

# ADMINISTRAÇÃO:

PERSPECTIVAS TEÓRICAS E

FUNDAMENTOS EPISTEMOLÓGICOS

**2**

---

**CLAYTON ROBSON MOREIRA DA SILVA**  
(ORGANIZADOR)

# ADMINISTRAÇÃO:

PERSPECTIVAS TEÓRICAS E

FUNDAMENTOS EPISTEMOLÓGICOS

**2**

---

**CLAYTON ROBSON MOREIRA DA SILVA**  
(ORGANIZADOR)

**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

**Capa**

Daphynny Pamplona

**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 – Istituto Internazionale delle Figlie de 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  
Prof. Dr. Pablo Ricardo de Lima Falcão – Universidade de Pernambuco  
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. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares – Universidade Federal do Piauí  
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará  
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande  
Profª Drª Vanessa Ribeiro Simon Cavalcanti – Universidade Católica do Salvador  
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. Arinaldo Pereira da Silva – Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará  
Prof. Dr. Antonio Pasqualetto – Pontifícia Universidade Católica de Goiás  
Profª Drª Carla Cristina Bauermann Brasil – Universidade Federal de Santa Maria  
Prof. Dr. Cleberton Correia Santos – Universidade Federal da Grande Dourados  
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 Gírlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia  
Prof. Dr. Jael Soares Batista – Universidade Federal Rural do Semi-Árido  
Prof. Dr. Jayme Augusto Peres – Universidade Estadual do Centro-Oeste  
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 Daniela Reis Joaquim de Freitas – Universidade Federal do Piauí  
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. Fernando Lima Santos – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia  
Profª Drª Fernanda Miguel de Andrade – Universidade Federal de Pernambuco  
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 Federacl 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  
Profª Drª Welma Emidio da Silva – Universidade Federal Rural de Pernambuco

### **Ciências Exatas e da Terra e Engenharias**

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto  
Profª Drª Ana Grasielle Dionísio Corrêa – Universidade Presbiteriana Mackenzie  
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. Sidney Gonçalves de Lima – Universidade Federal do Piauí  
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  
Profª Drª Edna Alencar da Silva Rivera – Instituto Federal de São Paulo  
Profª Drª Fernanda Tonelli – Instituto Federal de São Paulo,  
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 Pietrobon – 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. Adailson 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  
Profª Ma. Adriana Regina Vettorazzi Schmitt – Instituto Federal de Santa Catarina  
Prof. Dr. Alex Luis dos Santos – Universidade Federal de Minas Gerais  
Prof. Me. Alexsandro Teixeira Ribeiro – Centro Universitário Internacional  
Profª Ma. Aline Ferreira Antunes – Universidade Federal de Goiás  
Profª Drª Amanda Vasconcelos Guimarães – Universidade Federal de Lavras  
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. Carlos Augusto Zilli – Instituto Federal de Santa Catarina  
Prof. Me. Christopher Smith Bignardi Neves – Universidade Federal do Paraná  
Profª Drª 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. Edson Ribeiro de Britto de Almeida Junior – Universidade Estadual de Maringá  
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 Atilio Batista – Universidade Federal de Viçosa  
Prof. Me. Felipe da Costa Negrão – Universidade Federal do Amazonas  
Prof. Me. Francisco Odécio Sales – Instituto Federal do Ceará  
Prof. Me. Francisco Sérgio Lopes Vasconcelos Filho – Universidade Federal do Cariri  
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 Albornoz – 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/UFPA  
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. Lilian de Souza – Faculdade de Tecnologia de Itu  
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  
Prof. Me. Luiz Renato da Silva Rocha – Faculdade de Música do Espírito Santo  
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. Dr. Pedro Henrique Abreu Moura – Empresa de Pesquisa Agropecuária de Minas Gerais  
Prof. Me. Pedro Panhoca da Silva – Universidade Presbiteriana Mackenzie  
Profª Drª Poliana Arruda Fajardo – Universidade Federal de São Carlos  
Prof. Me. Rafael Cunha Ferro – Universidade Anhembi Morumbi  
Prof. Me. Ricardo Sérgio da Silva – Universidade Federal de Pernambuco  
Prof. Me. Renan Monteiro do Nascimento – Universidade de Brasília  
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: perspectivas teóricas e fundamentos epistemológicos 2

**Bibliotecária:** Janaina Ramos  
**Diagramação:** Camila Alves de Cremo  
**Correção:** Giovanna Sandrini de Azevedo  
**Edição de Arte:** Luiza Alves Batista  
**Revisão:** Os Autores  
**Organizador:** Clayton Robson Moreira da Silva

### Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

A238 Administração: perspectivas teóricas e fundamentos epistemológicos 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 978-65-5983-179-1

<https://doi.org/10.22533/at.ed.791212806>

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](http://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: Perspectivas Teóricas e Fundamentos Epistemológicos” é uma obra publicada pela Atena Editora e está organizada em dois volumes. Este segundo volume reúne um conjunto de dezessete capítulos que abordam diversos assuntos que permeiam o campo da administração. Destaca-se que o debate científico é o caminho para que esta ciência possa se desenvolver e se consolidar cada vez mais no meio acadêmico, ampliando as possibilidades de investigação e contribuindo diretamente para a resolução de questões inerentes à prática gerencial.

Embora a administração seja considerada por muitos uma ciência ainda nova, seu campo de aplicação está em plena expansão, resultando em um vasto contingente de estudos sobre diversos fenômenos sociais, econômicos e organizacionais. Assim, este livro se propõe a ampliar o conhecimento científico na área da administração por meio de um leque de estudos, integrando teoria e prática em diversos contextos organizacionais. Compreende-se que, ao trazer diferentes perspectivas teóricas, este livro agrega à área da administração e conduz docentes, pesquisadores, estudantes, gestores e demais profissionais à reflexão sobre os diversos temas que se desenvolvem nessa área.

Por fim, agradecemos aos autores pelo empenho e dedicação no desenvolvimento de seus estudos, que possibilitaram a construção desta obra de excelência. Esperamos que esta leitura seja uma experiência valerosa para aqueles que buscam ampliar seus conhecimentos sobre a administração a partir de uma obra rica e diversificada.

Clayton Robson Moreira da Silva

## SUMÁRIO

### **CAPÍTULO 1..... 1**

#### RELAÇÕES ENTRE VALORES PESSOAIS E POTENCIAL EMPREENDEDOR

Deise Grazielle Dickel

Luisa Sabedra Inda

Gilnei Luiz de Moura

Gustavo Griebler

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.7912128061>

### **CAPÍTULO 2..... 17**

#### ANÁLISE DE MOTIVAÇÕES EMPREENDEDORAS DE ESTUDANTES DE IES

Felipe Belloni Urtado

Matheus Lima Spinosa

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.7912128062>

### **CAPÍTULO 3..... 30**

#### EMPREENDEDORISMO COMO ESTRATÉGIA DE NEGÓCIO EM PEQUENAS E MICROEMPRESAS

Selma Velozo Fontes

Paula Mendes Gomes

Caroliny Sales dos Santos Silva

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.7912128063>

### **CAPÍTULO 4..... 51**

#### CARACTERIZAÇÃO DO ECOSSISTEMA UNIVERSITÁRIO EMPREENDEDOR DA UTFPR

Claudia Marli Oliveira Barboza

Maria Lúcia Figueiredo Gomes de Meza

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.7912128064>

### **CAPÍTULO 5..... 65**

#### FATORES DE SUCESSO E DE FRACASSO NA FORMAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DE *STARTUPS* NO BRASIL

Priscilla Câmara Oliveira

Virgínia do Socorro Motta Aguiar

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.7912128065>

### **CAPÍTULO 6..... 85**

#### PERCEPÇÃO DOS CONSUMIDORES DA CAFETERIA ESCOLA CAFESAL-UFLA: UMA ANÁLISE SENSORIAL DE DIFERENTES TIPOS DE TORRA DE CAFÉ ESPECIAL

Nilmar Diogo dos Reis

Gustavo Clemente Valadares

Emanuelle Aparecida da Costa

Luiz Gonzaga de Castro de Junior

Jaqueline Severino da Costa

André Luís Machado

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.7912128066>

<b>CAPÍTULO 7</b> .....	<b>102</b>
QUALIDADE NO ATENDIMENTO COMO ESTRATÉGIA DE FIDELIZAÇÃO AO CLIENTE: ESTUDO DE CASO EM UMA ORGANIZAÇÃO DO TERCEIRO SETOR	
Suélen Aparecida Martins André Prado	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.7912128067">https://doi.org/10.22533/at.ed.7912128067</a>	
<b>CAPÍTULO 8</b> .....	<b>119</b>
AVALIAÇÃO DA PERCEPÇÃO DA QUALIDADE DE SERVIÇOS DE UM CENTRO AUTOMOTIVO NA CIDADE DE SÃO PAULO	
Caroline Michel Hage Moussa Virgínia do Socorro Motta Aguiar	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.7912128068">https://doi.org/10.22533/at.ed.7912128068</a>	
<b>CAPÍTULO 9</b> .....	<b>138</b>
COMPORTAMENTO DE CONSUMO DIANTE DA RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL EMPRESARIAL: UM ESTUDO ESTATÍSTICO ENTRE A GERAÇÃO Y E Z	
Emerson de Souza Santos Rafael de Almeida Martarello Rita de Cássia Arruda Fajardo	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.7912128069">https://doi.org/10.22533/at.ed.7912128069</a>	
<b>CAPÍTULO 10</b> .....	<b>151</b>
A MARCA E A BIOMIMÉTICA - UMA ANÁLISE POR MEIO DA SEMIÓTICA PEIRCIANA DAS MARCAS DOS PARQUES ECOLÓGICOS DE MINAS GERAIS	
Giovani Abrantes Flisch Nicássia Feliciano Novôa Hélder Antônio da Silva Cláudia Maria Miranda de Araújo Pereira	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.79121280610">https://doi.org/10.22533/at.ed.79121280610</a>	
<b>CAPÍTULO 11</b> .....	<b>173</b>
ESTUDO DE CASO “X STUDIO” – O PÓS COVID E A INDÚSTRIA DO ENTRETENIMENTO	
Jéssica Maria Fonseca Calegário	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.79121280611">https://doi.org/10.22533/at.ed.79121280611</a>	
<b>CAPÍTULO 12</b> .....	<b>185</b>
ANÁLISE DO CENÁRIO ECONÔMICO E FINANCEIRO DAS EMPRESAS DO SETOR DE CONSUMO CÍCLICO	
Fernando Cesar de Cunha Mattos Bernard Mothé Mattos Leandro Jose dos Santos	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.79121280612">https://doi.org/10.22533/at.ed.79121280612</a>	
<b>CAPÍTULO 13</b> .....	<b>205</b>
ANÁLISE DO DISCLOSURE DE ATIVOS E DE PASSIVOS CONTINGENTES EM UMA	

**AMOSTRA DE EMPRESAS LISTADAS NA B3**

Alessandro Maurício Januário Ribeiro

Robson Ramos Oliveira

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.79121280613>

**CAPÍTULO 14..... 221**

**RASTREABILIDADE NO AGRONEGÓCIO BRASILEIRO DA MAÇÃ: COMPETIVIDADE E ORIENTAÇÃO PARA O MERCADO**

Andressa Morgan

César Augustus Winck

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.79121280614>

**CAPÍTULO 15..... 243**

**A INTERCOOPERAÇÃO APLICADA AO MODELO DE AGÊNCIAS COMPARTILHADAS DE COOPERATIVAS DE CRÉDITO**

Mateus Dias Pena

Marlene Catarina de Oliveira Lopes Melo

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.79121280615>

**CAPÍTULO 16..... 258**

**PLANO DE NEGÓCIO DA EMPRESA HEALTHY FOOD E LANÇAMENTO DE PRODUTO DA LINHA FAST FOOD SAUDÁVEL**

Daniel Luiz Beluzzo

Natan Ehmke

Simone Arndt Terra

Cimara Bruna Bedende

Maicon Raasch de Oliveira

Juão Gilberto Coltro do Rosario

Luiz Fernando Martins Gandon

Luciana Maria Bernstein Pavan

Aloísio Kalinoski

Alaércio de Paris

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.79121280616>

**CAPÍTULO 17..... 272**

**OS DESAFIOS LOGÍSTICOS DE UMA DISTRIBUIDORA ATACADISTA DE MATERIAIS HOSPITALARES EM JUIZ DE FORA/MG**

Adams de Oliveira Azevedo

Tatiana Dornelas de Oliveira Mendes

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.79121280617>

**SOBRE O ORGANIZADOR..... 287**

**ÍNDICE REMISSIVO..... 288**

## ESTUDO DE CASO “X STUDIO” – O PÓS COVID E A INDÚSTRIA DO ENTRETENIMENTO

Data de aceite: 01/06/2021

Data de submissão: 26/02/2021

### Jéssica Maria Fonseca Calegário

Bacharel em Direito pela Universidade Federal Fluminense  
Cachoeiro de Itapemirim, ES  
[https://wwws.cnpq.br/cvlattesweb/PKG\\_MENU.menu?f\\_cod=500F5A4BAFC274F9D759D5A3D9C34649#](https://wwws.cnpq.br/cvlattesweb/PKG_MENU.menu?f_cod=500F5A4BAFC274F9D759D5A3D9C34649#)

**RESUMO:** Este trabalho se dedica ao estudo de caso de uma microempresa de entretenimento do ramo musical, cujo nome será omitido, de modo que durante o trabalho chamaremos a empresa de “X Studio”. A “X Studio”, um estúdio de produção musical independente, por meio de diversas estratégias, conseguiu sobreviver e crescer após o advento do Covid. Este artigo busca enumerar as estratégias e seus resultados, sempre fazendo relações com o cenário macroeconômico, com o propósito de criar um estudo que possa ajudar outros empreendedores do setor de entretenimento a ter novas ideias e experiências.

**PALAVRAS – CHAVE:** Pós. Covid. Indústria.

### CASE STUDY “X STUDIO” – THE POST COVID AND THE ENTERTAINMENT INDUSTRY

**ABSTRACT:** This article is dedicated to the case

<sup>1</sup> SILVA, Edson Delmiro. *Origem e Desenvolvimento da Indústria Fonográfica Brasileira*. Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. INTERCOM. Campo Grande/MS. 2001. Disponível em: <https://mail.google.com/mail/u/0/#inbox?projector=1>. Acesso: 15/10/2020.

study of a microenterprise in the music business, called “X Studio”, which is an independent music production studio. This company, through various strategies, managed to survive and grow after the advent of Covid. This article seeks to enumerate the strategies and their results, always relating to the macroeconomic scenario, with the purpose of creating a study that can help other entrepreneurs in the entertainment sector to have new ideas and experiences.

**KEYWORDS:** After. Covid. Industry.

### 1 | INTRODUÇÃO

A indústria fonográfica brasileira é composta por uma rede que produz e distribui a música gravada, produtos de consumo. Este consumo gera um mercado que é o sexto maior do mundo. (SILVA, 2001, pág. 1)<sup>1</sup> De acordo com a BBC News Brasil, o setor econômico de entretenimento foi um vencedor no cenário Pós-Covid, crescendo ainda mais, especialmente a plataforma de *streaming*. Ainda de acordo com a fonte BBC News Brasil, embora a quantidade de pessoas que foram ao cinema - em todo mundo – tenha crescido 18% nos anos de 2019 e 2018, as assinaturas do canal de streaming Netflix aumentou 47% nesse mesmo período.

Não é de surpreender que o setor de entretenimento doméstico prospere quando tantas pessoas não têm escolha a não ser ficar em casa.

“Na Itália e na Espanha, por exemplo, as novas instalações de aplicativos da Netflix aumentaram 57% e 34% durante o confinamento (respectivamente)”, disse à BBC o analista de tendências Blake Morgan.

“As pessoas precisam de entretenimento e escapismo agora mais do que nunca.”

A Netflix anunciou em 22 de abril que ganhou quase 16 milhões de novos clientes entre janeiro e abril. (BBC News, Brasil, 2020)<sup>2</sup>

Este trabalho analisa através de um estudo de caso de uma microempresa de produção musical, de uma cidade com população pobre, como esse fator macroeconômico contribuiu para a sobrevivência e prosperidade da empresa, sendo que as outras empresas faliram rapidamente pós-Covid. O estudo de caso, cuja *metodologia usada foi a entrevista, pesquisa de campo, pesquisa bibliográfica, e a coleta de dados da empresa por meio das redes sociais da mesma*, mostra detalhadamente cada passo e decisão de gestão tomadas pelo empresário e músico dono da empresa para que a mesma prosperasse em meio à crise. Ao final, são criadas hipóteses de possíveis atitudes a serem tomadas pelos empreendedores do ramo do entretenimento para sobreviverem e prosperarem durante a crise.

## 2 | ESTUDO DE CASO “X STUDIO” – O PÓS COVID E A INDÚSTRIA DO ENTERTENIMENTO

### 2.1 Breve Apresentação da Empresa Escolhida para o Estudo de Caso

#### 2.1.1 Quando a Empresa foi Aberta

Como microempresa individual registrada - com CNPJ, razão social “João da Silva” (João da Silva é um nome fictício para este trabalho) e nome fantasia “X Studio” (X Studio é um nome fictício para este trabalho) - foi em 2012. Entretanto, João da Silva trabalha como produtor musical em seu estúdio desde 2000. Em 2000 João da Silva cursava Ciência da Computação, em “Montanha” (Montanha é um nome fictício para este trabalho), cidade que faz fronteira com a cidade de “Ribeiro” (Ribeiro é um nome fictício para este trabalho), onde atualmente vive. Entretanto não estava dando conta de estudar e trabalhar ao mesmo tempo. João da Silva então trancou a faculdade para montar um estúdio de gravação, na pequena cidade de “Ribeiro”, com uma população pobre, onde não havia nenhuma outra empresa parecida. Até hoje “Ribeiro” é uma pequena cidade carente de empresas atuantes no ramo digital.

Em termos de Economia, atualmente Ribeiro se destaca nos setores de extração

<sup>2</sup> Site BBC News Brasil. *Corona Vírus: Os Negócios Globais que Conseguiram Crescer Durante a Pandemia*. Publicado em: 16/06/2020. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-52671200>. Acesso: 04/10/2020.

mineral, agricultura, indústria e pecuária. Ribeiro é um forte polo industrial e comercial, sendo responsável pelo abastecimento de 80% do mercado nacional de mármore. Dados de 2017, mostram que Ribeiro ocupa o 5º lugar no que tange o número de empresas atuantes no estado do Espírito Santo, e 137º em relação ao Brasil. No total são 5.860 empresas atuantes. Ou seja Ribeiro possui um considerável número de empresas atuantes no cenário estatal.<sup>3</sup>

Entretanto, o perfil econômico da cidade de Ribeiro faz com que a maior parte do comércio seja de mercados, especialmente os de perfil hortifrutigranjeiro e possuidores de açougues. Ribeiro, por ser uma cidade satélite de várias comunidades rurais que a cerciam, atrai vendedores ambulantes de ovos, verduras, frutas, tanto no varejo quanto no atacado, que vem para Ribeiro vender os frutos agropecuários da agricultura familiar.<sup>4</sup>

Ribeiro não possui empresas muito especializadas; que atendem a um determinado tipo de mercado. Ao contrário, possui apenas 10 assistências técnicas de computadores, e 20 lojas de concerto de celular<sup>5</sup>, nenhuma dessas lojas autorizadas por marcas originais, de forma que se você quiser usufruir da garantia de um celular de *marca x*, ou um computador de *marca y*, você precisa sair da cidade e ir a capital.

Os chamados discos "inquebráveis" foram lançados no Brasil em 1948, ano em que a criação de uma tecnologia de gravação mais barata permitiu o aparecimento de muitas gravadoras "independentes" nos Estados Unidos, que acabariam constituindo modelos para iniciativas semelhantes em nosso mercado. (SILVA, página 5, 2001)

Abrir uma empresa de produção musical independente, em uma cidade de população pobre, cuja matriz econômica era essencialmente agrícola não parecia uma boa ideia, e de fato, os primeiros anos do X Studio foram um fracasso, tendo João que complementar a renda de sua família como músico em bares e restaurantes.

"O que fez a empresa crescer foi a qualidade do trabalho. Quando se pensa em um estúdio de cidade do interior, o consumidor espera sempre um serviço muito aquém do mercado nacional e mundial. E o X Studio era um estúdio de extrema qualidade. Isso com o tempo foi atraindo os consumidores" (João da Silva, 2020).

As primeiras estatísticas oficiais sobre o mercado fonográfico brasileiro surgiram em 1965, quando o mesmo foi dimensionado como quarenta vezes menor que o mercado fonográfico norte-americano. Esse quadro começou a mudar em 1967, com o incentivo fiscal:

Em 1967, foi promulgada a lei de incentivo fiscal, que permitia às gravadoras aplicarem o ICM devido pelos discos internacionais em gravações nacionais. A partir de então, os produtos deveriam conter o selo "Disco é Cultura".

3 FEDERAL, Governo. *A Cidade: Dados Gerais*. Disponível em: <https://www.cachoeiro.es.gov.br/a-cidade/dados-gerais/>. Acesso: 14/10/2020.

4 ESTADO, Governo. <http://descubraoespiritosanto.es.gov.br/pt/cidade/cachoeiro-de-itapemirim.html>. Acesso: 14/10/2020

5 Esta contagem foi feita através das empresas que tinham algum registro na internet.

(SILVA, pág. 7, 2001).

A década de 70 traria mais novas boas surpresas para o mercado fonográfico brasileiro:

A década de 70 começa com 60% das famílias brasileiras fazendo parte do mercado de bens de consumo “modernos”, ou seja, possuindo pelo menos um eletrodoméstico como rádio, vitrola e TV. E com o consumo de entretenimento pela televisão, surge mais um meio de exposição para o produto da indústria fonográfica. A partir da telenovela “O Cafona”, de 1971, com trilha-sonora lançada pela recém-fundada SIGLA-Som Livre, é lançado o primeiro disco desta espécie. (SILVA, pág. 8, 2001)

Entretanto, segundo Silva, apenas no final da década de 70 é que a produção independente brasileira demonstra certa organização e diversidade de gêneros musicais, conquistando assim alguma atenção da mídia. Há de se levar em conta o panorama internacional, que contribui deveras para o insucesso dos estúdios musicais independentes. O século XX terminou sob o estigma da globalização econômica, cuja maior característica no mercado fonográfico é o fenômeno das fusões empresariais e a conseqüente formação de conglomerados de mídia, a exemplo da maior empresa de comunicação do mundo, a partir da compra do grupo TimeWarner pelo mega provedor de acesso à Internet América On Line. Com o tempo o século XX testemunhou o processo de internacionalização da indústria fonográfica, processo este que teve seu início antes mesmo da incorporação de empresas brasileiras pelas gravadoras multinacionais. Este panorama culminou na formação de grandes grupos de mídia, algo a se esperar da chamada “globalização da economia”.

Pode-se afirmar que o desenvolvimento desta indústria em nosso país sempre esteve associado ao capital estrangeiro, bastando lembrar que a tecnologia, fator de renovação efetiva tanto de forma como de conteúdo da música gravada, foi sendo importada ao longo dos anos, tanto por iniciativas individuais de pioneiros como Frederico Figner como através da instalação de empresas estrangeiras em nosso território.(SILVA, pág. 8, 2020).

Entretanto, com o início dos anos 2000, a internet e a pirataria conseguiram levantar a produção musical independente, que passou a ameaçar os grandes conglomerados de mídia em que se encontram as maiores produtoras musicais. (SILVA, pág. 9, 2001).

### *2.1.2 Capital Inicial Investido na Abertura*

Neste tópico do estudo de caso, a metodologia aplicada foi a entrevista. A entrevista foi feita em julho de 2019, com o empresário e músico dono da “X Studio”, “João da Silva”, gravada em áudio de celular, no próprio estúdio de João, e transcrita abaixo:

“Você abriu uma empresa de gravação de CD’s, na roça, como você imaginou que isso poderia dar certo? Você fez algum estudo antes? Para ver se tinha a possibilidade de a empresa dar certo?”

- Não, não fiz estudo nenhum e nem consultei ninguém. Eu sempre fui apaixonado por produção musical. Quando eu era adolescente, eu sonhava em ter um MacBook da Apple; aquele que era o que tinha de mais avançado em produção independente. Óbvio que muitos me chamaram de “louco”, que “ninguém ia gastar dinheiro para gravar uma música”, ou que “não iam pagar o bastante”, ou que “não se vivia de música”. Mas eu sempre gostei de “arriscar”, de ser o primeiro, de pensar algo antes de todo mundo. (João da Silva, 2020)

“E de onde veio o capital inicial?”

-De um amigo meu. Ele me emprestou seis cheques para que eu comprasse um computador, que foi pago em seis vezes. Há medida em que eu ia trabalhando, eu fui pagando esses cheques. Nesse computador, eu acoplei meu teclado, o som era uma caixinha de som “3x1”, que eu tinha a muito tempo e o microfone era o mais simples do mercado. Conforme a empresa ia crescendo, eu adquiriria novos e mais avançados equipamentos. (João da Silva, 2020)

“E a empresa deu certo, assim, de início?”

-Não, não deu certo. No início, a empresa não era suficiente para me sustentar, nem minha casa, nem minha esposa, e eu complementava a renda tocando em bares e eventos a noite, todos os instrumentos que eu sabia, então uma hora eu era tecladista, baterista, violonista e baixista... Além de ser auto didata, aprendia tudo olhando, copiando. Entretanto, o negócio do estúdio foi crescendo cada vez mais, a ponto de eu ter que me dedicar somente ao estúdio, como produtor de CD’s para artistas independentes. (João da Silva, 2020)

### 2.1.3 *Infraestrutura do RHM Studio*

O RHM Studio é o único estúdio de gravação de instrumentos e voz da cidade de “Ribeiro”, uma cidade do interior do Estado. O estúdio musical se localiza em um bairro simples e com poucos moradores. As informações a seguir vieram de uma *visitação ao estúdio*, que deu origem a descrição da infraestrutura do mesmo, no parágrafo a seguir.

O “X Studio” é composto por uma câmara isolada, onde fica o microfone e o fone para a gravação de voz dos cantores, uma gama de instrumentos (tais como bateria, guitarra, baixo, etc) além de um revestimento de parede que permite um quase total isolamento acústico.

Também é composto por outra sala onde fica um computador ligado a um teclado (para produção de efeitos e conexão com alguns programas instalados). O estúdio também é composto por duas caixas de som e uma grande placa de som. No computador, trabalha-se com uma série de programas de produção musical, como Fruit Loops, Pro Tools, Sonar, Melodyne, Auto Tune, etc.

Nessa segunda parte do tópico, será usada a entrevista como metodologia.

“Quais instrumentos você toca?”

Eu toco teclado, baixo, bateria e violão. Isso me ajuda muito, porque não fico dependente de outros músicos, e às vezes produzo um disco inteiro sem nenhuma ajuda de terceiros. (João da Silva, 2020)

“E os instrumentos que você não toca, você contrata músicos?”

-Os instrumentos que eu não toco eu delego a funcionários, que cobram R\$ 50,00 por música. Os funcionários nem sempre são os mesmos, e “trabalham por bico”, informalmente.

“Mas esses funcionários vem com que frequência trabalhar?”

-Pelo menos quatro vezes ao mês. (João da Silva, 2020)

“E quando ele vem, costumam ficar quantas horas trabalhando, no mínimo?”

-Seis horas. (João da Silva, 2020)

Uma possível crítica é que a empresa de João da Silva faz uso de trabalhadores informais (só aparecem quando tem gravação), entretanto, é certo que pelo menos quatro vezes ao mês, há gravação, o que lhes dá a condição de *habitualidade*, ou seja, a não eventualidade, essencial para a caracterização da *relação empregatícia*. Ademais, esses trabalhadores trabalham no mínimo 6 horas o dia, o que também os aproxima de empregados formais, conforme o artigo 3º da Consolidação das Leis Trabalhistas:

**Art. 3º** - Considera-se empregado toda pessoa física que prestar serviços de natureza não eventual a empregador, sob a dependência deste e mediante salário. Parágrafo único - Não haverá distinções relativas à espécie de emprego e à condição de trabalhador, nem entre o trabalho intelectual, técnico e manual.<sup>6</sup>

No entanto, esses trabalhadores não possuem carteira e ganham R\$ 50,00 por dia trabalhado, o que é uma exploração que reporta ao *exército industrial de reserva* (KARL MARX, 2013, pág. 856)<sup>7</sup> : são pessoas humildes, que ganham a vida tocando em bares, e acabam aceitando a oferta de trabalhar muito, sem benefícios, por pouco dinheiro.

Uma produção completa no “X Studio” (música com todos os instrumentos gravados, mais a mixação, mais a masterização, mais a produção musical) custa R\$ 900,00. João da Silva também faz videoclipes e edição de filmes, cujo valor varia de acordo com a produção, mas saem em torno de R\$ 500,00.

6 BRASIL. Art. 3 do Decreto - Lei nº 5452 (Consolidação das Leis Trabalhistas), de 01 de maio de 1943. In: Planalto.gov.br Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto-lei/del5452.htm#:~:text=Art.%203%C2%BA%20%2D%20Considera%2Dse, trabalho%20intelectual%2C%20t%C3%A9cnico%20e%20manual..](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del5452.htm#:~:text=Art.%203%C2%BA%20%2D%20Considera%2Dse, trabalho%20intelectual%2C%20t%C3%A9cnico%20e%20manual..) Acesso: 06/10/2020.

7 MARX, Karl. *O Capital: Crítica da Economia Política*. Volume 1. Tradução: Rubens Enderle. Boitempo Editorial. São Paulo. 2013. Pág. 856. Disponível em:

## 2.2 Análise Da Empresa Escolhida: Como A Empresa Passou Por Mudanças Recentes Em Sua Integração À Economia Digital?

### 2.2.1 Estratégias Pós Covid

A mudança de cenário (pandemia) trouxe um novo perfil de consumidor: a pessoa que consome dentro de seu próprio lar. Foram dadas várias “dicas” em sites empresariais, mas nenhum estudo profundo estava pronto para a chegada dessa mudança no mercado e no perfil do consumidor. As empresas que arriscaram mudar seus negócios; mudar o modo de vender (entrega em casa), onde vender (internet), como vender (propaganda nas mídias sociais) acabaram sobrevivendo, ou até se desenvolvendo durante o Covid.

A pandemia de coronavírus causou muitos problemas para a economia global, mas as medidas de isolamento social que restringem a circulação de pessoas também ajudaram, por outro lado, algumas empresas a prosperar. (BBC News Brasil, 2020)

Entretanto, como todo empreendimento de risco, muitas também fracassaram na tentativa. As outras empresas, que sequer tentaram, faliram. Nesse sentido, um exemplo importante é a empresa Amazon:

No entanto, mesmo nas histórias de sucesso, é preciso interpretar os dados com cuidado. Por exemplo, muitos estão usando a internet para fazer compras, o que pode ser uma notícia boa para o comércio eletrônico. Mas os números da gigante americana Amazon, no entanto, contam uma história diferente. (BBC News, Brasil, 2020)

Segundo dados da BBC News Brasil, o caso da Amazon é diferente porque embora a empresa tenha crescido pós pandemia em meados de abril, duas semanas depois os contadores surpreenderam-se, uma vez que a empresa sofreu perda pela primeira vez em cinco anos, entre abril e junho de 2020.

Apesar de ter gerado muito mais dinheiro entre janeiro e março, a Amazon enfrenta custos crescentes para lidar com o aumento de pedidos, forçando-a a contratar 175 mil trabalhadores a mais. (BBC News, Brasil, 2020).

Ainda segundo a BBC News, a Amazon terá que gastar US\$ 4 bilhões para lidar com a disseminação da covid-19, criando ações que incluem fornecer aos funcionários equipamento de proteção individual e realizar operações de desinfecção em seus gigantes locais de armazenamento. Tal valor extrapola os ganhos da Amazon durante o primeiro trimestre de 2019 (US \$ 2,5 bilhões).

A hipótese levantada neste tópico do trabalho é que a X Studio, por ser uma microempresa, gozou das vantagens de não ter problemas com funcionários, e unicamente com o número de consumidores. Sem funcionários formais, a empresa não gasta o que a Amazon gastou em termos de proteção individual para os funcionários. Sem um espaço grandioso, a X Studio não teve problemas com a desinfecção, como teve a gigante Amazon.

Talvez o próprio formato da empresa (estúdio de gravação musical) tenha colaborado para o não afetamento pela crise global, uma vez que o produto final (a gravação) não necessita de serviços de *delivery*, sendo mandada para o cliente a gravação por meio de sites gratuitos de transferência de arquivos, como o We Transfer, o que não ocorreu com a gigante Amazon. A necessidade de silêncio e isolamento acústico para a melhor qualidade da gravação, tanto de voz, quanto de vídeo, talvez tenha colaborado para a não aglomeração de profissionais.

### *2.2.1.1. Surgimento do mercado das Lives*

O setor de entretenimento doméstico tem sido um vencedor claro na quarentena, mantendo uma tendência crescente que já vinha de antes.

Nos últimos anos, o streaming vem se tornando cada vez mais popular. (BBC News Brasil)

**“Vamos falar sobre como a X Studio sobreviveu à crise causada pelo Covid através do mercado de lives. Me diga como tudo surgiu e se desenvolveu”**

- Começou com eu investindo em equipamentos de som e filmagem para realizar “lives” para artistas. São lives em espaços cobertos, com boa qualidade de som e imagem. Há um ano atrás, eu comecei a me interessar muito pela questão de transmissão ao vivo, fazendo experiências com os equipamentos do próprio estúdio, e uma webcam. Interessante é que antes do Covid, eu oferecia as lives de graça para meus clientes, para que eu pudesse testar minhas experiências, e eles recusavam. Com a pandemia, o mercado de lives deslançou. E como eu já tinha estudado sozinho sobre esse nicho de mercado, de modo autodidata, eu já possuía certa expertise e pude entrar nesse mercado de lives, investir. (João da Silva, 2020)

**“Defina, com a melhor riqueza de detalhes que você conseguir, o que diferenciava as suas lives, das lives amadoras feitas pelos artistas?”**

-O que tornava as lives do X Studio “profissionais” e não “amadoras” é o conhecimento/expertise e os equipamentos. Há dez anos eu só trabalho com equipamentos da Apple, que possuem melhor qualidade de áudio e som, raramente “travam”. Além disso, eu possuo vasto conhecimento de áudio por trabalhar a 25 anos como produtor musical, e o áudio é um elemento crucial para a qualidade de um vídeo, especialmente vídeos musicais. A maioria das lives amadoras era feita com câmera de celular, com o som “travando”.(João da Silva, 2020)

### *2.2.1.2. Baixar o preço das produções*

**“Quais outras estratégias - além de criar um novo nicho para sua empresa (no caso, as lives) - você adotou para que sua empresa superasse a crise causada pelo Covid?”**

- Uma das primeiras estratégias que adotei foi baixar o preço do meu produto, no caso, as minhas produções. No início desse novo ramo de negócios, com as lives, eu comecei cobrando preços pequenos, para que assim eu fizesse

mais lives e criasse meu nome nesse novo mercado. Hoje cobro preços muito maiores, pois não tenho tempo de atender a enorme demanda de artistas que ligam para o estúdio procurando o serviço das lives. Produções com um preço mais baixo atraindo mais clientes e incentivando sua permanência. (João da Silva, 2020)

### *2.2.1.3. Marketing digital*

Além das gravadoras, que podem ser grandes ou independentes), o mercado fonográfico também é composto pela atuação da imprensa especializada, dos fabricantes e distribuidores de equipamentos (instrumentos musicais, aparelhos de gravação e tecnologia de reprodução); até mesmo os contratos de comercialização, os royalties ligados à gravação, os direitos autorais, além dos empresários particulares dos artistas e os chamados “agenciadores de licenciamento”. (SILVA, pág. 1, 2001).

No caso de João da Silva, dono de uma microempresa, que produz artistas independente, atrair a atenção da imprensa especializada estava fora de cogitação. João buscou, portanto, outro caminho para divulgação. Uma das competências de João da Silva é produzir vídeos e filmar shows. Essa habilidade o proporcionou um amplo conhecimento em programas avançados de edição de imagem e vídeo, como Movavi, Final Cut, Sony Vegas, Adobe, Photoshop.

Depois do Covid, eu passei a explorar 100% a ferramenta do marketing digital, com folders, vídeos e imagens em maior quantidade e qualidade, divulgando material em plataformas como Facebook, Twitter e Instagram. (João da Silva, 2020)

### *2.2.1.4. Investimento em novos equipamentos para exploração de um novo nicho no mercado*

João da Silva, que possui um estúdio de gravação, ou seja, uma empresa atuante no ramo musical, percebeu o crescimento de uma atividade entre os artistas depois do Covid: as *lives*. Percebeu que as *lives* “profissionais” necessitavam de uma infraestrutura, como local adequado, câmeras, mecanismo de som e imagem, além de pré divulgação.

-Eu resolvi oferecer esse serviço aos artistas locais que estivessem dispostos a pagar pelo serviço. Em pouco tempo, a empresa saiu da crise e passou a lucrar mais do que antes do Covid. (João da Silva, 2020)

### *2.2.1.5. Trabalho Voluntário*

João da Silva ajudou muitas igrejas, que ficaram vazias durante a pandemia, e não tinham como pagar um bom sistema de áudio e imagem.

“Na pesquisa de dados nas redes sociais, eu vi que você ajuda muitas Igrejas, realizando lives. Essa atitude não é um custo adicional muito caro em tempos de crise?”

-É uma forma de ajudar, porque sou religioso, e minha religião prega que por mais difícil que esteja nossa situação, sempre temos que ajudar o próximo. Mas as atitudes que uma pessoa toma no seu dia a dia fazem sua reputação, má ou boa. Não é diferente com o empresário. Minha empresa sempre esteve associada a causas filantrópicas, contribuindo para uma reputação ilibada, sempre associada a credibilidade e qualidade. Também reúno artistas e realizo lives dentro de seu próprio estúdio, para arrecadar dinheiro para pessoas que estão em desemprego e fome por conta da crise. São lives filmadas dentro do próprio estúdio, com boa qualidade de som e imagem. As lives tem retorno com picpay e doações. (João da Silva, 2020).

### *2.2.1.6. Adaptar o valor ao budget do Cliente*

Outra estratégia de João da Silva foi não tem preço fixo para suas produções, de forma que sua gama de clientes é sempre grande. Uma live pode ter de uma a quatro câmeras, pode ser em um salão de festas todo decorado, ou dentro do estúdio do João da Silva.

Um CD pode ser gravado inteiramente no computador, ou pode contar com instrumentistas clássicos e backing vocals. Eu adapto o serviço ao o que o cliente pode pagar. (João da Silva, 2020).

## **2.3 Custo Médio Total para a Sobrevivência da Empresa Durante a Pandemia**

Tais informações objetivas foram passadas para a autora deste artigo pós entrevista ao empresário e visitação às dependências do estúdio, em um documento, por e-mail.

“Posso saber o custo médio para manter a empresa durante a crise?”

Eu não sei estimar.

“Como não sabe? Não fez cálculos de quanto estava investindo?”

Não. Eu só investi todo o dinheiro que eu tinha e esperei pra ver no que ia dar.

“Não pensou em investir parte do dinheiro, ou investir aos poucos? Você correu um risco enorme de perder tudo.”

Era fazer isso ou ver a empresa falir. Minha mulher está esperando um bebê. Tenho mais dois filhos. Era fazer isso ou ver tudo desmoronar. Eu posso tentar fazer as contas, e depois te passo por e-mail para seu artigo.

As informações que vieram por e-mail disseram que o custo foi R\$22.000,00 em empréstimos, além do esvaziamento do caixa reserva da empresa, de R\$7.000,00. Esse dinheiro foi investido em novos equipamentos para a produção de lives profissionais, tais como placas de som, câmeras, cabos de conexão, equipamentos de luz, etc.

### *2.3.1 Produtos mais Baratos*

Importante salientar que durante a crise muitos produtores de vídeos da cidade, que trabalhavam com filmagens de eventos, casamentos, aniversários, faliram e

venderam câmeras, suportes, cabos, microfones a preços irrisórios para João da Silva. Os representantes das empresas falidas iam direto na empresa de João da Silva oferecer os produtos, já que todas as outras empresas fecharam ou estavam em profunda crise e não teriam condições de compra-los.

O empresário João da Silva disse que comprou equipamentos bem baratos dessas empresas falidas, isso é uma estratégia empresarial antiga, que em grande escala se chama *integração horizontal* (quando uma empresa adquire alguma organização concorrente que atua no mesmo segmento dela) (SHERMAN, 2006, pág. 107)<sup>8</sup>.

### 2.3.2 Parcerias

O X Studio é o estúdio de som (e agora também de imagem) mais famoso da cidade, pela excelência do trabalho. Isso fez com que João da Silva conseguisse patrocínio de diversas empresas, como Perim, Unimed, Barezy, La Casa, Estrela H, Honda, Cofril, Botica Moulin, que davam quantias em dinheiro, cessão de espaços para a realização das lives, roupas para os artistas, decoração para os espaços das lives, entre diversos serviços em troca de divulgação de suas logomarcas nas lives. O valor dos patrocínios em dinheiro costumam variar de R\$ 500,00 até R\$ 2.000,00.

## 2.4 Faturamento

Este cálculo de faturamento foi mandado pelo empresário João da Silva, por e-mail, a pedido da autora deste artigo. Segundo João, a receita mensal da empresa antes do Covid em média R\$ 6.600 por mês, sendo o custo em média R\$ 5.000,00, o que gerava um faturamento médio de 1.600,00 mensais.<sup>9</sup>

### 2.4.1 Aumento no Faturamento Depois do Covid

Sendo a receita mensal da empresa depois do Covid em média R\$ 10.560,00 por mês, e o custo em média R\$ 5.000,00. Temos que:

*LUCRO (depois do Covid) = 10.560,00 – 5.000 = 5.560,00 mensais.* Vemos que a empresa *passou a lucrar 60% a mais do que antes.*

## 3 | CONCLUSÕES OU CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando o estudo de caso, este trabalho levanta a hipótese de que as principais habilidades e conhecimentos a serem adquiridas pelos futuros profissionais no novo mercado de trabalho são: a) buscar formas de aprimorar o atendimento online, a exemplo de investir em um bom sinal de internet, fazer uso de um bom aparelho celular ou

8 SHERMAN, Andrew. *Mergers & Acquisitions from A to Z*. 3ª Edição. AMACOM. 2006. Disponível em: [https://www.academia.edu/2433717/Mergers\\_and\\_Acquisitions\\_From\\_A\\_to\\_Z\\_Second\\_Edition\\_by\\_Andrew\\_J\\_Sherman\\_Milledge\\_A\\_Hart](https://www.academia.edu/2433717/Mergers_and_Acquisitions_From_A_to_Z_Second_Edition_by_Andrew_J_Sherman_Milledge_A_Hart). Acesso: 07/10/2020.

9 Faturamento médio com base nos 12 últimos meses antes da pandemia.

até mesmo investir em câmeras profissionais, criar roteiros que façam da experiência online mais produtiva. b) disponibilizar preços iniciais menores, para atrair clientes, considerando a crise generalizada que está afetando a economia mundial. c) considerarem o marketing digital um importante aliado e estar mais presente nas redes sociais, aprimorando o marketing digital já feito por meio da melhora do design das propagandas, do logo, a inserção de vídeo propagandas, etc. d) trazer novos conceitos para a empresa a partir da situação de pandemia. e) oferecer novos serviços e produtos antes não oferecidos e que possam se adaptar ao novo mercado.

## REFERÊNCIAS

BBC News Brasil. *Corona Vírus: Os Negócios Globais que Conseguiram Crescer Durante a Pandemia*. Publicado em: 16/06/2020. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-52671200>. Acesso: 04/10/2020.

BRASIL. Art. 3 do Decreto - Lei nº 5452 (CLT), de 01 de maio de 1943. In: Planalto.gov.br Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto-lei/del5452.htm#:~:text=Art.%203%C2%BA%20%2D%20Considera%2Dse,trabalho%20intelectual%2C%20t%C3%A9cnico%20e%20manual..](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del5452.htm#:~:text=Art.%203%C2%BA%20%2D%20Considera%2Dse,trabalho%20intelectual%2C%20t%C3%A9cnico%20e%20manual..) Acesso: 06/10/2020.

SHERMAN, Andrew. *Mergers & Acquisitions from A to Z*. 3ª Edição. AMACOM. 2006. Disponível em: [https://www.academia.edu/2433717/Mergers\\_and\\_Acquisitions\\_From\\_A\\_to\\_Z\\_Second\\_Edition\\_by\\_Andrew\\_J\\_Sherman\\_Milledge\\_A\\_Hart](https://www.academia.edu/2433717/Mergers_and_Acquisitions_From_A_to_Z_Second_Edition_by_Andrew_J_Sherman_Milledge_A_Hart). Acesso: 07/10/2020.

MARX, Karl. *O Capital: Crítica da Economia Política*. Volume 1. Tradução: Rubens Enderle. Boitempo Editorial. São Paulo. 2013. Pág. 856. Disponível em: [www.gepec.ufscar.br](http://www.gepec.ufscar.br). Acesso: 05/10/2020.

RICO. *Análise Fundamentalista*. Publicado em: 01/06/2019. Disponível em: <https://blog.rico.com.br/analise-fundamentalista#:~:text=A%20an%C3%A1lise%20fundamentalista%20%C3%A9%20a,a%20pena%20investir%20no%20ativo>. Acesso: 08/10/2020.

SILVA, Edson Delmiro. *Origem e Desenvolvimento da Indústria Fonográfica Brasileira*. Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. INTERCOM. Campo Grande/MS. 2001. Disponível em: <https://mail.google.com/mail/u/0/#inbox?projector=1>. Acesso: 15/10/2020.

## ÍNDICE REMISSIVO

### A

Agência compartilhada 243, 251, 252, 253, 254, 255, 256

Análise econômica 185, 193

Análise financeira 185, 193, 203, 204

Atendimento 41, 42, 102, 103, 104, 110, 112, 114, 115, 116, 117, 122, 124, 128, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 137, 183, 243, 244, 249, 250, 251, 252, 253, 254, 256, 273, 277, 281, 283, 284

Ativos contingentes 205, 208, 209, 211, 213, 214, 215, 216, 217, 218, 219

### B

Biomimética 151, 152, 153, 154, 155, 156, 169, 170, 171, 172

### C

Cadeia de suprimentos 223, 224, 236, 237, 239, 240, 270, 271, 272, 273, 274, 275, 277, 278, 283, 284, 285, 286

Cadeias produtivas 221, 229, 230

Cafés especiais 85, 86, 87, 88, 89, 90, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100

CCT 151, 152, 170, 171

Centros automotivos 119, 120

Compliance 205

Comportamento do consumidor 101, 138

Consumo cíclico 185, 186, 187, 192, 193, 196, 198, 200, 201, 203

Cooperativismo financeiro 243, 257

Correlação 1, 7, 8, 11, 12, 13, 14, 93, 98, 113, 211

Covid 14, 173, 174, 179, 180, 181, 183

### D

Desenvolvimento 2, 14, 17, 18, 19, 20, 21, 26, 27, 30, 31, 32, 33, 37, 39, 40, 46, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 76, 81, 82, 83, 85, 87, 91, 93, 104, 105, 106, 108, 111, 115, 117, 118, 122, 137, 138, 140, 141, 142, 143, 147, 148, 149, 152, 154, 161, 170, 172, 173, 176, 184, 187, 189, 219, 222, 224, 228, 230, 236, 237, 239, 240, 245, 246, 247, 253, 256, 257, 260, 262, 263, 271, 275

Distribuidora 272, 273, 274, 275, 282, 283

Divulgação 27, 108, 169, 181, 183, 205, 206, 208, 209, 210, 211, 213, 214, 215, 216, 217, 218, 219, 220, 263, 268

## **E**

Economia colaborativa 243, 244

Ecosistemas 51, 52, 53, 54, 55, 57, 58, 61, 62, 64, 161

Ecosistema universitário empreendedor 51, 53

Empreendedorismo 1, 2, 3, 4, 5, 9, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 36, 37, 38, 39, 40, 42, 43, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 58, 59, 60, 61, 62, 64, 68, 84, 116, 259, 260, 270, 271

Estratégia 30, 31, 32, 36, 37, 43, 45, 46, 47, 48, 49, 51, 53, 55, 81, 102, 103, 110, 114, 122, 136, 149, 182, 183, 227, 240, 260, 262, 263, 270, 276

Estudantes 1, 3, 4, 5, 7, 11, 13, 16, 17, 19, 20, 22, 26, 27, 28, 53, 55, 57, 58, 62, 138, 141

## **F**

Fatores 2, 14, 17, 19, 22, 45, 52, 53, 55, 56, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 74, 75, 78, 79, 81, 82, 83, 84, 89, 93, 98, 109, 119, 125, 126, 128, 130, 131, 132, 154, 194, 200, 208, 209, 210, 223, 224, 228, 230, 232, 233, 234, 235, 236, 239, 249, 265, 270, 275, 283

Fidelização 102, 103, 104, 108, 109, 110, 112, 115, 116, 117, 139, 149, 200, 232, 276, 283

Formação 4, 19, 34, 37, 43, 58, 59, 62, 65, 66, 67, 68, 70, 72, 76, 79, 80, 81, 82, 83, 95, 176, 246

Fracasso 44, 46, 65, 66, 67, 69, 70, 72, 74, 79, 81, 82, 83, 175, 270

## **G**

GAPS 86, 119, 120, 121, 122, 124, 125, 127, 128, 135, 136

Geração Y 138, 140, 141, 143, 145, 148, 149

Geração Z 138, 140, 141, 143, 145, 148, 149, 150

## **I**

Indústria 41, 42, 55, 101, 173, 174, 175, 176, 184, 186, 213, 227, 233

Inovação 2, 18, 30, 31, 32, 33, 35, 36, 37, 42, 45, 48, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 65, 66, 67, 69, 70, 75, 81, 83, 120, 121, 153, 238, 240, 271

Intenção empreendedora 2, 15, 17, 18, 21, 28

Intercooperação 243, 244, 245, 246, 247, 248, 249, 250, 251, 254, 255, 256, 257

## **L**

Logística 226, 259, 260, 262, 263, 267, 270, 271, 272, 273, 274, 282, 283, 284, 285, 286

## **M**

Marcas 38, 151, 152, 155, 169, 170, 171, 175, 187, 264, 268

Marketing 15, 16, 36, 50, 59, 61, 62, 85, 86, 87, 89, 90, 101, 104, 110, 112, 116, 117, 118, 135, 136, 137, 139, 140, 142, 147, 149, 150, 152, 153, 156, 169, 170, 171, 172, 181, 184,

227, 241, 242, 267, 274

Mercados sustentáveis 221

Motivação empreendedora 17, 20, 21, 22, 27

## **N**

Negócio 4, 20, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 66, 67, 68, 69, 70, 86, 103, 112, 116, 177, 190, 202, 203, 236, 258, 260, 265, 267, 270, 273, 284, 285

Notas explicativas 188, 205, 206, 210, 211, 212, 213, 214, 215, 216, 217, 218

## **P**

Palavras-chave 1, 17, 30, 51, 65, 85, 102, 119, 138, 151, 185, 205, 221, 243, 259, 272

Parques ecológicos 151

Passivos contingentes 205, 206, 207, 208, 209, 210, 211, 213, 214, 215, 216, 217, 218, 219, 220

Percepção do consumidor 85

Planejamento 30, 31, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 67, 70, 102, 241, 258, 259, 260, 261, 270, 274

Plano de negócios 43, 59, 258, 259, 260, 265, 270, 285

Pomicultura 221, 224

Pós 28, 51, 57, 63, 94, 96, 97, 98, 111, 117, 140, 170, 171, 173, 174, 179, 182, 224, 242, 271

Potencial empreendedor 1, 2, 3, 4, 5, 7, 8, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 29

## **Q**

Qualidade 5, 22, 36, 41, 42, 53, 55, 70, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 93, 102, 103, 104, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 119, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 142, 148, 157, 175, 180, 181, 182, 218, 221, 222, 223, 225, 226, 227, 230, 231, 233, 234, 235, 236, 237, 238, 239, 249, 256, 259, 262, 264, 273, 275, 282

Qualidade em serviços 119, 120, 122, 123, 124, 126, 127, 136

## **R**

Responsabilidade socioambiental empresarial 138, 140, 141, 150

## **S**

Saudável 226, 258, 259, 263, 264, 266, 267, 268

Semiótica peirciana 151, 156

*Startups* 36, 38, 53, 54, 58, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84

Sucesso 4, 5, 6, 18, 20, 21, 22, 26, 30, 35, 36, 37, 38, 39, 45, 46, 47, 48, 53, 55, 56, 65, 66, 67, 68, 69, 72, 74, 75, 76, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 103, 104, 115, 179, 236, 260, 261, 270, 275, 276, 277, 284, 285

Suprimentos hospitalares 272, 273, 274, 275, 277, 284, 286

## **U**

Universidade 15, 17, 27, 28, 30, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 83, 85, 86, 90, 92, 100, 101, 116, 117, 118, 119, 136, 138, 150, 155, 171, 173, 185, 205, 207, 219, 257, 271, 286, 287

## **V**

Valores pessoais 1, 2, 3, 5, 7, 8, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16

# ADMINISTRAÇÃO:

PERSPECTIVAS TEÓRICAS E

FUNDAMENTOS EPISTEMOLÓGICOS

**2**



[www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)



[contato@atenaeditora.com.br](mailto:contato@atenaeditora.com.br)



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



[facebook.com/atenaeditora.com.br](https://www.facebook.com/atenaeditora.com.br)

# ADMINISTRAÇÃO:

PERSPECTIVAS TEÓRICAS E

FUNDAMENTOS EPISTEMOLÓGICOS

2



[www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)



[contato@atenaeditora.com.br](mailto:contato@atenaeditora.com.br)



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



[facebook.com/atenaeditora.com.br](https://www.facebook.com/atenaeditora.com.br)