-794, 2014.
- DORNELAS, M. A. **Responsabilidade social versus filantropia empresarial: um estudo de casos na cadeia automobilística de Minas Gerais**. 2005. 127 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal de Lavras, Lavras, MG, 2005.

SOBRE O ORGANIZADOR

CLAYTON ROBSON MOREIRA DA SILVA - Professor do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí (IFPI). Doutorando e Mestre em Administração e Controladoria pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Possui MBA em Gestão em Finanças, Controladoria e Auditoria pelo Centro Universitário INTA (UNINTA). Bacharel em Ciências Contábeis pela Universidade Estadual Vale do Acaraú (UVA).

ÍNDICE REMISSIVO

A

Arranjo 21, 23, 24, 26, 27, 28, 30, 31, 32, 34

C

Conhecimento 6, 38, 39, 40, 41, 43, 44, 45, 46, 48, 49, 52, 53, 54, 57, 58, 59, 60

D

Didática 36, 47

E

Ensino 25, 36, 37, 38, 39, 43, 44, 46, 49, 51, 52, 60

Estrutura 4, 7, 14, 21, 22, 23, 25, 26, 27, 31, 32, 34

Estudantes 37, 38, 40, 48, 49, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60

F

Fayol 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10

G

Governança 21, 23, 25, 26, 27, 30, 31, 32, 33, 34, 56, 57, 59

I

Interdisciplinaridade 36, 44, 45, 46

L

Local 18, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 30, 31, 32, 33, 34

M

Marketing 8, 11, 12, 13, 14, 16, 19, 20, 34, 37, 40, 55, 56, 59

Mercado 1, 2, 6, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 23, 27, 30, 31, 34, 37, 43, 46, 49, 50, 55

Metodologia 6, 10, 12, 20, 25, 26, 27, 32, 33, 36, 60

Moda 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46

Modelagem 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46

O

Organização 2, 3, 4, 7, 8, 10, 12, 21, 24, 25, 28, 29, 49, 55, 56, 59

P

Posicionamento 11, 12, 13, 15, 16, 17, 18, 19

Produtivo 21, 23, 24, 26, 27, 28, 29, 31, 34, 36, 38

R

Responsabilidade Social 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60

S

Segmentação 11, 12, 13, 15, 16, 17, 18, 19

Sustentabilidade 21, 22, 34, 49

T

Teoria Clássica 1, 2, 3, 4, 6, 7, 10

 **Atena**
Editora

2 0 2 0