

ADMINISTRAÇÃO: CIÊNCIA E TECNOLOGIA, ESTRATÉGIA, ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA E ESTUDOS ORGANIZACIONAIS 2

Clayton Robson Moreira da Silva
(Organizador)



 **Atena**
Editora
Ano 2021

ADMINISTRAÇÃO:

CIÊNCIA E TECNOLOGIA, ESTRATÉGIA, ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA E ESTUDOS ORGANIZACIONAIS 2

Clayton Robson Moreira da Silva
(Organizador)



 **Atena**
Editora

Ano 2021

Editora Chefe

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Assistentes Editoriais

Natalia Oliveira

Bruno Oliveira

Flávia Roberta Barão

Bibliotecária

Janaina Ramos

Projeto Gráfico e Diagramação

Natália Sandrini de Azevedo

Camila Alves de Cremo

Luiza Alves Batista

Maria Alice Pinheiro

Imagens da Capa

Shutterstock

Edição de Arte

Luiza Alves Batista

Revisão

Os Autores

2021 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do Texto © 2021 Os autores

Copyright da Edição © 2021 Atena Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena Editora pelos autores.



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição-Não-Comercial-NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. 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.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná

Prof. Dr. Américo Junior Nunes da Silva – Universidade do Estado da Bahia

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
Prof. Dr. Crisóstomo Lima do Nascimento – Universidade Federal Fluminense
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Daniel Richard Sant’Ana – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Profª Drª Dilma Antunes Silva – Universidade Federal de São Paulo
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá
Prof. Dr. Elson Ferreira Costa – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima
Prof. Dr. Gustavo Henrique Cepolini Ferreira – Universidade Estadual de Montes Claros
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Instituto Internazionele delle Figlie di Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas
Profª Drª Maria Luzia da Silva Santana – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa
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
Profª Drª Carla Cristina Bauermann Brasil – Universidade Federal de Santa Maria
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. Jael Soares Batista – Universidade Federal Rural do Semi-Árido
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

Profª Drª Débora Luana Ribeiro Pessoa – Universidade Federal do Maranhão

Prof. Dr. Douglas Siqueira de Almeida Chaves – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro

Prof. Dr. Edson da Silva – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri

Profª Drª Elizabeth Cordeiro Fernandes – Faculdade Integrada Medicina

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 Mendes – Instituto Politécnico de Coimbra – Escola Superior de Saúde de Coimbra

Profª Drª Gabriela Vieira do Amaral – Universidade de Vassouras

Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria

Prof. Dr. Helio Franklin Rodrigues de Almeida – Universidade Federal de Rondônia

Profª Drª Iara Lúcia Tescarollo – Universidade São Francisco

Prof. Dr. Igor Luiz Vieira de Lima Santos – Universidade Federal de Campina Grande

Prof. Dr. Jefferson Thiago Souza – Universidade Estadual do Ceará

Prof. Dr. Jesus Rodrigues Lemos – Universidade Federal do Piauí

Prof. Dr. Jônatas de França Barros – Universidade Federal do Rio Grande do Norte

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 Maria Tatiane Gonçalves Sá – Universidade do Estado do Pará

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

Prof. Dr. Rafael Henrique Silva – Hospital Universitário da Universidade Federal da Grande Dourados

Profª Drª Regiane Luz Carvalho – Centro Universitário das Faculdades Associadas de Ensino

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. Carlos Eduardo Sanches de Andrade – Universidade Federal de Goiás

Profª Drª Carmen Lúcia Voigt – Universidade Norte do Paraná

Prof. Dr. Cleiseano Emanuel da Silva Paniagua – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás

Prof. Dr. Douglas Gonçalves da Silva – Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia

Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Profª Drª Érica de Melo Azevedo – Instituto Federal do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará
Profª Dra. Jéssica Verger Nardeli – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho
Prof. Dr. Juliano Carlo Rufino de Freitas – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª 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. Dr. Marco Aurélio Kistemann Junior – Universidade Federal de Juiz de Fora
Profª Drª Neiva Maria de Almeida – Universidade Federal da Paraíba
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Priscila Tessmer Scaglioni – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

Linguística, Letras e Artes

Profª Drª Adriana Demite Stephani – Universidade Federal do Tocantins
Profª Drª Angeli Rose do Nascimento – Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro
Profª Drª Carolina Fernandes da Silva Mandaji – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Profª Drª Denise Rocha – Universidade Federal do Ceará
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 Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná
Profª Drª Miranilde Oliveira Neves – Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará
Profª Drª Sandra Regina Gardacho Pietrobbon – Universidade Estadual do Centro-Oeste
Profª Drª Sheila Marta Carregosa Rocha – Universidade do Estado da Bahia

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. Dr. Adaylson Wagner Sousa de Vasconcelos – Ordem dos Advogados do Brasil/Seccional Paraíba
Prof. Dr. Adilson Tadeu Basquerote Silva – Universidade para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí
Prof. Dr. Alex Luis dos Santos – Universidade Federal de Minas Gerais
Prof. Me. Alessandro Teixeira Ribeiro – Centro Universitário Internacional
Profª Ma. Aline Ferreira Antunes – Universidade Federal de Goiás
Prof. Me. André Flávio Gonçalves Silva – Universidade Federal do Maranhão
Profª Ma. Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa
Profª Drª Andreza Lopes – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento Acadêmico
Profª Drª Andrezza Miguel da Silva – Faculdade da Amazônia
Profª Ma. Anelisa Mota Gregoleti – Universidade Estadual de Maringá
Profª Ma. Anne Karynne da Silva Barbosa – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Antonio Hot Pereira de Faria – Polícia Militar de Minas Gerais
Prof. Me. Armando Dias Duarte – Universidade Federal de Pernambuco
Profª Ma. Bianca Camargo Martins – UniCesumar

Profª Ma. Carolina Shimomura Nanya – Universidade Federal de São Carlos
Prof. Me. Carlos Antônio dos Santos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Me. Christopher Smith Bignardi Neves – Universidade Federal do Paraná
Prof. Ma. Cláudia de Araújo Marques – Faculdade de Música do Espírito Santo
Profª Drª Cláudia Taís Siqueira Cagliari – Centro Universitário Dinâmica das Cataratas
Prof. Me. Clécio Danilo Dias da Silva – Universidade Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Me. Daniel da Silva Miranda – Universidade Federal do Pará
Profª Ma. Daniela da Silva Rodrigues – Universidade de Brasília
Profª Ma. Daniela Remião de Macedo – Universidade de Lisboa
Profª Ma. Dayane de Melo Barros – Universidade Federal de Pernambuco
Prof. Me. Douglas Santos Mezacas – Universidade Estadual de Goiás
Prof. Me. Edevaldo de Castro Monteiro – Embrapa Agrobiologia
Prof. Me. Eduardo Gomes de Oliveira – Faculdades Unificadas Doctum de Cataguases
Prof. Me. Eduardo Henrique Ferreira – Faculdade Pitágoras de Londrina
Prof. Dr. Edwaldo Costa – Marinha do Brasil
Prof. Me. Eliel Constantino da Silva – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita
Prof. Me. Ernane Rosa Martins – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás
Prof. Me. Euvaldo de Sousa Costa Junior – Prefeitura Municipal de São João do Piauí
Prof. Dr. Everaldo dos Santos Mendes – Instituto Edith Theresa Hedwing Stein
Prof. Me. Ezequiel Martins Ferreira – Universidade Federal de Goiás
Profª Ma. Fabiana Coelho Couto Rocha Corrêa – Centro Universitário Estácio Juiz de Fora
Prof. Me. Fabiano Eloy Atílio Batista – Universidade Federal de Viçosa
Prof. Me. Felipe da Costa Negrão – Universidade Federal do Amazonas
Prof. Me. Francisco Odécio Sales – Instituto Federal do Ceará
Profª Drª Germana Ponce de Leon Ramírez – Centro Universitário Adventista de São Paulo
Prof. Me. Gevair Campos – Instituto Mineiro de Agropecuária
Prof. Me. Givanildo de Oliveira Santos – Secretaria da Educação de Goiás
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
Profª Ma. Isabelle Cerqueira Sousa – Universidade de Fortaleza
Profª Ma. Jaqueline Oliveira Rezende – Universidade Federal de Uberlândia
Prof. Me. Javier Antonio Alborno – University of Miami and Miami Dade College
Prof. Me. Jhonatan da Silva Lima – Universidade Federal do Pará
Prof. Dr. José Carlos da Silva Mendes – Instituto de Psicologia Cognitiva, Desenvolvimento Humano e Social
Prof. Me. Jose Elyton Batista dos Santos – Universidade Federal de Sergipe
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 Drª Juliana Santana de Curcio – Universidade Federal de Goiás
Profª Ma. Juliana Thaisa Rodrigues Pacheco – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Kamilly Souza do Vale – Núcleo de Pesquisas Fenomenológicas/UFGA
Prof. Dr. Kárpio Márcio de Siqueira – Universidade do Estado da Bahia
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. Dr. Lucio Marques Vieira Souza – Secretaria de Estado da Educação, do Esporte e da Cultura de Sergipe
Prof. Dr. Luan Vinicius Bernardelli – Universidade Estadual do Paraná
Profª Ma. Luana Ferreira dos Santos – Universidade Estadual de Santa Cruz
Profª Ma. Luana Vieira Toledo – Universidade Federal de Viçosa
Prof. Me. Luis Henrique Almeida Castro – Universidade Federal da Grande Dourados
Profª Ma. Luma Sarai de Oliveira – Universidade Estadual de Campinas
Prof. Dr. Michel da Costa – Universidade Metropolitana de Santos
Prof. Me. Marcelo da Fonseca Ferreira da Silva – Governo do Estado do Espírito Santo
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. Maria Elanny Damasceno Silva – Universidade Federal do Ceará
Profª Ma. Marileila Marques Toledo – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri
Prof. Me. Pedro Panhoca da Silva – Universidade Presbiteriana Mackenzie
Profª Drª Poliana Arruda Fajardo – Universidade Federal de São Carlos
Prof. Me. Ricardo Sérgio da Silva – Universidade Federal de Pernambuco
Prof. Me. Renato Faria da Gama – Instituto Gama – Medicina Personalizada e Integrativa
Profª Ma. Renata Luciane Polsaque Young Blood – UniSecal
Prof. Me. Robson Lucas Soares da Silva – Universidade Federal da Paraíba
Prof. Me. Sebastião André Barbosa Junior – Universidade Federal Rural de Pernambuco
Profª Ma. Silene Ribeiro Miranda Barbosa – Consultoria Brasileira de Ensino, Pesquisa e Extensão
Profª Ma. Solange Aparecida de Souza Monteiro – Instituto Federal de São Paulo
Profª Ma. Taiane Aparecida Ribeiro Nepomoceno – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Prof. Me. Tallys Newton Fernandes de Matos – Faculdade Regional Jaguaribana
Profª Ma. Thatianny Jasmine Castro Martins de Carvalho – Universidade Federal do Piauí
Prof. Me. Tiago Silvio Dedoné – Colégio ECEL Positivo
Prof. Dr. Welleson Feitosa Gazel – Universidade Paulista

Administração: ciência e tecnologia, estratégia, administração pública e estudos organizacionais 2

Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira
Bibliotecária: Janaina Ramos
Diagramação: Maria Alice Pinheiro
Correção: Mariane Aparecida Freitas
Edição de Arte: Luiza Alves Batista
Revisão: Os Autores
Organizador: Clayton Robson Moreira da Silva

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

A238 Administração: ciência e tecnologia, estratégia, administração pública e estudos organizacionais 2 / Organizador Clayton Robson Moreira da Silva. – Ponta Grossa - PR: Atena, 2021.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-5706-881-6

DOI 10.22533/at.ed.816210903

1. Administração. 2. Estratégia. I. Silva, Clayton Robson Moreira da (Organizador). II. Título.

CDD 658

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

Atena Editora

Ponta Grossa – Paraná – Brasil

Telefone: +55 (42) 3323-5493

www.atenaeditora.com.br

contato@atenaeditora.com.br

DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa.

APRESENTAÇÃO

O livro “Administração: Ciência e Tecnologia, Estratégia, Administração Pública e Estudos Organizacionais” é uma obra publicada pela Atena Editora e divide-se em dois volumes. Este segundo volume reúne um conjunto de vinte e sete capítulos, em que são abordados diferentes temas que permeiam o campo da administração. Compreender os fenômenos organizacionais é o caminho para o avanço e a consolidação da ciência da administração, possibilitando a construção de um arcabouço teórico robusto e útil para que gestores possam delinear estratégias e tomar decisões eficazes do ponto de vista gerencial, contribuindo para a geração de valor nas organizações.

Nesse contexto, compreendendo a pertinência e avanço dos temas aqui abordados, este livro emerge como uma fonte de pesquisa rica e diversificada, que explora a administração em suas diferentes faces, uma vez que concentra estudos desenvolvidos em diferentes contextos organizacionais. Assim, sugiro esta leitura àqueles que desejam expandir seus conhecimentos por meio de um material especializado, que contempla um amplo panorama sobre as tendências de pesquisa e aplicação da ciência administrativa.

Além disso, ressalta-se que este livro visa ampliar o debate acadêmico, conduzindo docentes, pesquisadores, estudantes, gestores e demais profissionais à reflexão sobre os diferentes temas que se desenvolvem no âmbito da administração. Finalmente, 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 sobre os temas abordados pelos autores em seus estudos.

Boa leitura!

Clayton Robson Moreira da Silva

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1..... 1

A EVOLUÇÃO DO CAMPO DO COMPORTAMENTO ORGANIZACIONAL: UMA ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA

Nairana Radtke Caneppele

Enise Barth

Luiz Cláudio Dib Binato

DOI 10.22533/at.ed.8162109031

CAPÍTULO 2..... 22

ANÁLISE DA PERCEPÇÃO DE COMPORTAMENTOS ÉTICOS ORGANIZACIONAIS NA EMPRESA BRISANET TELECOMUNICAÇÕES LTDA

Josefa Marina Candido de Lima

Karidja Kiria Nascimento Rocha

DOI 10.22533/at.ed.8162109032

CAPÍTULO 3..... 36

A INFLUÊNCIA DA INTELIGÊNCIA EMOCIONAL E DA SATISFAÇÃO NO TRABALHO NO COMPROMETIMENTO ORGANIZACIONAL

Larissa Dantas Guimarães

DOI 10.22533/at.ed.8162109033

CAPÍTULO 4..... 58

LIDERANÇA E COMUNICAÇÃO: A INTELIGÊNCIA EMOCIONAL DO LÍDER COMO DIFERENCIAL NO AMBIENTE ORGANIZACIONAL

Viviane Lemes da Rosa

DOI 10.22533/at.ed.8162109034

CAPÍTULO 5..... 73

CULTURA DE APRENDIZAGEM E ESTILO DE LIDERANÇA: UMA ANÁLISE DE FATORES QUE INFLUENCIAM A APRENDIZAGEM ORGANIZACIONAL

Katia Cyrlene de Araujo Vasconcelos

Leonardo Quintas Rocha

Ariana Marchezi de Souza

DOI 10.22533/at.ed.8162109035

CAPÍTULO 6..... 95

RISCOS DE ADOECIMENTO MENTAL: ESTUDO COM PRESBÍTEROS A LUZ DA PSICODINÂMICA DO TRABALHO

Jaqueline dos Santos Teles

Luciano Zille Pereira

DOI 10.22533/at.ed.8162109036

CAPÍTULO 7..... 106

MENSURAÇÃO DA CULTURA DE SEGURANÇA EM AEROPORTOS

Wilson Rocha Gomes

DOI 10.22533/at.ed.8162109037

CAPÍTULO 8	122
DESEMPENHO OPERACIONAL DOS PORTOS ORGANIZADOS BRASILEIROS	
Andreia Coutinho e Silva	
Arilda Magna Campagnaro Teixeira	
Flavia Nico Vasconcelos	
DOI 10.22533/at.ed.8162109038	
CAPÍTULO 9	133
GESTÃO DA CADEIA DE SUPRIMENTOS: ANÁLISE DE UMA EMPRESA BRASILEIRA DE SANEAMENTO BÁSICO E ABASTECIMENTO DE ÁGUA	
Bruno Bittencourt Braz Antunes	
Raquel Ramos Moreira	
DOI 10.22533/at.ed.8162109039	
CAPÍTULO 10	150
SUPPLY CHAIN (SC) EM STARTUPS: UM ESTUDO BIBLIOMÉTRICO DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA INTERNACIONAL	
Zílio Sartori Junior	
Eduardo Kunzel Teixeira	
DOI 10.22533/at.ed.81621090310	
CAPÍTULO 11	165
FULFILLMENT – VANTAGEM COMPETITIVA NA LOGÍSTICA INTEGRADA	
Suelen Sobral Santos	
Indira Coelho de Souza	
Leonardo do Espirito Santo	
DOI 10.22533/at.ed.81621090311	
CAPÍTULO 12	176
O USO DA MATRIZ DE EISENHOWER PARA A ORGANIZAÇÃO DE ATIVIDADES E TAREFAS NA EMPRESA	
Ivan Lima Bandeira	
Almir Gabriel da Silva Fonseca	
Joiciane Rodrigues de Sousa	
Luzia Rodrigues de Macedo	
Itamara Lima Matos	
Francisco Antônio Gonçalves de Carvalho	
DOI 10.22533/at.ed.81621090312	
CAPÍTULO 13	183
EVIDENCIAÇÃO DE INFORMAÇÕES DE ENFRENTAMENTO ÀS MUDANÇAS CLIMÁTICAS E DESEMPENHO ECONÔMICO-FINANCEIRO: UM ESTUDO COM AS EMPRESAS LISTADAS NO ISE DA B3	
Thayse Santos da Cruz	
Sônia Maria da Silva Gomes	
Jose Maria Dias Filho	
Neylane dos Santos Oliveira	
Nverson da Cruz Oliveira	

José Venâncio Ferreira Neto
Erisson Souza Barreto da Cruz
DOI 10.22533/at.ed.81621090313

CAPÍTULO 14.....201

GESTÃO FINANCEIRA HOSPITALAR: OPORTUNIZANDO MELHORIAS

Pamela Nery do Lago
Camila Ferreira Corrêa
Flávia Cristina Duarte Silva
Ira Caroline de Carvalho Sipoli
Luciana Moreira Batista
Marlene Simões e Silva
Diego Leite Cutrim
Diélig Teixeira
Glauber Marcelo Dantas Seixas
Odaléa Larissa dos Santos Neves
Samuel Oliveira da Vera
Susi dos Santos Barreto de Souza

DOI 10.22533/at.ed.81621090314

CAPÍTULO 15.....208

ESTUDO SOBRE O PERFIL DE INVESTIMENTOS DOS MUNICÍPIES DE MARMELEIRO – PR

Andressa Bender
Gustavo Henrique Rudnick
Robson de Faria Silva

DOI 10.22533/at.ed.81621090315

CAPÍTULO 16.....223

EFEITO DA CORRUPÇÃO SOBRE O INVESTIMENTO ESTRANGEIRO DIRETO

Elias Pereira Lopes Júnior
Karoline Teixeira de Sousa
Hércules Pio da Silva

DOI 10.22533/at.ed.81621090316

CAPÍTULO 17.....239

CUSTOS DA PRODUÇÃO DE OVINOS EM UMA UNIVERSIDADE PÚBLICA

Roni Simão
Gilmar Batista Mazurek
Dierone César Foltran Júnior
Marcos Vinicius Ribas Milléo

DOI 10.22533/at.ed.81621090317

CAPÍTULO 18.....254

TRABALHO FORMAL DA AGROINDÚSTRIA DE AÇÚCAR E ÁLCOOL: REGIÃO CENTRO SUL, SÃO PAULO E BRASIL

Bruna Costa de Paula
Amanda Rezzieri Marchezini

Adriana Estela Sanjuan Montebello
Jerônimo Alves dos Santos
Marta Cristina Marjotta-Maistro
DOI 10.22533/at.ed.81621090318

CAPÍTULO 19.....270

MARCAS REGIONAIS DE LATICÍNIOS: UM ESTUDO SOBRE A PERCEPÇÃO DE VALOR DO CONSUMIDOR DE PARNAÍBA – PI

Fernanda Umbelina do Nascimento
Mara Águida Porfírio Moura
Kelsen Arcângelo Ferreira e Silva

DOI 10.22533/at.ed.81621090319

CAPÍTULO 20.....287

O AMBIENTE NAS EXPERIÊNCIAS DE CONSUMO DE LUXO: O IMPORTANTE É TER CHARME!

Diego Ribeiro Feitosa
Maria de Lourdes de Azevedo Barbosa

DOI 10.22533/at.ed.81621090320

CAPÍTULO 21.....302

O MODELO SLOW FASHION DE PRODUÇÃO DE VESTUÁRIO: ANÁLISE DA PRODUÇÃO ACADÊMICA NO PERÍODO DE 2008 A 2016

Marcia Meira Berti Fiorin
Alyne Sehnem

DOI 10.22533/at.ed.81621090321

CAPÍTULO 22.....315

CRIAÇÃO DE VALOR COMPARTILHADO NA INDÚSTRIA DA CONSTRUÇÃO CIVIL

Keully Cristynne Aquino Diógenes
Sérgio Henrique Arruda Cavalcante Forte

DOI 10.22533/at.ed.81621090322

CAPÍTULO 23.....329

DINÂMICA DO MERCADO IMOBILIÁRIO NO EIXO DA RODOVIA EMANUEL PINHEIRO EM CUIABÁ-MT

Aléxia Gabrielle Pinheiro Oliveira
Sônia Regina Romancini

DOI 10.22533/at.ed.81621090323

CAPÍTULO 24.....341

II SEMINÁRIO DE DESENVOLVIMENTO ECONOMICO E GOVERNANÇA DE TERRAS REGISTRO

José de Arimatéia Barbosa

DOI 10.22533/at.ed.81621090324

CAPÍTULO 25	357
A IMPORTÂNCIA DAS NOVAS TECNOLOGIAS PARA AS ORGANIZAÇÕES: UMA ANÁLISE BIBLIOGRÁFICA	
Fernanda Gomes de Lima	
Priscilla de Lima Alves	
Sheise Anne Cruz	
Wanilce do Socorro Pimentel do Carmo	
DOI 10.22533/at.ed.81621090325	
CAPÍTULO 26	369
TOWARDS A SERVICE INNOVATION CAPABILITIES MODEL	
Rafael Toassi Crispim	
Paulo Antônio Zawislak	
DOI 10.22533/at.ed.81621090326	
CAPÍTULO 27	389
PROJETOS PÚBLICOS PARA INCLUSÃO DIGITAL DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO BRASIL	
Aline Cristina Helfenstein	
Débora Fernandes de Souza Mendes	
Douglas Fernando Batista Neis	
Elielza Camargo Souza	
Flávio de São Pedro Filho	
Rafael Vicente Martins dos Reis	
Ronaldo Helfenstein	
DOI 10.22533/at.ed.81621090327	
SOBRE O ORGANIZADOR	409
ÍNDICE REMISSIVO	410

CAPÍTULO 21

O MODELO SLOW FASHION DE PRODUÇÃO DE VESTUÁRIO: ANÁLISE DA PRODUÇÃO ACADÊMICA NO PERÍODO DE 2008 A 2016

Data de aceite: 01/03/2021

Data de submissão: 08/12/2020

Marcia Meira Berti Fiorin

Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Campo Mourão – PR
<https://orcid.org/0000-0002-8692-9464>
<http://lattes.cnpq.br/1427778513551707>

Alyne Sehmem

Prefeitura Municipal de Araquari
Joinville – SC
<https://orcid.org/0000-0003-4639-1177>
<http://lattes.cnpq.br/8698841824051695>

RESUMO: Este artigo apresenta uma análise das pesquisas acadêmicas sobre o *slow fashion*, uma nova abordagem de produção de vestuário baseado nos princípios de sustentabilidade. Os artigos para esta análise foram publicados no período de 2008 a 2016, os quais têm contribuído com o desenvolvimento de um quadro de referência sobre o fenômeno. A análise dos artigos demonstrou que, embora o conceito abranja a organização como um todo, o foco principal de investigação concentra-se no mercado consumidor. A preocupação dos pesquisadores com os fatores microeconômicos deve-se em razão dos preços dos produtos *slow fashion* serem superiores aos dos produtos *fast fashion*, em razão da qualidade e da quantidade produzida, além dos demais fatores de produção que elevam o custo total. Esses fatores afetariam a decisão dos consumidores

que preferem comprar roupas da moda a preços baixos. Assim, para sustentar a rentabilidade, as empresas de *slow fashion* se concentram em alta qualidade, o que exige um preço mais alto. Por isso a preocupação com o comportamento do mercado consumidor, pois, mesmo quando estes têm consciência sobre as questões éticas e sustentáveis, o preço é um importante fator de influência na decisão de compra, o que afeta as questões econômicas. Entender os consumidores é uma preocupação quando um conceito ou produto é algo recente no mercado, como é o caso do *slow fashion*, muito embora a pressão por uma moda mais sustentável vem influenciando a postura dos consumidores desde a década de 1960.

PALAVRAS - CHAVE: Modelo de Produção. *Slow Fashion*. Vestuário/Moda.

THE SLOW FASHION MODEL OF CLOTHING PRODUCTION: ANALYSIS OF ACADEMIC PRODUCTION IN THE PERIOD FROM 2008 TO 2016

ABSTRACT: This article presents an analysis of academic research on slow fashion, a new approach to clothing production based on the principles of sustainability. The articles for this analysis were published from 2008 to 2016, which have contributed to the development of a reference framework on the phenomenon. The analysis of the articles showed that, although the concept covers the organization as a whole, the main research focus is on the consumer market. The researchers' concern with microeconomic factors is due to the fact that the prices of slow

fashion products are higher than those of fast fashion products, due to the quality and quantity produced, in addition to the other factors of production that raise the total cost. These factors would affect the decision of consumers who prefer to buy trendy clothes at low prices. So, to sustain profitability, slow fashion companies focus on high quality, which requires a higher price. Therefore, the concern with the behavior of the consumer market, because, even when they are aware of ethical and sustainable issues, price is an important influencing factor in the purchase decision, which affects economic issues. Understanding consumers is a concern when a concept or product is something new in the market, as is the case with slow fashion, although the pressure for more sustainable fashion has been influencing consumers' posture since the 1960s.

KEYWORDS: Production Model. Slow Fashion. Apparel/Fashion.

1 | INTRODUÇÃO

O movimento de produção *slow fashion* surgiu no início deste século como um modelo de produção de moda baseado em princípios éticos e sustentáveis, visando maior transparência ao longo da cadeia de abastecimento e produção, priorizando a redução da poluição, o uso de fibras ecológicas, melhores condições de trabalho e remuneração justa para os trabalhadores, bem como a redução das novas coleções (verão/inverno), além de incentivar os consumidores para considerar suas compras com base na qualidade ao invés de quantidade (FLETCHER, 2007; RILA, 2012).

Pelos conceitos que o fundamenta, o movimento *slow fashion se opõe ao fast fashion*, principal modelo global de produção de grandes varejistas, e que se baseia na fabricação de roupas em larga escala, com intervalos de curto tempo entre o desenvolvimento, produção e distribuição, a preços relativamente baixos (WATSON; YAN, 2013; POOKULANGARA; SHEPHARD, 2013). Para tanto o varejo adiciona ciclos de venda, tornando menor o tempo entre os ciclos e incentivando compras mais frequentes, com introdução de novos estilos e mercadorias semanalmente ou quizenalmente (POOKULANGARA; SHEPHARD, 2013). Esta forma de produzir e vender encoraja os consumidores a comprar em maior quantidade e a descartá-los tão logo inicie outra temporada com novas tendências de moda, resultando em aumento de resíduos de moda (JUNG, 2016). Estima-se que um milhão de toneladas de peças de roupas são descartados em aterros sanitários todos os anos (POOKULANGARA; SHEPHARD, 2013). Desse modo, a sustentabilidade na moda está relacionada a diversas questões inerentes a essa indústria, “que vão desde o uso de produtos poluentes até o consumo desmesurado” (FERRONATO; FRANZATO, 2015, p. 105).

O *slow fashion* sugere então uma ruptura com esses valores e objetivos que são baseados apenas no crescimento econômico da indústria do vestuário, incentivando um modo de pensar, agir e consumir com os clássicos “qualidade sobre quantidade” e “menos é mais” – além de resgatar o valor das roupas removendo a imagem da moda como algo descartável, e para tanto promove uma consciência de compra que deve ser baseada na durabilidade das peças e a forma como são produzidas (POOKULANGARA; SHEPHARD,

2013).

Desse modo, o *slow fashion* é uma alternativa à produção em massa e ao *mainstream* da produção de vestuário, e por isso sugere uma ruptura com os valores e objetivos que são baseados apenas no crescimento econômico. Dessa maneira, permite que os trabalhadores executem o trabalho com mais tempo e por se dedicar mais em cada peça para garantir a melhor qualidade. Por isso o fator da remuneração justa é um princípio do *slow fashion* que implica num custo maior de produção, e por isso exige que o mercado reconheça que o preço reflete o valor real do produto, pois o preço da roupa para atender ao consumidor não pode ser um salvo-conduto para produzir sob a exploração da mão de obra e o meio ambiente. Pois, como observou Commons (1918 apud LALLEMENT, 2006), a fabricação de produtos de má qualidade e a exploração de trabalhadores falsificam a eficácia e a boa harmonia da comunidade de produtores.

Por ser um fenômeno recente na indústria do vestuário, o presente trabalho tem por objetivo estudar o surgimento do movimento *slow fashion*, e para tanto será analisado artigos que têm discutido sobre esse fenômeno, e que apresenta contribuições para o desenvolvimento de um corpo de conhecimento. O levantamento realizado na base *Scopus*, utilizando-se o termo *slow fashion* como palavra-chave, resultou em 10 artigos publicados no período de 2008 a 2016. O levantamento foi realizado no mês de agosto de 2016, e demonstra que a produção ainda é modesta, e se concentra na Europa e Estados Unidos.

A análise desse fenômeno se justifica em razão do setor têxtil estar em meio a mudanças dinâmicas, como escassez de recursos, mudanças climáticas, as alterações demográficas, as novas tecnologias e mudanças na economia global. Além do que, a sustentabilidade e conduta ética são fatores importantes na condução das organizações (POOKULANGARA; SHEPARD, 2013).

2 | LEVANTAMENTO DA PRODUÇÃO ACADÊMICA SOBRE O SLOW FASHION

Para a realização deste trabalho, em que se objetiva analisar o surgimento do movimento *slow fashion* e a contribuição das pesquisas para a formação de um corpo de conhecimento, foi realizado um levantamento na base *Scopus* utilizando-se o termo *slow fashion* como palavra-chave, o que resultou em 10 artigos publicados no período de 2008 a 2016 (Quadro 1). O levantamento foi realizado no mês de agosto de 2016, e demonstra que a produção ainda é modesta e se concentra na Europa e Estados Unidos. A mesma consulta foi feita na Base *Spell*, porém, nenhum artigo foi encontrado no período da pesquisa.

Ano	Autor	Título do artigo/Periódico
2008	CLARK	Slow + Fashion - an oxymoron - or a promise for the future ...? Fashion Theory - Journal of Dress Body and Culture. Volume 12, Issue 4, December.
2013	POOKULANGARA; SHEPHARD	Slow fashion movement: Understanding consumer perceptions-An exploratory study. Journal of Retailing and Consumer Services, Volume 20, Issue 2, March 2013.
2013	WATSON; YAN	An exploratory study of the decision processes of fast versus slow fashion consumers. Journal of Fashion Marketing and Management, Volume 17, Issue 2, May 2013.
2014	JUNG; JIN	A theoretical investigation of slow fashion: Sustainable future of the apparel industry. International Journal of Consumer Studies, Volume 38, Issue 5, 2014
2015	ERTEKIN; ATIK	Sustainable Markets: Motivating Factors, Barriers, and Remedies for Mobilization of Slow Fashion. Journal of Macromarketing. Volume 35, Issue 1, 14 March 2015,
2015	SØDERLUND; BERG	Slow fashion in the sports apparel industry 17th International Conference on Engineering and Product Design Education, and PDE 2015.
2015	PROTHERO; MCDONAGH	Introduction to the Special Issue: Sustainability as Megatrend II Journal of Macromarketing. Volume 35, Issue 1, 14 March 2015
2015	HENNINGER	Traceability the new eco-label in the slow-fashion industry?-Consumer perceptions and micro-organisations responses Sustainability (Switzerland). Volume 7, Issue 5, 2015
2016a	JUNG; JIN	Sustainable development of slow fashion businesses: Customer value approach. Sustainability (Switzerland). Volume 8, Issue 6, 8 June 2016, n. 540.
2016b	JUNG; JIN	From quantity to quality: understanding slow fashion consumers for sustainability and consumer education. International Journal of Consumer Studies Volume 40, Issue 4, 1 July 2016

Quadro 1 – Relação de artigos sobre o tema *slow fashion* indexados pela Base de Dados Scopus no período de 2008 a 2016

Fonte: os autores, a partir de levantamento realizado na Base Scopus

Esses trabalhos iniciais têm contribuído com o desenvolvimento do conceito de produção *slow fashion* como um modo de produção que desafia o modelo dominante na indústria têxtil, contudo, essa produção é passível de análise a fim de compreender as bases epistemológicas que embasam esses estudos. Para tanto, nos tópicos seguintes apresenta-se uma breve descrição de cada artigo.

2.1 Descrição dos artigos sobre *Slow Fashion*

Para a análise da produção acadêmica foram apreciados oito artigos (Quadro 2) dentre os relacionados no quadro 1. Para a seleção levou-se em consideração o fenômeno *slow fashion* como o problema principal da pesquisa. Os artigos que não foram analisados: Prothero e McDonagh (2015), não aborda exclusivamente o fenômeno, mas sim o trata como uma megatendência para sustentabilidade; e, a pesquisa de Heninger (2015), teve como objetivo levantar a percepção de consumidores e também de gestores-proprietários de empresas a respeito dos rótulos ecológicos nas peças de vestuário.

Autor	Abordagem Metodológica
Clark (2008)	Qualitativa
Pookulangara; Shephard (2013)	Qualitativa
Watson; Yan (2013)	Qualitativa
Jung; Jin (2014)	Quantitativa
Ertekin; Atik (2015)	Qualitativa
Søderlund; Berg (2015)	Qualitativa
Jung; Jin (2016a)	Quantitativa
Jung; Jin (2016b)	Quantitativa

Quadro 2 – Artigos selecionados para análise epistemológica

Fonte: os autores

Após analisar cada artigo, destacamos a metodologia e as conclusões dos pesquisadores. A descrição segue a mesma ordem em que foram descritos no quadro acima.

Hazel Clark (2008) ao abordar o paradoxo entre *slow + fashion* utilizou as três linhas de reflexão do Manifesto Slow + Design: (a) valorização dos recursos locais e distribuição da economia; (b) sistemas de produção transparentes com menos intermediação entre produtor e consumidor; e (c) valorização de produtos sustentáveis e sensoriais, com uma vida mais longa utilizável e o comparou em relação ao modelo *fast fashion*, considerado como o sistema global de produção.

Segundo Clark (2008), a primeira linha de reflexão refere-se a valorização dos recursos locais e distribuição da economia, e portanto, conduz ao slogan popular “pensar globalmente e agir localmente”, que identifica o local como um espaço de resistência contra a cultural global, onde consumidores têm assumido um senso de responsabilidade global, e novas articulações têm ocorrido entre o global e o local. Tipicamente o assunto segue a moda global, no qual os estilos em nível internacional, por consumir roupas que são projetadas, fabricados e distribuídos em mais de um lugar ou país. Clark (2008) referencia o trabalho de designs brasileiros, que buscando criar um estilo latino também utilizaram os apoiaram projetos socialmente responsáveis, visando contribuir com a economia local,

bem como as comunidades, e a transparência do sistema de produção e condições dos trabalhadores ou o impacto ambiental.

A segunda linha, sistemas de produção transparentes com menos intermediação entre produtor e consumidor, conforme Clark (2008), refere-se a produção em pequena escala onde a fronteira entre consumidor e produtor são bem definidas na indústria de moda. A abordagem *slow* é sem dúvida um desafio para a produção de moda. Observando os estilistas que aderiram aos princípios do movimento nota-se que a produção envolve uma qualidade maior, com trabalho mais valorizado, e fabricam coleções pequenas, no entanto, para garantir o lucro necessário sem saturar o mercado, os preços são mais elevados.

A terceira linha, a valorização de produtos sustentáveis e sensoriais, com uma vida mais longa utilizável, foca atenção na valorização e conhecimento do objeto e exige um design que gera experiências significativas. Para tanto, a aquisição do produto é encarada como um investimento, tanto pelo valor monetário, como pela longevidade funcional e design atemporal, que mantém uma atração para um particular consumidor ou usuário mesmo depois da temporada. Desse modo, o produto tem que ser mais substancial do que o visual ou a imagem. Roupas de alta costura ou feitas sob medida, ou ainda bolsas e sapatos de luxo são considerados nessa terceira linha (CLARK, 2008)

Clark (2008) concluiu que o *slow + fashion* não é um paradoxo, e oferece uma abordagem para um futuro mais sustentável, mas reconhece que o diferencial encarece os produtos, e que isso também demanda uma redefinição de moda que reconheça esses princípios. O modelo de produção *slow fashion* desafia a hierarquia existente de projeto, produção e consumo, e ainda necessita de vários estudos, inclusive na produção em larga escala.

Pookulangara e Shepard (2013), ambos pesquisadores estadunidenses, dos Estados do Texas e New York respectivamente, realizaram uma pesquisa exploratória para analisar a percepção de compra de vestuário de *Slow fashion*, e para tanto utilizaram o método *focus groups*, sendo os participantes alunos de duas universidades do sudoeste dos Estados Unidos. Foram realizados sete grupos focais nos dois locais de pesquisa com um total de 50 participantes. Em média, os grupos focais tinham entre 5 a 7 participantes. Todos os participantes, exceto dois eram mulheres.

Segundo Pookulangara e Shepard (2013), o resultado demonstrou que os consumidores consideram que os produtos *slow fashion* possuem alta qualidade, independente da categoria do produto, mas que por isso também tem o preço mais caro do que a mercadoria regular. São ainda produtos clássicos, ou seja, não aderem às tendências de moda atual, o que corresponde à proposta do *slow fashion* de ser um produto atemporal, que não será descartado tão logo finde a estação. No entanto, mesmo quando os consumidores têm uma consciência sobre questões éticas de produção, o preço, a qualidade e o estilo têm maior influência sobre as decisões de compra. Segundo a pesquisa, os consumidores ainda acreditam que eles não têm conhecimento suficiente para tomar

decisões éticas, devido principalmente pelo desconhecimento do processo de fabricação e distribuição no varejo, e que muitos não têm conhecimento da real diferença de valor entre os produtos *slow* ou *fast fashion*. Esses dados indicam que o pouco conhecimento sobre *slow fashion* leva ao entendimento de que as compras exigiriam uma parcela maior de rendimento discricionário para ser gasto em roupas que nem está na moda.

Para Pookulangara e Shepard (2013) o *slow fashion* não se refere apenas sobre a compra de peças de vestuário que atendam aos requisitos éticos, mas também em participar no processo de reutilização, reciclagem e redirecionando da roupa existente. Assim, pode-se afirmar que *Slow fashion* ainda está na sua fase introdutória.

O artigo de Watson e Yan (2013), pesquisadores do Departamento de Design e Merchandising, da Universidade do Estado do Colorado, Estados Unidos, apresenta o resultado de uma pesquisa com consumidores utilizando o modelo de Processo de Decisão do Consumidor (CDP), desenvolvido por Blackwell et al (2006 apud WATSON e YAN, 2013). Os dados qualitativos foram recolhidos através de grupos focais e entrevistas pessoais, sendo duas entrevistas com consumidoras de *fast fashion* e duas entrevistas com consumidoras de *slow fashion*. A amostra foi composta por 38 participantes, dos quais 20 que se denominaram consumidores *fast fashion* e 18 *slow fashion*. Todos os participantes são do sexo feminino, acima de 18 anos de idade, e a idade média é 21 anos.

O roteiro de questionamentos incluiu perguntas específicas em relação às três etapas do modelo CDP, ou seja, o compra/consumo, avaliação pós-consumo e comportamento desinvestimento. Os temas incluem remorso evasão, o utilitarismo, o hedonismo, a congruência estilo/auto-imagem dos compradores, satisfação instantânea vs satisfação contínua, expectativa do consumidor, e frequências de desinvestimento.

Watson e Yan (2013) criaram duas definições com base na síntese de todos os dados qualitativos da pesquisa que realizaram (quadro 3). O consumidor *fast fashion* é um consumidor que opta por comprar roupas que estão na moda, a preços baixos incutindo assim um elevado fator de substituível permitindo-lhe satisfazer sua necessidade de comprar com frequência e em quantidade. O consumidor *slow fashion* é o tipo de consumidor que opta por comprar roupa versátil e de alta qualidade, que lhe permite construir um guarda-roupa com base no conceito de vestuário atemporal e durável. O modelo mostra como fatores internos e externos afetam as decisões de compra

	Consumidores <i>slow fashion</i>	Consumidores <i>fast fashion</i>
Utilidade	Versatilidade, ajuste, qualidade	Acessibilidade, quantidade
Estilo	Clássico, atemporal	Original, na moda, variedade
Expectativa do consumidor	Ajuste, qualidade, tempo longo, versatilidade, baixa manutenção, preço mais elevado	Baixa qualidade, vida útil curta, substituível, acessibilidade

Quadro 3 – Diferenças entre consumidores *slow fashion* e consumidores *fast fashion*

Fonte: adaptado de Watson e Yan (2013).

Jung e Jin (2014), pesquisadores do Departamento de Estudos de Consumo e varejo de vestuário da Universidade da Carolina do Norte, Estados Unidos, desenvolveram uma escala com a finalidade de definir teoricamente as dimensões subjacentes ao *slow fashion*. Para a geração dos itens da escala realizaram pesquisas quantitativas com amostras de estudantes do curso de estudos sobre o varejo da universidade. A escolha desses alunos deve-se pela área de estudo, e assim mais propensos a conhecer sobre o movimento de *slow fashion* do que estudantes de outros cursos. A segunda etapa foi realizada para fazer um procedimento de refinamento, para tanto realizaram a pesquisa com 129 estudantes da região sudeste dos EUA. Essa amostra de respondentes tem uma idade média de 20,08 anos, sendo que a maioria da amostra era do sexo feminino (89,3% do total de entrevistados). Os itens foram medidos numa escala Likert de 5 pontos (1 = discordo totalmente a 5 = concordo totalmente), e 121 respostas foram analisadas, a fim de descobrir se itens de orientação *slow fashion* atendiam a exigência da estatística para análise fatorial exploratória (EFA), correlações da matriz de dados, teste de Bartlett de esfericidade e medida de provas e adequação através do Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) foram examinados. Os dados resultaram na identificação de cinco dimensões do conceito de *slow fashion*: equidade, autenticidade, funcionalidade, localismo e exclusividade:

a) **Equidade** refere-se à orientação dos consumidores para o comércio justo, uma compensação justa e um ambiente de trabalho justo para os trabalhadores. A produção de baixa velocidade garante horas de trabalho regulares, e pelos princípios do *slow fashion* deve-se garantir um salário justo para os trabalhadores, possibilitando melhores condições de trabalho, e, portanto, melhoria da qualidade de vida. Assim, as pessoas que são mais propensas a se preocupar com equidade dos produtores podem aceitar um valor maior.

b) **Autenticidade** envolve uma propensão dos consumidores para com roupas feitas por de forma artesanal e métodos tradicionais, em oposição à produção de produtos idênticos aparentemente copiados por máquina. Isso deve ser favorável aos consumidores que se preocupam com a autenticidade de artigos de vestuário, e esses consumidores percebem mais valor.

c) A **funcionalidade** está relacionada com a maximização da utilidade do produto de moda, e o *slow fashion* encoraja as pessoas a usar itens por mais tempo, mais frequentemente, e de várias maneiras. Estilos de moda são substituídos por desenhos clássicos para que os consumidores possam usar os itens por várias temporadas de moda. Os consumidores podem perceber que o aumento longevidade e versatilidade de um produto pode ser mais econômico, mesmo apesar do preço mais alto que produtos *fast fashion*.

d) **Localismo**. Produtos *slow fashion* são geralmente produzidos localmente, com recursos locais, tais como profissionais/artesãos qualificados, fábricas locais, ou matérias primas produzidas localmente, dessa forma também apóia a economia local, formando ainda uma identidade regional específica nos

produtos.

e) A **exclusividade** está relacionada com a propensão para uma valor de exclusividade dos produtos. Artigos de *slow fashion* são produzidos em pequenas quantidades, e até mesmo dentro do mesmo lote, porém eles não são exatamente idênticos porque o trabalho manual é amplamente utilizado. Assim, um valor exclusivo é alcançável através de artigos de moda heterogêneos, e isso proporciona diferenciação. Este atributo pode aumentar o valor percebido das peças de vestuário (emocional) (JUNG; JIN, 2014).

Segundo Jung e Jing (2014), o *slow fashion* pode ser um modelo de negócio para promover as pequenas empresas de fabricação de roupas nacionais, e revitalizar a economia local. Especialmente nos Estados Unidos, a fabricação de roupas tem fortemente invocado a produção de produtos de moda em massa, no entanto, com a terceirização, as pequenas empresas são menos propensas a utilizar economias de escala, e a produção em pequenos lotes dificulta encontrar parceiros de qualidade. Ademais, o pequeno varejo nos EUA tem lutado pela sobrevivência, indicando a mudança de poder para os varejistas de massa. Nos EUA, 10 principais varejistas controlam 47% do total das vendas de vestuário, e para se manter os pequenos varejistas precisam de um diferencial. Pequenas e médias empresas representam mais de 99,7% de todos os empregadores dos EUA, sendo responsável por 44,5% do total da folha de pagamento de norte-americanos, gerando entre 60-80% de novos postos de trabalho anualmente.

Considerando que o *slow fashion* envolve pequena quantidade de produtos únicos (exclusividade) movimentando recursos locais (localismo) e utilizando técnicas tradicionais (autenticidade) requerendo mais tempo de produção e melhor remuneração (equidade), a estratégia econômica das empresas de grande escala não se encaixa no modelo de negócio *slow fashion*. Em vez disso, ele pode prosperar em empresas de pequena dimensão, como negócios familiares. Portanto, o modelo *slow* de negócio da moda iria ajudar o renascimento da pequena EUA empresas de vestuário, em particular.

Ertekin e Atik (2015), fizeram uma pesquisa teórica a fim de levantar os fatores de motivação, barreiras, e remédios para a mobilização de *slow fashion*. Segundo os autores, muitas barreiras trabalham contra a sustentabilidade, tais como a globalização, o sistema econômico orientado para o macro crescimento, a falta de recursos, falta de conhecimento e consciência, falta de confiança em empresas de moda, o *gap* atitude-comportamento do consumidor e as preocupações com a estética. Apesar dessas barreiras, Ertekin e Atik (2015) consideram que há também fatores motivadores para a moda *slow fashion*. Ressentidos pelo consumo irracional e seu impacto na sociedade, consumidores começaram a apoiar o discurso mercadoria verde por razões macro, tais como comércio justo, consumo ético, consumo sustentável, os efeitos globais de consumo, passaram a questionar a cultura de consumo prevalecente. Esses consumidores podem quebrar o ciclo *fast fashion* ao apoiar os produtos de designers e varejistas que trabalham segundo

princípios sustentáveis de produção. As empresas de moda *fast fashion* podem emular com produtos de luxo, mas são menos capazes de atender aos altos padrões éticos em abastecimento, fabricação e distribuição. Do lado do consumo, as pessoas também estão estressadas devido a velocidade da mudança. Portanto, os indivíduos, especialmente nos países industrializados, querem abrandar o consumo e ter mais tempo para aproveitar a vida, tanto por razões ambientais ou por causa de circunstâncias econômicas.

Søderlund e Berg (2015) realizaram pesquisa com três fabricantes de roupas esportivas com o intuito de analisar os cinco fatores do *slow fashion*, proposto por Jung e Jin (2014): a equidade, autenticidade, funcionalidade, localismo e exclusividade. Para a coleta de dados realizaram entrevistas em profundidade com gestores de empresas de três empresas diferentes, localizadas nos Estados Unidos, Noruega e União Europeia. O estudo realizado nas três empresas mostrou que esses fabricantes possuem um direcionamento para a produção de *slow fashion*, realizando esforços principalmente com as questões de responsabilidade social e ambiental. Assim, esse conceito tem potencial para se tornar mais relevante no futuro, no entanto, somente alguns dos atributos *slow fashion*, proposto por Jung e Jin (2014) são verificados em cada empresa.

Jung e Jing (2016a) dando continuidade à pesquisa sobre o *slow fashion*, buscaram compreender como as empresas *slow fashion* podem criar valor para a empresa e quais os atributos devem ser enfatizados para sustentar a rentabilidade. Hipóteses da pesquisa: a partir dos atributos, a H1 foi proposta: Um consumidor que se preocupa com H1(a) Equidade, H1(b) Autenticidade, H1(c) Funcionalidade, H1 (d) Localismo e H1(e) Exclusividade vai perceber maior valor para o cliente em direção a produtos *slow fashion*.

A análise de regressão múltipla foi realizada para melhor compreensão das relações entre as orientações *slow fashion* e percepção de valor pelo cliente. O atributo exclusividade, derivado de produtos exclusivos e quantidade limitada, foi fortemente relacionado com a formação de valores extrínsecos, tais como valores emocionais e sociais. Em contraste, o atributo de autenticidade, criado pelo artesanato e técnicas de produção tradicionais, geram valores intrínsecos, como qualidade preço e valor. O atributo funcionalidade revelou associações com valor emocional e qualidade, pois este atributo inclui preocupações com a versatilidade e longevidade do vestuário. O atributo equidade foi relacionado com o emocional, social e valor do trabalho. Ou seja, se um indivíduo está muito preocupado com as condições de trabalho justas e compensações, é mais propenso a aceitar o custo extra do produto, pois este contribui para melhorar o bem-estar dos trabalhadores.

Jung e Jing (2016b) realizaram estudo exploratório com objetivo de identificar segmentos potenciais para o consumo de *slow fashion*, bem como compreender as suas características. A pesquisa quantitativa foi delineada utilizando uma amostra de 221 americanos, com idade acima de 18 anos e intenções para consumo. Os participantes representam a população geral dos Estados Unidos, e as idades variaram de 19 a 77 anos, a proporção quase igual de homens e mulheres, sendo mais de 70% da amostra composta

de caucasiano/anglo/europeu/americano. O instrumento de coleta e medição utilizado foi um questionário de pesquisa online (*survey*) composto de escalas Likert para medir o comportamento de consumo de roupas: intenções de compra *slow fashion*, disponibilidade para pagar um preço *premium*, preço aceitável e informações demográficas.

A partir dos dados foram identificados quatro grupos de consumidores, significativamente diferentes: Grupo 1: altamente envolvido no *slow fashion*; Grupo 2: convencional; Grupo 3: de orientação para exclusividade; Grupo 4: com baixo envolvimento em *slow fashion*. Como os consumidores de moda procuram satisfazer necessidades diferentes através da compra de moda, não é plausível para discernir quais grupos vão comprar *slow fashion* ou apenas *fast fashion*. Consumidores de *slow fashion* no presente estudo podem comprar *fast fashion*, em certa medida, no entanto, eles são altamente impulsionados pelos atributos fornecidos pelo *slow fashion*. Ou seja, o Grupo 1 é orientado para todos os cinco atributos do *slow fashion* (equidade, autenticidade, funcionalidade, localismo e exclusividade), ao passo que o Grupo 2 e Grupo 3 envolvem em partes dos atributos. Por exemplo, os aspectos de autenticidade e funcionalidade do *slow fashion* pode apelar para o Grupo 2 e Grupo 3 por favorecer o aspecto de exclusividade.

Sendo este uma tema recente para as organizações, esses estudos possibilitaram conhecer as percepções dos consumidores, bem como a disposição para os gastos com as compras de vestuário. Isto posto, as pesquisas aqui apresentadas têm contribuído com o desenvolvimento de um quadro conceitual sobre *slow fashion*, contudo, há ainda outros fatores a serem pesquisados, pois como apresenta Kate Fletcher (2007), o modelo *slow fashion* é baseado em ações ambientalmente corretas em toda a cadeia de produção, tendo prioridade os aspectos sociais, econômicos e ambientais e uma maior consciência dos impactos dos produtos sobre os trabalhadores, a comunidade e o ecossistema.

3 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo apresenta uma análise de pesquisas que realizaram estudos sobre o movimento *slow fashion*, considerado como um modelo de produção sustentável (FLETCHER, 2007). Os artigos para esta análise foram levantados na Base *Scopus*, publicados no período de 2008 a 2016, dos quais oito foram selecionados para a análise.

O movimento *slow fashion*, por sua gênese, opera em um ritmo de produção mais lento, mas não se refere ao tempo, como o seu nome sugere, mas sim a uma filosofia que é consciente de seus diversos públicos como designers, compradores, varejistas e consumidores, e do impacto que a moda produz sobre os trabalhadores, os consumidores e ecossistemas, buscando ainda a valorização da economia e recursos locais, a transparência no sistema de produção e a criação de produtos com uma vida útil mais longa (FLETCHER; GROSE, 2012).

A análise dos artigos demonstrou que, embora o conceito abranja a organização

como um todo, o foco principal de investigação concentra-se no mercado consumidor. A preocupação dos pesquisadores com os fatores microeconômicos deve-se em razão dos preços dos produtos *slow fashion* serem superiores aos dos produtos *fast fashion*, em razão da qualidade e da quantidade produzida, além dos demais fatores da produção que elevam o custo total.

O objetivo das pesquisas e a metodologia utilizada evidenciaram que as pesquisas se baseiam no paradigma funcionalista, pois, assume as organizações como coletividades estabelecidas para a perseguição de objetivos relativamente específicos, uma vez que os objetivos e metas é uma dimensão central na definição de organização (SÉGUIN; CHANLAT, 1987). Por isso a preocupação com o comportamento do mercado consumidor, pois, mesmo quando estes têm consciência sobre as questões éticas e sustentáveis, o preço é um importante fator de influência na decisão de compra, o que afeta as questões econômicas.

REFERÊNCIAS

- CLARK, Hazel. Slow + Fashion - an oxymoron - or a promise for the future ...? **Fashion Theory - Journal of Dress Body and Culture**. Volume 12, Issue 4, December 2008. Acesso via Periódicos Capes. Disponível em: <http://www-periodicos-capes-gov-br.ez46.periodicos.capes.gov.br/>. Acesso em 23 ago. 2016.
- ERTEKIN, Zeinep Ozdamar; ATIK, Deniz. Sustainable Markets: Motivating Factors, Barriers, and Remedies for Mobilization of Slow Fashion. **Journal of Macromarketing**. Volume 35, Issue 1, 14 March 2015. Disponível em: <http://www-periodicos-capes-gov-br.ez46.periodicos.capes.gov.br/>. Acesso em: 23 ago. 2016.
- FERRONATO, Priscilla Boff; FRANZATO, Carlo. Open design e slow fashion para sustentabilidade do sistema moda. **Moda Palavra**, [s.l.], v. 1, n. 9, p.104-115, out. 2015 Edição Especial. Universidade do Estado de Santa Catarina. <http://dx.doi.org/10.5965/1982615x09012015104>. Disponível em: <http://www.revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/7256>. Acesso em: 5 dez. 2017.
- FLETCHER, Kate. Slow fashion. **The Ecologist**. June 2007. Disponível em: http://www.theecologist.org/green_green_living/clothing/269245/slow_fashion.html. Acesso em: 15 set. 2015.
- FLETCHER, Kate; GROSE, Lynda. **Moda & Sustentabilidade** - design para mudança. São Paulo: Senac, 2012.
- HENNINGER, Claudia E. Traceability the new eco-label in the slow-fashion industry?-Consumer perceptions and micro-organisations responses. **Sustainability** (Switzerland). Volume 7, Issue 5, 2015. Disponível em: <http://www-periodicos-capes-gov-br.ez46.periodicos.capes.gov.br/>. Acesso em: 23 ago. 2016.
- JUNG, Sojin; JIN, Byounggho. Sustainable development of slow fashion businesses: Customer value approach. **Sustainability** (Switzerland) Volume 8, Issue 6, 8 June 2016, n. 540. 2016a. Disponível em: <http://www-periodicos-capes-gov-br.ez46.periodicos.capes.gov.br/>. Acesso em: 23 ago. 2016.

JUNG, Sojin; JIN, ByoungHo. A theoretical investigation of slow fashion: Sustainable future of the apparel industry. *International Journal of Consumer Studies*, Volume 38, Issue 5, 2014. Disponível em: <http://www-periodicos-capes-gov-br.ez46.periodicos.capes.gov.br/>. Acesso em: 23 ago. 2016.

JUNG, Sojin; JIN, ByoungHo. From quantity to quality: understanding slow fashion consumers for sustainability and consumer education. **International Journal of Consumer Studies** Volume 40, Issue 4, 1 July 2016. 2016b. Disponível em: <http://www-periodicos-capes-gov-br.ez46.periodicos.capes.gov.br/>. Acesso em: 23 ago. 2016.

LALLEMENT, Michel. Raízes alemãs da sociologia econômica. **Tempo Social**, São Paulo, v. 18, n. 1, p. 375-394, June 2006. ISSN 1809-4554. DOI:<http://dx.doi.org/10.1590/S0103-20702006000100019>. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/ts/article/view/12507>. Acesso em: 27 nov. 2016.

POOKULANGARA, Sanjukta; SHEPHARD, Arlesa. Slow fashion movement: Understanding consumer perceptions – an exploratory study. **Journal of Retailing and Consumer Services**. v. 20, n. 2, p. 200–206, 2013. DOI:<https://doi.org/10.1016/j.jretconser>. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0969698912001506>. Acesso em: 20 ago. 2015.

PROTHERO, Andrea; MCDONAGH, Pierre. Introduction to the Special Issue: Sustainability as Megatrend II. **Journal of Macromarketing**. Volume 35, Issue 1, 14 March 2015. Disponível em: <http://www-periodicos-capes-gov-br.ez46.periodicos.capes.gov.br/>. Acesso em: 23 ago. 2016.

Retail Industry Leaders Association - RILA. Retail sustainability report successes, challenges, and a vision for the future. Mar 2012. Disponível em: <http://www.rila.org/sustainability/sustreport/sustainability-report-landing-page/Documents/RetailSustainabilityReport.pdf>. Acesso em: 10 set. 2015.

SÉGUIN, Francine et CHANLAT, Jean-François. *L'analyse des organisations: une anthologie sociologique*. Tome I, p. 33-36. Montréal. Gaëtan Morin, 1987.

SØDERLUND, Marte; BERG, Arild. Slow fashion in the sports apparel industry. 17th International Conference on Engineering and Product Design Education, and PDE. 2015. Disponível em: <http://www-periodicos-capes-gov-br.ez46.periodicos.capes.gov.br/>. Acesso em: 23 ago. 2016.

WATSON; Maegan Zarley; YAN; Ruoh-Nan. An exploratory study of the decision processes of fast versus slow fashion consumers. **Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal**, 2013, vol. 17 Iss 2 pp. 14-159. Disponível em: <http://www.emeraldinsight.com/1361-2026.htm>. Acesso em: 17 set. 2015.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Adoecimento 6, 95, 97, 98, 99, 103

Aeropostos 6, 106, 107, 108, 117, 118, 119, 121

Agroindústria açúcar e álcool 255

Ambiente Físico 287, 289, 293, 295

Ambiente Organizacional 6, 37, 58, 60, 64, 66, 364

Análise de custos 239

Aprendizagem Organizacional 6, 73, 74, 75, 79, 80, 81, 82, 85, 86, 87, 89, 90, 91, 93, 94

B

Bibliometria 19, 20, 21, 150, 154

C

Comportamento Organizacional 6, 1, 2, 3, 4, 6, 10, 11, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 35, 57, 80

Compra 133, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 142, 143, 145, 146, 147, 170, 203, 213, 214, 234, 270, 271, 272, 274, 275, 278, 282, 284, 290, 291, 299, 302, 303, 307, 308, 312, 313, 333, 339, 352, 353, 354, 355, 400, 405

Comunicação 6, 4, 20, 34, 58, 59, 60, 64, 65, 66, 67, 69, 70, 71, 72, 90, 104, 138, 139, 181, 204, 206, 241, 284, 285, 291, 347, 357, 359, 361, 364, 367, 391, 392, 407

Contêiner 122, 126

Corrupção 8, 27, 144, 223, 224, 225, 226, 227, 228, 229, 231, 232, 233, 234, 235, 236, 237, 238

Cultura 6, 2, 4, 6, 18, 22, 25, 26, 34, 42, 61, 65, 66, 73, 74, 75, 76, 79, 80, 81, 82, 83, 85, 86, 87, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 97, 104, 106, 107, 108, 109, 110, 111, 112, 113, 114, 116, 117, 118, 121, 138, 181, 286, 292, 299, 310, 357, 360, 364, 408

D

Desempenho 7, 1, 3, 7, 8, 9, 11, 12, 13, 15, 16, 18, 19, 28, 37, 39, 40, 41, 49, 50, 55, 62, 63, 64, 72, 76, 78, 80, 81, 83, 84, 85, 91, 98, 107, 108, 109, 111, 117, 119, 122, 123, 124, 125, 126, 128, 129, 130, 131, 132, 135, 137, 146, 150, 151, 152, 153, 156, 160, 161, 176, 177, 180, 181, 183, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 191, 192, 197, 198, 204, 212, 234, 268, 269, 273, 275, 315, 323, 325, 326, 360, 361, 364, 366, 393, 402, 404, 407

E

E-Commerce 165, 167, 168, 175

Eficiência Operacional 122, 124, 126, 127, 128, 129, 188

E-Fulfillment 174, 175

EPGEO 22, 23, 24, 29, 30, 31, 33, 34

Escolaridade 29, 31, 45, 106, 114, 115, 118, 255, 257, 264, 266, 267

Estilo 6, 15, 73, 74, 77, 78, 79, 82, 86, 89, 90, 91, 289, 306, 307, 308

Estratégia 2, 5, 94, 133, 143, 146, 174, 315, 327, 357

Ética 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 34, 35, 105, 292, 304

Experiência de Consumo 287, 289, 291, 301

F

Ferramenta 20, 30, 40, 43, 44, 146, 148, 176, 177, 178, 179, 181, 205, 224, 276, 291, 326, 358, 362, 366, 395, 402, 405

Ferramentas Financeiras 201, 202, 203, 204, 205, 206

Financeiro 7, 30, 125, 134, 143, 183, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 191, 192, 197, 198, 199, 202, 205, 208, 209, 210, 211, 212, 214, 217, 219, 220, 221, 222, 228, 315, 323, 325, 329, 331, 333, 335, 338, 402

G

Gerenciamento de Custos 202, 203, 206

Gestão Financeira 8, 201, 202, 203, 204, 205, 206

Grupo 1, 3, 4, 8, 10, 11, 12, 13, 15, 18, 25, 29, 75, 77, 78, 79, 84, 95, 96, 101, 107, 108, 111, 128, 129, 130, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 208, 211, 252, 267, 276, 277, 278, 284, 286, 288, 291, 312, 405

I

Indivíduo 1, 7, 8, 10, 16, 18, 25, 26, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 48, 49, 50, 51, 52, 57, 96, 98, 104, 106, 112, 118, 204, 276, 289, 291, 292, 298, 311, 394

Inteligência Emocional 6, 36, 37, 38, 39, 40, 42, 43, 44, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 56, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 66, 67, 71, 72

Investimento 8, 27, 151, 191, 203, 205, 206, 208, 209, 210, 211, 212, 213, 214, 215, 216, 217, 218, 219, 220, 221, 222, 223, 224, 226, 227, 228, 229, 230, 231, 232, 233, 234, 235, 307, 316, 357

L

Liderança 6, 4, 6, 7, 9, 13, 15, 16, 18, 28, 45, 51, 55, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 77, 78, 79, 81, 82, 84, 85, 86, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 109, 121, 186, 255, 363, 364, 367

Logística Integrada 7, 165, 166, 168, 169, 170

M

Marcas Regionais 9, 270, 271, 272, 274, 275, 278, 281, 284, 286

Motivação 4, 15, 26, 37, 38, 41, 56, 58, 61, 62, 66, 74, 78, 101, 103, 108, 139, 310, 364

N

Novo Luxo 287, 288, 289, 292, 294, 295, 296, 297, 298, 299

O

Oportunidades de Melhoria 202, 203

Ovinocultura 239, 241, 242, 245

P

Países 4, 123, 129, 184, 223, 224, 225, 227, 228, 229, 230, 232, 233, 234, 235, 237, 269, 311, 343, 344, 345

Percepção 6, 9, 4, 22, 23, 24, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 40, 42, 82, 86, 95, 97, 99, 103, 111, 112, 114, 115, 187, 224, 228, 235, 270, 271, 272, 274, 275, 277, 278, 281, 286, 287, 306, 307, 311

Perfil 8, 29, 30, 31, 45, 63, 65, 128, 147, 148, 165, 204, 208, 209, 210, 211, 212, 214, 215, 217, 218, 219, 220, 221, 222

Prazer 41, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 103, 104, 105, 275, 291, 292, 293, 295, 297

Presbíteros 6, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 102, 103, 105

Processos 2, 4, 5, 7, 9, 10, 71, 76, 78, 80, 81, 82, 93, 96, 118, 125, 133, 134, 136, 143, 144, 145, 146, 152, 162, 165, 166, 168, 170, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 203, 206, 239, 271, 274, 333, 339, 344, 349, 354, 357, 358, 359, 360, 361, 362, 366, 367, 391, 392, 398, 399, 401, 404

Psicodinâmica do Trabalho 6, 95, 96, 98, 103, 104, 105

R

Regulação 40, 41, 47, 48, 54, 95, 98, 99, 102, 103

Remuneração 49, 212, 213, 227, 254, 255, 256, 257, 259, 260, 261, 262, 263, 264, 267, 303, 304, 310, 364, 366

Risco 3, 79, 106, 107, 111, 114, 117, 118, 119, 137, 139, 156, 168, 185, 186, 188, 190, 192, 208, 209, 210, 211, 212, 214, 217, 218, 220, 221, 225, 323, 335, 344

Rotina 126, 176, 177, 178

S

Sistema 1, 3, 11, 14, 15, 18, 29, 31, 32, 34, 62, 106, 107, 108, 109, 111, 112, 116, 118, 119, 130, 135, 140, 141, 142, 143, 145, 146, 168, 170, 204, 228, 229, 232, 241, 242, 246, 269, 306, 307, 310, 312, 313, 329, 340, 341, 342, 343, 345, 346, 355

Sofrimento 95, 96, 97, 98, 99, 101, 102, 103, 104, 105

Startups 7, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 161, 162, 407

T

Teoria dos stakeholders 185, 186, 188, 197, 198

Trabalho 6, 8, 2, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 13, 15, 16, 18, 19, 22, 23, 24, 26, 27, 28, 29, 30, 34, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 59, 60, 61, 62, 64, 67, 68, 69, 71, 76, 79, 83, 84, 85, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 107, 108, 110, 111, 112, 114, 116, 117, 118, 119, 141, 142, 143, 146, 150, 152, 153, 156, 160, 161, 162, 165, 166, 173, 176, 178, 179, 180, 181, 190, 201, 204, 208, 209, 210, 220, 221, 223, 224, 228, 230, 231, 234, 239, 242, 251, 252, 254, 255, 256, 257, 259, 260, 263, 264, 267, 268, 269, 272, 278, 285, 293, 298, 299, 303, 304, 306, 307, 309, 310, 311, 318, 335, 343, 350, 351, 357, 358, 359, 360, 361, 362, 364, 365, 366, 389, 390, 405

ADMINISTRAÇÃO:

CIÊNCIA E TECNOLOGIA, ESTRATÉGIA, ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA E ESTUDOS ORGANIZACIONAIS 2

www.atenaeditora.com.br 

contato@atenaeditora.com.br 

[@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora) 

www.facebook.com/atenaeditora.com.br 

 **Atena**
Editora

Ano 2021

ADMINISTRAÇÃO:

CIÊNCIA E TECNOLOGIA, ESTRATÉGIA, ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA E ESTUDOS ORGANIZACIONAIS 2

www.atenaeditora.com.br 

contato@atenaeditora.com.br 

[@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora) 

www.facebook.com/atenaeditora.com.br 

 **Atena**
Editora

Ano 2021